

Gastgeber Bayern

Das Magazin
für Gastronomie und
Hotellerie

#04

Ausgabe 2020

DEHOGA Bayern

WEGE AUS DER KRISE

Reinhard Kardinal Marx
im Gespräch mit DEHOGA
Bayern-Präsidentin
Angela Inselkammer
Seite 24

Gastbeitrag von
Regionalbischof
Christian Kopp
Seite 30

Fraunhofer-Studie
zu Hygienekonzepten
in Großraumbereichen
Seite 44



ERLEBEN, WAS VERBINDET.

Ihr
DEHOGA-Vorteil
7%
Rabatt¹



MAL MEHR

ENTSPANNTE GÄSTE

INFOTAINMENT IM HOTEL – MEHR UMSATZ MIT GOINGSOFT

Gäste achten heute auf das WLAN- und Multimediaangebot eines Hotels. Mit der Lösung goingsoft von der Telekom verbessern Sie Ihr WLAN ohne teure Kabelverlegungen und bringen Ihr TV-Angebot auf den neuesten Stand. Das bringt zufriedene Besucher, bessere Bewertungen und entlastet die Mitarbeiter. Die Lösung ist modular aufgebaut vom Gäste-WLAN bis zur integrierten WLAN- und TV-Lösung inklusive digitaler Gästemappe, Infotainment, Digital Signage, TV-Geräten und Integration ins Buchungssystem.

- E-Mail: verbaende@telekom.de
- www.telekom.de/goingsoft

¹) Auf Einmalpreise und monatliche Zahlungen.



Das Jahr 2020 neigt sich dem Ende zu. „Ein Glück!“ hören wir hier den ein oder anderen Leser bereits beim Schreiben dieser Zeilen aufatmen. 2020 hat uns viel abverlangt. Viele Nerven und Kräfte gekostet, uns zweifeln lassen und uns auch des Öfteren das Gefühl des Verloren-Seins gegeben. Doch hat uns dieses Ausnahmejahr auch gezeigt, wie viel Kraft, Innovation und Stärke in Bayerns Gastgebern steckt. Natürlich gab es Momente der Wut und Verzweiflung, aber viel öfter wurde etwas Positives aus der Not heraus geschaffen.

Und so blicken wir in dieser Ausgabe zunächst nochmals zurück. Auf pfiffige Ideen von Betrieben, die sich in der Krise etwas ganz Besonderes, wie eine Online-Weinprobe oder eine besonders charmante Variante des Außer-Haus-Geschäfts, haben einfallen lassen. Christoph Hoffmann, geschäftsführender Gesellschafter der 25hours Hotels, unterhielt sich mit uns darüber hinaus über Mut und kreative Hotelkonzepte. Kreativ werden musste außerdem auch die katholische Kirche als es Anfang des Jahres hieß, dass die Gläubigen zunächst einmal nicht mehr in den Gottesdienst kommen dürfen. Was das für die Kirche bedeutet hat, haben wir in einem Gespräch mit Reinhard Kardinal Marx besprochen. Er

versucht sich darin auch an der Frage, wie wir Menschen zukünftig leben wollen. Warum Hoffnung und Vertrauen für den zuversichtlichen Blick in die Zukunft wichtig sind, erklärt in unserer Dezemberausgabe außerdem der evangelische Regionalbischof Christian Kopp. Er gibt sogar ein paar praktische Tipps an die Hand, wie man Vertrauen trainieren kann.

Wir bleiben mit Ihnen für Sie zuversichtlich, auch wenn die Türen von Bayerns Gastgebern für den Großteil der Gäste derzeit geschlossen sind. Es ist dieses Jahr damit eine ungewollt wahrhaft stille Vorweihnachtszeit. Vielleicht nutzen Sie diesen mehr als stillen Dezember dieses Jahr aber auch, um kurz inne zu halten und sich neben Ihrem dennoch unermüdlischen Schaffensdrang selbst einmal auf die Schulter zu klopfen und nochmals Energien zu sammeln. Das neue Jahr steht schon in den Startlöchern. Wir treten es mit einem größeren Erfahrungsschatz gegenüber der Pandemie und der Hoffnung auf die Verbreitung eines wirksamen Impfstoffs an. Und so beleuchten wir in dieser Ausgabe in Hinblick darauf außerdem unsere Projektstudie zu den Lüftungssystemen mit dem Fraunhofer-Institut nochmals genauer, in die wir für 2021 große Hoffnungen legen. 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 04/2020

06	Aus dem Landesverband	
	Kampagne „die Türen müssen offen bleiben“	Seite 06
	Der bayerische Gastgebertag 2020	Seite 08
	Partner des bayerischen Gastgebertags 2020	Seite 10
	Landesdelegiertenversammlung mit Nachwahl und Ehrung in Augsburg	Seite 14
	Anonymes Sorgentelefon für Gastgeber in der Krise	Seite 15
	Blitzlichtberatung des bayerischen Hotel und Gaststättenverbands	Seite 16
	Ideenpool des DEHOGA Bayern	Seite 18
	DEHOGA Bayern im Gespräch	Seite 20

Interview mit Christoph Hoffmann, Geschäftsführender Gesellschafter 25hours Hotels	Seite 37
Jetzt gezielt Weiterbildung fördern	Seite 40
Fundierte Fachprüfungsfilme für Auszubildende	Seite 42
Fraunhofer-Studie zu Hygienekonzepten in Großraumbereichen	Seite 44
Kreativ durch die Krise	Seite 46

22	Wege aus der Krise	
	Wege aus der Krise	Seite 22
	Reinhard Kardinal Marx im Gespräch mit DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer	Seite 24
	Gastbeitrag von Regionalbischof Christian Kopp	Seite 30
	Ich bin der Überzeugung, dass es ein „morgen“ geben wird	Seite 32
	Tagen und Feiern in der Zukunft: Eine Prognose	Seite 34

Bayern und die Welt	49
Seminarangebote der Bayern Tourist GmbH	Seite 49
Wohin geht die Reise	Seite 52
Kooperation zwischen DEHOGA Bayern und Servus-Magazin	Seite 54

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



Wussten Sie schon...

211%

... dass der Absatz von Toilettenpapier dieses Jahr zu „Spitzenzeiten“ um 211 Prozent gestiegen ist?

... dass In einem Asterix und Obelix Heft von 2017 das Corona Virus bereits auftauchte?

... dass das chinesische Schriftzeichen für Krise zwei Silben beinhaltet, die einzeln gelesen die Worte Gefahr und Chance bedeuten?

751%

... dass der Absatz von Desinfektionsmittel zwischenzeitlich um 751 Prozent zugenommen hat? Im Jahr 2019 wurden insgesamt 76.870 Tonnen Desinfektionsmittel im Wert von 212,5 Millionen Euro nach Deutschland importiert. Im Januar 2020 lagen die Exporte von Desinfektionsmitteln knapp 20 Prozent über dem Durchschnitt mit 12.360 Tonnen.

... dass 2020 der CO₂-Ausstoß der Menschheit zum ersten Mal fallen wird?

... dass die Deutschen während der Pandemie größere Gefriertruhen kaufen? Bisher haben 86 Prozent der Käufer zu größeren Modellen gegriffen, als ursprünglich geplant.

... dass die Wettervorhersagen durch zu wenige Flugzeuge unsicherer geworden sind? Die Prognosen fallen nun etwa 15 % schlechter aus als vor der Coronakrise?

... dass, wenn wir eine unangenehme Situation überstanden haben, es zum sogenannten Coping-Gefühl kommt? Die Welt wirkt wieder jung und frisch und wir sind plötzlich voller Tatendrang.

... dass derzeit die Nachfrage nach Hundewelpen kaum erfüllt werden kann?

... dass der Hühnerkauf für Privathaushalte boomt? Immer mehr Menschen wünschen sich das Bio-Ei aus dem eigenen Garten und halten nun Hühner.

... dass, wenn es ernst wird, das Destruktive deutlich wird, das beispielweise im Populismus wohnt und wir uns wieder nach Harmonie sehnen.



DEHOGA BAYERN SETZT SICH FÜR WEITERBETRIEB DER GASTRONOMIE EIN

KAMPAGNE „DIE TÜREN MÜSSEN OFFEN BLEIBEN“



DER BAYERISCHE HOTEL- UND GASTSTÄTTENVERBAND IST NICHT NUR EIN DIREKTER ANSPRECHPARTNER UND KOMPETENTER RATGEBER FÜR SEINE MITGLIEDSUNTERNEHMEN. EIN WESENTLICHER ANTEIL DER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT DES VERBANDS BESTEHT AUS DER INTERESSENVERTRETUNG SEINER MITGLIEDSUNTERNEHMEN GEGENÜBER POLITISCHEN ENTSCHEIDUNGSTRÄGERN. UM AUF DIE EXISTENZIELLEN GEFAHREN DER LOCKDOWN-SCHLISSUNGEN FÜR DIE GASTRONOMIE- UND HOTELBRANCHE HINZUWEISEN UND DEN DRUCK AUF DIE POLITISCHEN INSTANZEN ZU ERHÖHEN, HAT DER BRANCHENVERBAND DIE KAMPAGNE „DIE TÜREN MÜSSEN OFFEN BLEIBEN“ INS LEBEN GERUFEN.

„Unser Gastgewerbe ist nicht nur system-, sondern lebensrelevant“, erläutert Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert den Ansatz der Kampagne. „Wir wollen auch in der Pandemie das nachgewiesenermaßen sichere Hotel- und Gastronomieangebot nutzen dürfen. Lasst unsere 447.000 Erwerbstätigen nicht im Stich. Lasst unsere Betriebe nicht allein. Lasst den Menschen ihre sicheren Begegnungsorte und nehmt ihnen in diesen schwierigen Zeiten nicht auch noch die Lebensfreude in einem nachweislich sicheren Bereich“, so seine eindringliche Forderung an die Politik.

„Wir erwarten, dass Gastronomie und Hotellerie auch weiter geöffnet haben dürfen. Die Gastgeber haben gekämpft, wirksame Hygienekonzepte entwickelt, ihre Gäste registriert und werden nun einseitig bestraft – das ist nicht das richtige Signal und auch nicht der richtige Weg“, ergänzt Verbandspräsidentin Angela Inselkammer. „Mit diesem Zeichen stirbt nicht nur die Motivation, sondern ein für ganz Deutschland wesentlicher Bestandteil unserer Kultur und Geschichte. Das Herzstück einer lebensfrohen Gesellschaft hört auf zu schlagen“, warnt die Verbandsspitze in ihrer

Kampagne der sich mittlerweile mehr als 25.000 Unterstützer angeschlossen haben.

VORBILDliches ENGAGEMENT DER GASTGEWERBEBRANCHE

Fakt ist: Das bayerische Gastgewerbe hat in den vergangenen Monaten mit Erfolg alles für einen sicheren Aufenthalt seiner Besucher und Gäste getan. Es wurden wirksame Hygienekonzepte entwickelt und von Hotels, Restaurants, Pensionen, Caterern, Bars, Kneipen und Cafés erfolgreich umgesetzt. Die Betriebe haben noch mehr in Sicherheit investiert und damit das scheinbar Unmögliche geschafft: Obwohl das Gastgewerbe von Kontakten lebt, ist der Besuch im Restaurant und der Hotelaufenthalt sicher. Dieser Perspektive wird auch wissenschaftlich Rechnung getragen: Laut RKI Präsident Professor Dr. Lothar Wieler stecken sich Menschen vor allem bei privaten Begegnungen an. Wieler wörtlich: „Es gibt einen Zusammenhang zwischen den Ansteckungen und privaten Feiern und Zusammenkünften mit Freunden. Und so tragen Menschen das Virus dann auch nach Hause.“ Ansteckungen in Hotels seien dagegen eher seltener. Bei einem dortigen Ausbruch steckten sich laut RKI „nur vergleichsweise wenige Menschen an“, konkret beziffert das RKI die Quote in Beherbergungsbetrieben

mit 2,3 Prozent und in Gaststätten sogar nur mit 0,5 Prozent der bekannten Infektionen.

Auch in einer gemeinsamen Erklärung der sechs größten Wissenschaftseinrichtungen ist nicht die Rede von einer Schließung der Gastronomie, sondern lediglich einer Kontrolle der Hygienekonzepte. Im Gegenteil, die Wissenschaftler fordern explizit, dass die Kontakte in den ungeschützten Bereichen reduziert werden müssen. Sie sagen nicht, dass 75 Prozent aller Kontakte reduziert werden müssen, um die Infektionswelle zu brechen, sondern sprechen ausschließlich von 75 Prozent derjenigen Kontakte, die im bislang ungeschützten Raum ohne Hygieneregeln und Vorsichtsmaßnahmen passieren.

WARUM IST ES FALSCH, GASTGEWERBLICHE BETRIEBE ZU SCHLIESSEN?

Die komplette oder teilweise Schließung gastgewerblicher Betriebe ist weder geeignet noch verhältnismäßig. Im Gegenteil: „Wenn der organisierte Bereich geschwächt wird, sei es durch Sperrstunden oder gar Schließungen, findet umso mehr im unkontrollierten Bereich statt“, so die Argumentation des DEHOGA Bayern. Wohin das schlussendlich führen kann, haben die Auswüchse der „Partyszene“ im

VIRBOX

der Luftreiniger – gegen Viren und Bakterien



Sicher durch die kalte Jahreszeit:

- » Filtriert **99,995 %** der **Viren und Bakterien** aus der Raumluft
- » **Stufenlose Anpassung** der Luftmenge auf bis zu **1.300 m³/h**
- » Benötigt **< 1qm** Stellfläche
- » **Flüsterleise** – im Regelbereich von **30 dB(A) bis 53 dB(A)**
- » Multifunktionsaufbau – als Werbefläche nutzbar
- » Auch als Mietpaket: **ab 7,50 €/Tag***

www.virbox.de

ESTA Apparatebau GmbH & Co. KG
Gotenstraße 2–6 · 89250 Senden

* bei einer Mindestmietdauer von nur 5 Monaten

öffentlichen Raum gezeigt, die aufgetreten sind, als es keine konzessionierte Alternative gab. Dort lassen sich Kontakte schwerer nachvollziehen, Abstände werden nicht eingehalten, die Mund-Nasen-Bedeckung sitzt vielleicht etwas lockerer und in den seltensten Fällen liegen Hygienekonzepte vor.

AUSWIRKUNGEN GEHEN DEUTLICH ÜBER DAS GASTGEWERBE HINAUS

„Gastronomie und Hotellerie sind die Voraussetzung für den Tourismus in Bayern“, betont Verbandspräsidentin Inselkammer. „Dieser stellt nicht nur für 600.000 Menschen in Bayern und deren Familien die Lebensgrundlage. Er ist der regionale Wirtschaftsmotor, der auch dort greift, wo sonst kaum noch andere Arbeits- und Ausbildungsplätze zu finden sind. Wir leben seit über einem halben Jahr mit der Pandemie und wissen, wie man sich schützen kann“, so die Verbandspräsidentin weiter. „Wir haben dazugelernt. Es braucht Zuversicht und Hoffnung. Wir dürfen nicht leichtsinnig sein, müssen aber anfangen, mit dem Virus leben zu lernen. Dazu gehört auch, den sicheren Betrieb mit funktionierenden Hygienekonzepten aufrechtzuerhalten.“

FORDERUNGEN DES DEHOGA BAYERN

Die Öffnung der gastgewerblichen Betriebe muss baldmöglichst erfolgen und weitere Schließungen vermieden werden. Zudem ist ein gleichberechtigter Dialog über eine langfristige Strategie nötig, der ergänzende Konzepte mit innovativen und neuen Bausteinen wie Schnelltests oder Möglichkeiten der Luftdesinfektion einschließt, um Veranstaltungen sicher zu ermöglichen und auch Clubs und Diskotheken eine Perspektive zu geben. Durch eine Entfristung der Mehrwertsteuersenkung mit Einbeziehung der Getränke müssen der Branche gerade jetzt finanzielle Erleichterungen eingeräumt werden, um die noch lange spürbaren Folgen der politisch verordneten Schließungen abzufedern. Zudem sind weitere unbürokratische Soforthilfen in Form von schnellen Entschädigungen, Tilgungsratenzuschüssen als zusätzliche branchenübergreifende Rettungsmaßnahme sowie eine Erweiterung des steuerlichen Verlustrücktrags nötig. Auch Reformen wie die Flexibilisierung des Arbeitszeitgesetzes durch eine Wochenarbeitszeit, Änderungen im Miet- und Pachtrecht, die Änderung und Heraufsetzung des EU-Beihilferahmens sowie die Anpassung der Verdienstgrenze bei Minijobs müssen umgesetzt werden. Durch die Abschaffung bürokratischer Auflagen kann und muss das selbstverantwortliche Handeln der Branche zusätzlich gestützt werden. Unbestritten ist: Corona ist nicht vorbei, weshalb entschlossenes und konsequentes Handeln weiterhin wichtig ist. Gleichzeitig muss aber jede Maßnahme verhältnismäßig und zielgerichtet sein. Dies ist mit den pauschalen Schließungen des Gastgewerbes nicht mehr gegeben. Es steht viel auf dem Spiel. Es geht um Existenzen – es geht um Arbeitsplätze – es geht um die Seele Bayerns, aber auch um die richtigen Maßnahmen im Kampf gegen die Pandemie und somit um Akzeptanz innerhalb der Bevölkerung. Der DEHOGA Bayern spricht sich entschieden gegen die unnötige Zwangsschließung von Hotellerie und Gastronomie aus. ☹



Kampagne unterzeichnen

Unterstützen Sie den DEHOGA Bayern mit einer Unterschrift der Kampagne, um den Forderungen des Landesverbands weiteren Nachdruck zu verleihen und die Interessen Ihrer Branche mit einer lauten, gemeinsamen Stimme zu vertreten. Die Internetseite der Kampagne finden Sie auf der Homepage des DEHOGA Bayern (dehoga-bayern.de) unter der Rubrik „Coronavirus/Kampagnen & Initiativen“ oder durch Scannen des nebenstehenden QR-Codes.

DAS GASTGEWERBE IM LICHT DER CORONA-PANDEMIE

DER BAYERISCHE GASTGEBERTAG 2020

DER BAYERISCHE GASTGEBERTAG, RENOMMIERTER BRANCHENTAG FÜR DAS GASTGEWERBE INITIIERT VOM HOTEL- UND GASTSTÄTTENVERBAND DEHOGA BAYERN, HAT MITTE OKTOBER IN AUGSBURG BEREITS ZUM VIERTEN MAL STATTFUNDEN – TROTZ ODER AUCH GERADE WEGEN DER CORONAKRISE. KAUM VERWUNDERLICH, DASS DAS ALLES BESTIMMENDE THEMA DAS GASTGEWERBE IM KONTEXT DER PANDEMIE WAR. ES WAR EIN TAG, UM DER BRANCHE MUT ZU MACHEN, WEITERZUMACHEN UND GESTÄRKT AUS DER KRISE HERVORZUGEHEN.

Der Bayerische Staatsminister für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie, Hubert Aiwanger, begann seine Rede mit der Feststellung, dass dem Gastgewerbe vor der Corona-Pandemie zu wenig Bedeutung beigemessen worden sei. Erst mit dem Lockdown habe sich der Verlust an Lebensqualität durch den Wegfall der gastronomischen Einrichtungen gezeigt. Die Aufgabe der Politik sei es nun, maßvolle Regelungen in dieser Krise zu treffen. Es müsse „an den richtigen Stellschrauben gedreht werden“. Manche Vorgaben an die Branche gingen am Ziel vorbei. Der Aufenthalt in Hotels und Restaurants sei angesichts der guten Hygienekonzepte genauso sicher wie ein Einkauf im Supermarkt. Die Politik habe die Aufgabe, den Wirten Planungssicherheit zu geben. Aiwanger kündigte an, sich für die Digitalisierung im ländlichen Raum, die Flexibilisierung der Arbeitszeit sowie für die Verstärkung der Umsatzsteuerreduzierung einzusetzen.

Als Chance sah es der Minister, die „Marke Bayern“ weiter auszubauen und noch besser zu positionieren. Bayerische Regionalität sowie Qualität seien bei Gästen sehr beliebt. Aus diesem Grund entschieden sie sich für Urlaub im Freistaat. Bayern müsse als Gewinner aus dieser Krise hervorgehen. Die Wirte bezeichnete



Setzen ein Zeichen für die Branche (v.l.): Dr. Thomas Geppert, Landesgeschäftsführer DEHOGA Bayern, Hubert Aiwanger, bayerischer Wirtschaftsminister, Angela Inselkammer, Präsidentin DEHOGA Bayern, Thomas Förster sowie Ralf Barthelmes, beides Präsidiumsmitglieder DEHOGA Bayern

der Staatsminister als „die Seele Bayerns“ und dankte ihnen, dass sie ein „Kitt der Gesellschaft“ seien. Zuletzt gab Aiwanger den Wirten mit auf den Weg, „den Kopf jetzt nicht in den Sand zu stecken“ und als Unternehmer immer einen Plan B in der Tasche zu haben. Das Gastgewerbe werde aufgrund seiner Systemrelevanz überleben.

KRISE IST EIN PRODUKTIVER ZUSTAND

Angela Inselkammer, Präsidentin des DEHOGA Bayern, beschrieb die Coronakrise als die schwerste Krise seit dem 2. Weltkrieg, die die Branche sowie der Verband nun zu bewältigen hat. Sie konzentrierte sich in ihrer Rede auf die Chancen, die sich aus dieser Krise ergeben,

machte Mut und hielt es dabei mit Max Frisch: „Krise ist ein produktiver Zustand. Man muss ihr nur den Beigeschmack der Katastrophe nehmen.“ So war zu beobachten, dass bei vielen Betrieben die anfängliche Schockstarre in eine neue Produktivität übergang: Betriebe entdeckten für sich das Potenzial der sozialen Medien, schlossen sich Lieferserviceplattformen an, kreierte Gutscheinkampagnen oder stellten Pop-up-Gastronomien auf die Beine. Inselkammer hielt ihre Kollegen dazu an, diese Kreativität weiter auszubauen, mehr Mut zu Neuem zu haben und eine breitere Aufstellung in verschiedenen Geschäftsfeldern zu wagen. Die Präsidentin lobte außerdem den starken Zusammenhalt sowie den „Biss“ der Branche





Mitte Oktober konnte der Bayerische Gastgebertag in Augsburg – mit Einhaltung der geltenden Abstands- und Hygienevorschriften – als Präsenzveranstaltung durchgeführt werden.

Flexibilisierung des Arbeitsmarkts durch eine Wochenarbeitszeit sowie die Reduzierung von Bürokratie Kernforderungen des Verbands.

PRAXISNAHE FACHVORTRÄGE

Auch bei den Fachvorträgen drehte sich alles um das Thema Corona: So gab Sebastian Michels, Referent der igefa Gruppe und Arndt GmbH & Co. KG, praktische und sichere Hygienetipps in Zeiten der Pandemie. Benedikt Räther, Head of Customer Success von DIRS21 by TourOnline AG, stellte aktuelle Zahlen und Erkenntnisse rund um den Onlinevertrieb in der Krise vor und gab Handlungsempfehlungen.

HOCHKARÄTIGE DISKUSSIONSRUNDE

Abschluss des Branchentags war eine Diskussionsrunde zur aktuellen Situation des Gastgewerbes. Teilnehmer der Runde waren Prof. Dr. Gunnar Grün, stellvertretender Institutsleiter des Fraunhofer-Instituts für Bauphysik, Stefan Wild, Vorsitzender Fachbereich Hotellerie DEHOGA Bayern und Christian Kustermann, Regionalsprecher Oberbayern Forum Junge Gastgeber. Debattiert wurde über den Erfolg der Umsetzung kreativer neuer Ideen in der Krise, über den zum Erliegen gekommenen Geschäftstourismus sowie über mögliche Systeme zur Luftreinigung. Der DEHOGA Bayern hat gemeinsam mit der vbw, Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft, eine Projektstudie zum Thema Lufthygiene durch das Fraunhofer-Institut initiiert. Die Ergebnisse hierzu sind in einem separaten Beitrag ab Seite 42 zusammengefasst. In dieser Studie werden alle bekannten Methoden und Mittel im Bereich „Lüftung“ geprüft und simuliert sowie auf Humanverträglichkeit untersucht. Ziel ist es, Lösungen, die kostengünstig und ohne großen baulichen Aufwand schnell umsetzbar sind, zu entwickeln oder anzupassen. ☺

im Freistaat. So sei es geglückt die Umsatzsteuerreduzierung endlich durchzusetzen – wieder einmal ein Erfolg, der aus Bayern heraus angestoßen worden ist.

Inselkammer beschönigte die Lage nicht; für die Branche sei es sehr schwer, mit der täglichen Unplanbarkeit zurechtzukommen – die Herausforderung in der kalten Jahreszeit würde nicht weniger werden. „Wir müssen weiter lernen, damit umzugehen und uns akkurat an die Regeln halten. Wir sind alle Unternehmer und als solche jetzt gefordert wie schon lange nicht mehr“, so die Präsidentin. Deutlich wurde sie auch beim Thema Kalkulation: Es sei von immenser Wichtigkeit, angemessene Preise für seine Dienstleistung zu nehmen. Um Liquidität zu schaffen und auch einen Unternehmerlohn zu erwirtschaften, müsse die Branche endlich richtig kalkulieren – besonders in der momentanen Lage, in der erhöhte Kosten durch weniger verfügbare Plätze, Masken- und Desinfektionsmittelbeschaffung sowie mehr Personalaufwand für Registrierung und Platzierung die Branche stark belasten.

BRANCHE MUSS MIT STARKER STIMME SPRECHEN

In seinem Grußwort erinnerte Dr. Thomas Geppert, Landesgeschäftsführer des DEHOGA Bayern, daran, wie wichtig es für die Branche ist, besonders in Zeiten der Pandemie zusammenzustehen und mit einer starken Stimme zu sprechen. Auch Geppert führte die Durchsetzung der langgeforderten Reduzierung der Umsatzsteuer auf Speisen auf diese Stärke zurück. Es sei nun wichtiger denn je, diese Stimme nicht verstummen zu lassen – es müsse an den Hauptforderungen des DEHOGA Bayern mit Nachdruck festgehalten werden. Zu ebendiesen Forderungen zählen pandemiebedingte Rettungs- und Reformmaßnahmen sowie die Abschaffung des unverhältnismäßigen Beherbergungsverbots. Auch bedarf es einer Verlängerung der Außensaison und einer gesetzlichen Klarstellung zur coronabedingten Pachtminderung. Des Weiteren ist zum Überleben des Gastgewerbes die dauerhafte Umsatzsteuerreduzierung unter Einbezug von Getränken von Nöten. Ebenso bleiben die

STARKES NETZWERK KOOPERIERT MIT DEHOGA BAYERN

PARTNER DES BAYERISCHEN GASTGEBERTAGS 2020

AUCH DER DIESJÄHRIGE BAYERISCHE GASTGEBERTAG WURDE MIT DER UNTERSTÜTZUNG ZAHLREICHER KOOPERATIONSPARTNER VERANSTALTET. VIELE VON IHNEN BIETEN LÖSUNGEN, DIE AUCH IN ZEITEN DER PANDEMIE FÜR DEN UNTERNEHMENSERFOLG WICHTIG SIND.

ARNDT

Mit Sicherheit gut versorgt

ARNDT GMBH & CO. KG

Die Arndt Gruppe ist im bayerischen Raum der führende Komplettanbieter für Systeme zur professionellen Reinigung und Hygiene, für Berufsbekleidung/Arbeitsschutz sowie Produkte für das Außer-Haus-Geschäft. Die Corona-Pandemie hat das Hotel- und Gaststättengewerbe vor große Herausforderungen gestellt. Die Arndt-Experten entwickeln gemeinsam mit Ihnen Corona-konforme Lösungen für Waschraum, Küche, Gastbereich und Hotelzimmer. So fühlen sich Gäste, aber auch Mitarbeiter sicher. Ein vielfältiges Angebot, um für Take-away und Delivery bestens gerüstet zu sein, gehört ebenso zum Portfolio. Ihr Ansprechpartner vor Ort berät Sie gerne.

www.igefa.de

DIRS²¹

DIRS21 BY TOURONLINE AG

Mit dem gleichnamigen webbasierten Buchungs- und Channelmanagement-System schafft der Marktführer DIRS21 seit über 23 Jahren innovative Lösungen im Bereich Hotel-

lerie, Gastronomie und Tourismusgewerbe. Ob für die Direktbuchung auf der eigenen Webseite oder die zentrale Verwaltung verschiedener Buchungskanäle: DIRS21 bietet Schnittstellen zu allen gängigen PMS, Online-Buchungsportalen und Metasuchmaschinen und unterstützt bereits über 5.300 Hoteliers bei der Optimierung ihres Online-Vertriebs. DIRS21 - für mehr Reichweite, mehr Buchungen und mehr Umsatz. DEHOGA-Mitglieder profitieren von Rabatten zwischen 10 und 30 Prozent gegenüber den Marktpreisen.

www.dirs21.de



ELASTICA GMBH

Seit über 40 Jahren stellt Elastica in Kuchl hochwertigste Matratzen und ausgefeilte Schlafsysteme her. Für den Hotel- & Gästebettenbereich wurde das Guest-Line-Sortiment entwickelt: Lounge Möbel, Boxspringbetten und dazu passende, ausziehbare Funktionscouchen sowie Stoffkollektionen in modernen Designs. Die Matratzen sind österreichische Qualitätsprodukte, die in den Bereichen Schlafklima und Hygiene internationalen Standards entsprechen und die Kriterien der Hotel-Klassifizierung übertreffen.

www.elastica.at



Umwelt

EUROFINS INSTITUT JÄGER GMBH

„Eurofins ist Ihr Förderpartner, weil Trinkwasserhygiene mehr ist als die turnusmäßige Legionellenuntersuchung.“ Unsere Full-Service umfasst:

- Mikrobiologische und chemische Überprüfung der Trinkwasserinstallation
- Technische Bewertung / Begehung der Trinkwasserinstallation
- Inspektionen nach DIN 806, VDI 6023
- Beratung zu Prüfpflichten
- Koordination der Überwachungspflichten
- Bewertung der Ergebnisse und Übermittlung an die zuständige Behörde
- Gefährdungsanalysen nach VDI/BTGA/ZVSHK 6023 Blatt 2
- Weitere Informationen zum Beispiel zu Covid-19 Analytik finden Sie unter

www.eurofins-umwelt.de



FRANKE COFFEE SYSTEMS

Franke Coffee Systems hat den neuen A300 als einen der kompaktesten Kaffeefullautomaten

auf dem Markt entwickelt. Er lässt sich dank flexibler Konfigurationsmöglichkeiten optimal auf jeden Standort und jede Anforderung anpassen. Einzigartig in seiner Leistungsklasse ist die Ausstattung mit dem patentierten FoamMasterTM von Franke, der Milchschaum wie handgemacht vom Barista produziert. Mit der Franke Digital Signage Technologie kann das interaktive 8-Zoll-Touch-Display leicht per Fernzugriff aktualisiert werden und wird so zu einem aufmerksamkeitsstarken Kanal in der Unternehmenskommunikation. Erfahren Sie mehr auf coffee.franke.com



FRITZ & FRITZ GMBH

Die Coronakrise hat es wieder gezeigt: Nur wer einen Experten an seiner Seite hat, kommt gestärkt aus einer Krise hervor. Bei Fritz & Fritz bekommen Sie beides: Leistungen von Sachverständigen und einen Versicherungsmakler speziell für die Hotellerie und Gastronomie. Nur die Kombination aus Beratung durch Experten, spezialisierten Versicherungspaketen für die Branche, einer kontinuierlicher Betreuung vor Ort und einem aktiven Schadenmanagement garantiert höchste Sicherheit und größtmögliche Unterstützung im täglichen Geschäft. Mehr als 900 Hotel- und Gaststättenbetriebe vertrauen auf die Branchenlösung All-Risk und auf Fritz & Fritz.

www.fritzufritz.de



GASTRO-BBQ

GASTRO-BBQ hat sich spezialisiert auf die Beratung, den Verkauf und Coachings von BBQ-Konzepten in der Gastronomie und Catering. In diesem Bereich kann man von rustikalem BBQ bis hin zum Fine Dining alles abdecken. Auf Wunsch vor Ort eine unverbindliche Beratung durchge-

führt und gemeinsam mit dem Gastronomen ein Konzept unter Berücksichtigung der örtlichen Gegebenheiten und des kulinarischen Umfelds erstellt. Im Angebot findet man unter anderem Big Green Egg Keramikgrills, Napoleon Gasgrills, OFYR und HomeFires BRAAI Holzfeuergrills, Beefer, Pertinger Holzkohlegrill in der Küche, bis hin zu Tischgrillvarianten für innen und außen und vieles mehr. GASTRO-BBQ ist geprüfter Förderpartner des DEHOGA Bayern. Viele Kollegen arbeiten schon mit den Konzepten und Geräten von GASTRO-BBQ.

www.gastro-bbq.de

Steuerberater · Rechtsanwälte

**haubner
schäfer&partner**

Ihr Partner in allen Steuer- und Rechtsfragen von der Existenzgründung bis zur Unternehmensübergabe.

www.haubner-stb.de

HGK

Mit uns ist zu rechnen!

HGK-CHEFS-COCKPIT

Nicht nur ein Pilot braucht im Cockpit verlässliche Instrumente und den Überblick über sämtliche Daten, um sicher seinen Zielflughafen zu erreichen. Auch ein Hotel- oder Gastronomiebetrieb benötigt aussagekräftige Informationen aus allen Unternehmensbereichen, um die richtigen Entscheidungen zu treffen. Oft erfordert es einen immensen Aufwand, sie in einer Übersicht verfügbar zu machen und zu sinnvollen Kennzahlen in Relation zu setzen. Das von der HGK gemeinsam mit Eagle Control entwickelte Tool liefert hierfür mit einem

einigen Log-in jederzeit einen ganzheitlichen Überblick über alle wichtigen Kennzahlen und Auswertungen.

www.h-g-k.de

HOGAST⁺
Mein Plus

HOGAST EINKAUFSGESELLSCHAFT

Die HOGAST erleichtert Gastronomen und Hoteliers mit günstigen Bestellkonditionen und effizientem Einkaufsmanagement die betrieblichen Prozesse. Mehr als 490 Lieferpartner haben mit der Einkaufsgesellschaft Vereinbarungen geschlossen. Das Spektrum der HOGAST reicht von Lebensmitteln und Getränken, auch von regionalen Direktvermarktern, über sämtliche Non-Food-Produkte bis hin zu Dienstleistungen wie Energie und Mietwäsche. Die rund 900 Mitgliedsbetriebe profitieren außerdem von einem exklusiven elektronischen System. Ob Inventur, Controlling oder Buchhaltung – vieles wird durch die kostenfreie Online-Lösung deutlich vereinfacht.

www.hogast.de

HS/3 
HOTELSOFTWARE

HS/3 HOTELSOFTWARE

HS/3 Hotelsoftware betreut weit über 5.000 Kunden und ist als Premium-Partner des DEHOGA Bayern seit annähernd dreißig Jahren verlässlicher Partner der Hotellerie. Besondere Merkmale von HS/3 sind darüber hinaus:

- kurze Einführungszeiten,
- hohe Funktionalität,
- intuitive Bedienoberfläche,
- hoher Investitionsschutz.

Mit dem „Fiskaltrust-Sorglospaket“ gewährleistet HS/3 vollumfängliche Gesetzeskonformität und Sicherheit beim Thema „manipulationsunsichere Speicherung der Geschäftsvorfälle mittels TSE“.

www.hs3.de



METRO DEUTSCHLAND GMBH

Gemeinsam Durchhalten: Die Ideen von METRO helfen Gastronomen dabei das Geschäft am Laufen zu halten – denn Ihr habt es einmal geschafft und schafft es wieder. Aus diesem Grund hat METRO die Kampagne „Gemeinsam durchhalten!“ ins Leben gerufen. Auf seinen Webseiten gibt das Großhandelsunternehmen viele wertvolle Tipps und Anregungen, um die erneute Bewährungsprobe optimal zu überstehen. Egal ob Gans to go oder mit Selbst-Eingemachtem und Profi-Etiketten das Außer-Haus-Geschäft ankurbeln – METRO ist auch weiterhin für seine Kunden aus der Gastronomie da. Detaillierte Infos zu Services und Experten-Tipps finden Gastronomen auf der Webseite des Großhandelsunternehmens:

www.metro.de/gemeinsamdurchhalten



MINERALBRUNNEN KRUMBACH GMBH

Die Kleinen kommen jetzt groß raus – Hygienisch, praktisch und einfach lecker. Überzeugen Sie sich von unserem Sortiment in den umweltfreundlichen Glas-Mehrwegflaschen. Teinacher bietet Ihnen handliche, hygienische Portionsflaschen im angesagten 0,33 l Longneck Gebinde. Eine große Auswahl vom Mineralwasser, über fruchtige Süßgetränke bis hin zu Fruchtsaftchorlen in unterschiedlichen Geschmacksrichtungen. Oder Sie probieren von Krumbach die edle und handliche 0,25 l Facettenflasche in den Sorten Medium und Naturell. Ebenso bietet Ihnen Niehoffs Vaihinger neben den klassischen Säften eine große Auswahl an sonnigen Exoten an. Übrigens sind alle Produkte für eine vegane Ernährung geeignet!

www.mineralbrunnen-kgaa.de



ROTA GMBH & CO.KG

Durch die Kurzfristigkeit unserer Gästebuchungen wird ein flexibler und gästebezogener Personaleinsatz als Erfolgsfaktor immer wichtiger. Eine anpassungsfähige Personalplanung lässt sich durch die klassischen Systeme wie Kugelschreiber oder Excel schwer abbilden und bewerten. Rota unterstützt Sie in Bereichen wie der bedarfsorientierten Personalplanung, Ist-Zeiterfassung und der Zusammenarbeit mit Ihrem Steuerberater. Rechnen Sie, wie viel ein Prozent Ihrer Personalkosten mehr oder weniger ausmacht. Investieren Sie in Ihre Zukunft. Investieren Sie in Rota, die professionelle Personalmanagementsoftware aus Österreich... denn Sie verwalten nicht nur Ihre Personalkosten, Sie managen sie.

www.rota-zeiterfassung.com



S & P DEUTSCHLAND GMBH

Die Anforderungen an die Luftqualität variieren gerade im Gewerbebereich sehr stark. Ganz abhängig von der Art der Nutzung. Ob Restaurant, Wartezimmer, Produktionshalle oder Großraumbüro, die Luftqualität wird sehr wesentlich vom CO₂-Gehalt, der Raumluftfeuchte oder der VOC-Konzentration beeinflusst und kann die Gesundheit der Nutzer beeinträchtigen.

Mit AIRSENS stellt S & P Deutschland jetzt einen Luftgütesensor für automatische Lüftungsanlagen vor, der die Raumluftqualität analysiert und für einen optimalen Luftwechsel sorgt. Die AIRSENS-Serie bietet ein minimalistisches, von S&P patentiertes Design, das sich problemlos in verschiedene Umgebungen integriert.

www.soler-palau.de



SOFTTEC GMBH

Bei der SoftTec GmbH erhalten Hoteliers seit 1986 alles aus einer Hand: Die mehrfach ausgezeichnete hotline Hotelsoftware hat das beste Preis-Leistungsverhältnis, lässt sich über Schnittstellen und Zusatzmodule individuell anpassen und ist bereit für die KassenSichV. Die Easy2Bon-Kassensysteme sind als stationäre Kasse oder mobile App-Lösung erhältlich. Sie werden nach Kundenwünschen individuell vor-konfiguriert. Das Online-Buchungssystem caesar data ermöglicht den schnellen Einsatz einer provisionsfreien Direktbuchbarkeit. Die Gutscheinverwaltung VOUCHER ist das Gutschein-Tool, mit der einfach & sicher Gutscheine online verkauft werden können – komplett provisionsfrei und kostengünstig.

www.softtec.de

Virenfreie Luft in Restaurants und Bars



*Gemäß ISO 29463 und EN1822

GESÜNDERE LUFT IN IHREM LOKAL SCHÜTZT IHRE GÄSTE UND IHR TEAM

Die Menschen sehnen sich danach, im Restaurant eine entspannte Zeit zu verbringen. Doch auch nach dem Lockdown haben sicher viele Restaurantbesucher Sorge vor Ansteckung mit COVID-19. Ständig zu Lüften ist in der kalten Jahreszeit nicht möglich. Geben Sie Ihren Gästen die Gewissheit, alles für ihre Sicherheit zu tun, indem Sie die Aerosolkonzentration in Ihrem Lokal minimieren. Dafür sorgen der MANN+HUMMEL OurAir SQ 2500 und der OurAir TK 850 (für Räume bis zu 200 m² bzw. 70 m²). Die mit HEPA H14* ausgestatteten antiviralen Luftreiniger **filtern mehr als 99,995 % der Viren, Bakterien und anderen schädlichen Mikroorganismen** aus der Luft. Machen Sie den Unterschied und sorgen Sie aktiv für die Reduktion krankmachender Luftschadstoffe in Ihrem Lokal.

- ✓ hoher Volumenstrom
- ✓ leiser Betrieb
- ✓ geringer Energieverbrauch



Mehr Informationen unter
ourair.mann-hummel.com
oder our.air@mann-hummel.com

DIE NEUE FÜHRUNGSEBENE DES DEHOGA BAYERN

LANDESDELEGIERTENVERSAMMLUNG MIT NACHWAHL UND EHRUNG IN AUGSBURG



Das Präsidium des DEHOGA Bayern: (von vorne nach hinten links): Präsidentin Angela Insekammer, Fachbereichsvorsitzende Gastronomie Monika Poschenrieder, 2. Vizepräsident Andreas Brunner, Schatzmeister Leo Dietz, (von vorne nach hinten rechts) Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert, 1. Vizepräsident Thomas Förster, Schriftführer Ralf Barthelmes und Fachbereichsvorsitzender Hotellerie Stefan Wild.

AM 12. OKTOBER HABEN DIE LANDESDELEGIERTEN DES BAYERISCHEN HOTEL- UND GASTSTÄTTENVERBANDES DEHOGA BAYERN TURNUSGEMÄSS IM AUGSBURGER KONGRESS AM PARK GETAGT. FÜR SCHATZMEISTER JÜRGEN LOCHBIHLER VON „DER PSCHORR“ IN MÜNCHEN, DER SEIN AMT AUFGRUND EINES NEUEN HOTELPROJEKTS NIEDERGELEGT HATTE, WÄHLTEN DIE DELEGIERTEN LEO DIETZ VON DER HOWDY GMBH IN AUGSBURG ALS NACHFOLGER. IN DESSEN AMT ALS LANDESREVISOR WURDE MARTIN STÜRZER, HOTEL EUROPÄISCHER HOF UND MARC HOTEL IN MÜNCHEN, NACHGEWÄHLT.

Im Rahmen des Führungsgremiums wurde Stefan Wild, der seit 1997 für den DEHOGA Bayern ehrenamtlich aktiv ist, darunter die letzten zehn Jahre als Vorsitzender des Fachbereichs Hotellerie, mit der Verdienstmedaille mit Ehrennadel in Gold ausgezeichnet. Wild, der sich vor allem in den für die Branche schwierigen vergangenen Wochen und Monaten ganz besonders engagiert hat, erhält die Auszeichnung für seinen langjährigen, unermüdlichen Einsatz im Verband sowie seine herausragende Hingabe für das Gastgewerbe, insbesondere für die Hotellerie. ☺



Liebe Mitglieder,

ich habe die große Ehre, mich als Ihren neu gewählten Schatzmeister vorzustellen. In den vergangenen 12 Jahren als Vorsitzender im Kreis Augsburg lernte ich die Verbandstätigkeit bereits bis ins kleinste Detail kennen und durfte zudem seit 2013 als einer von drei Landesrevisoren tätig sein. Weitere Informationen zu meinem persönlichen Werdegang sind auf der Homepage www.leodietz.com zu finden. Ich freue mich auf die neue und verantwortungsvolle Aufgabe als Schatzmeister des DEHOGA-Landesverbands.



SORGENTELEFON
+49 89 28760-222



ANRUFZEITEN: MONTAG- UND MITTWOCHABEND
ZWISCHEN 19.00 UND 23.00 UHR



DER DEHOGA BAYERN HÖRT ZU UND GIBT RAT

ANONYMES SORGENTELEFON FÜR GASTGEBER IN DER KRISE

DIE ANFORDERUNGEN AN GASTRONOMEN UND HOTELIERS SIND SCHON IM GEWÖHNLICHEN BERUFLICHEN ALLTAG GROSS. DOCH DIE BESCHRÄNKUNGEN UND BESCHÄFTIGUNGSVERBOTE IM ZUGE DER CORONA-PANDEMIE STELLEN ALLE UNTERNEHMER UND MITARBEITER DER BRANCHE VOR IMMENSE HERAUSFORDERUNGEN, DIE NICHT SELTEN AUCH MIT PSYCHISCHEN BESCHWERDEN EINHERGEHEN. HIER WILL DER DEHOGA BAYERN MIT SEINEM ANONYMEN SORGENTELEFON HELFEN. BETROFFENE MITGLIEDER KÖNNEN ZWEIMAL PRO WOCHE RAT EINHOLEN, NEUE PERSPEKTIVEN ERHALTEN ODER SICH EINFACH EINMAL DEN FRUST VON DER SEELE REDEN – DER DEHOGA BAYERN HÖRT ZU.

Jeden Montag- und Mittwochabend können Bayerns Wirte zwischen 19.00 und 23.00 Uhr beim Sorgentelefon anrufen, um mit geschulten Gastgebern und Fachleuten ihre individuellen Sorgen und Ängste zu besprechen. Häufig ergeben sich in den Gesprächen auch praktische Lösungswege. „Unser Sorgentelefon besteht seit Oktober dieses Jahres und wird vielfach in Anspruch genommen“, resümiert Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert über die Startphase des Projekts. „Uns war es ein Anliegen, nicht nur politisch und auf geschäftlicher Basis für unsere Mitglieder da zu sein, sondern ihnen auch auf privater Ebene eine Unterstützung zu bieten. Daher haben wir uns auch für die Abendstunden nach den üblichen Geschäftszeiten des Verbands entschieden. In diesem anonymen Rahmen können wir unseren Mitgliedern nicht nur so manchen individuellen Ratschlag mit auf den Weg geben, wir erfahren aus erster Hand auch viel über die dringlichsten Probleme im derzeitigen Alltag unserer Branche. Diese Erkenntnisse können wir auch in politischen Gesprächen dazu nutzen, um der bayerischen Gastronomie genau dort zu helfen, wo es gerade am nötigsten ist.“ Sollte die Leitung einmal belegt sein, können Mitglieder mit Gesprächsbedarf auch eine E-Mail an: sorgentelefon@dehoga-bayern.de mit ihrer Telefonnummer schreiben – die Mitarbeiter des Sorgentelefons rufen auch gerne zurück. Selbstverständlich werden alle Daten vertraulich behandelt. ☒



BLITZLICHTBERATUNG DES BAYERISCHEN HOTEL- UND GASTSTÄTTENVERBANDS

KOSTENLOSE ANALYSE ZUR STEIGERUNG DER WIRTSCHAFTLICHKEIT

GERADE IN WIRTSCHAFTLICH SCHWIERIGEN ZEITEN IST ES WICHTIG, DAS EIGENE UNTERNEHMEN KRITISCH AUF FAKTOREN DER EFFIZIENZ UND WIRTSCHAFTLICHKEIT ZU PRÜFEN. HIERFÜR BIETET DER BAYERISCHE HOTEL- UND GASTSTÄTTENVERBAND EINE SOGENANNT „BLITZLICHTBERATUNG“ AN. DIE BERATUNG SOLL DEN GASTGEBERN BAYERNS HELFEN, POTENZIALE, ABER AUCH SCHWACHSTELLEN DES EIGENEN BETRIEBS AUFZUZEIGEN. GLEICHZEITIG SOLL SIE IMPULSGEBER FÜR NEUE IDEEN, KONZEPTE, MASSNAHMEN ODER KOOPERATIONEN SEIN.

Die Blitzlichtberatung ist eine Momentaufnahme zur Potenzial- und Schwachstellenanalyse von klein- und mittelständischen Unternehmen des Gastgewerbes mit Sitz in Bayern.

VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE BERATUNG

Gefragt ist Offenheit für Veränderungen. Nachdem es Ziel ist, Betrieben zu helfen, werden neben den Stärken des Betriebs auch „schonungslos“ die Schwächen aufgezeigt. Nur wer diese kennt und bereit ist, daran im

Nachgang etwas zu ändern, wird von der Beratung profitieren.

WER IST FÖRDERBERECHTIGT?

Anmeldeberechtigt sind gastgewerbliche Betriebe mit Sitz in Bayern mit weniger als 20 Vollzeitbeschäftigten, deren Jahresumsatz unter 2 Millionen Euro netto liegt.

ZUSÄTZLICHE KRITERIEN

Für die kostenlose Blitzlichtberatung können sich konzessionierte Gastronomiebetriebe mit Sitzplatzangebot und herkömmlicher Bedienung sowie Beherbergungsbetriebe mit mindestens zehn Betten anmelden. Ausgenommen sind Franchisenehmer. Darüber hinaus darf der De-minimis-Zuwendungsrahmen durch einen Beihilfebetrag beziehungsweise Subventionswert von 200.000 Euro – bezogen auf einen

Zeitraum von drei Steuerjahren – nicht erreicht worden sein. Eine Mitgliedschaft im DEHOGA Bayern ist nicht erforderlich.

BERATUNG AUCH OHNE FÖRDERBERECHTIGUNG

Auch nicht förderfähige DEHOGA-Mitgliedsbetriebe können sich für einen Unkostenbeitrag in Höhe von 600 Euro (inkl. MwSt.) zur Blitzlicht-Beratung anmelden. Nicht-Mitglieder zahlen 800 Euro (inkl. MwSt.).

EINFACH ONLINE ANMELDEN

Die Anmeldung zur Blitzlichtberatung kann bis Ende 2021 erfolgen und ist ganz einfach: Sie erfolgt über das Anmeldetool auf der Homepage www.wirtshauskultur.bayern/blitzlichtberatung. Hier erhalten Interessierte auch weitere Informationen zum Thema. ☺





S&P Küchen-Lüftung



Individuelle Rezepte für jede Küche

- 1 Zu- und Abluftgeräte** – in großer Auswahl bis ca. 20.000 m³/h in Abhängigkeit des Montageortes im oder außerhalb des Gebäudes
- 2 ASR System** – zur gemeinsamen Steuerung von Zu- und Ablufteinheiten mit nur einem Bedienteil bei exakt einstellbaren Luftmengen
- 3 Fettvernichtung** – verringert die Verschmutzung bei gleichzeitiger Reduzierung von Brandlasten im Abluftnetz durch UV-Behandlung und verlängert die Reinigungsintervalle
- 4 Geruchsreduzierung** – durch Luftbehandlung mit Ionen
- 5 Wärmerückgewinnung** – individuell ausgelegt mit Kompaktgeräten (ab 4.000 m³/h Zuluftmenge vorgeschrieben) nach entsprechender Abluftbehandlung
- 6 BlowAway** – vermeidet Geruchsbelästigung der Nachbarschaft



IDEENPOOL DES DEHOGA BAYERN

Woh!

AUßERGEWÖHNLICHE ZEITEN ERFORDERN AUßERGEWÖHNLICHE MAßNAHMEN

IM IDEENPOOL AUF DER HOMEPAGE DES BAYERISCHEN HOTEL- UND GASTSTÄTTENVERBANDS WERDEN UNKONVENTIONELLE UND AUßERGEWÖHNLICHE IDEEN UND KONZEPTE GESAMMELT: ANGEHÖRIGE DER HOTEL- UND GASTRONOMIEBRANCHE SOLLEN MÖGLICHE WEGE AUFGEZEIGT WERDEN, UM SICH SELBST IN ZEITEN DER KRISE NEU ZU ERFINDEN. GASTGEBER BAYERN STELLT EXEMPLARISCH VIER BEISPIELE UNTER VIELEN GROSSARTIGEN IDEEN VOR, DIE DEN EINFALLSREICHTUM DER BRANCHE ZEIGEN. VIELE WEITERE EINFÄLLE UND ANREGUNGEN FINDEN SICH UNTER WWW.DEHOGA-BAYERN.DE/CORONAVIRUS/IDEENPOOL/, DER FÜR MITGLIEDER KOSTENFREI EINZUSEHEN IST.

CREATIVHOTEL LUISE ERLANGER CARE-PAKET

Keine App, keine Plattform. Sondern klassisch zum Anfassen – eine kleine Box, mit der sich die Menschen gegenseitig unterstützen und wertschätzen können. Eine innovative Idee des Kreativhotels Luise in Erlangen, um mit der Krise umzugehen. Das „Erlanger CarePaket“ konnte für 30 Euro erworben werden, um es Mitarbeitern, Freunden oder Fremden (zum Beispiel Krankenschwestern, der netten Dame oder dem netten Herren an der Kasse) zu schenken. Das Paket mit unterschiedlichen Produkten regionaler Herkunft für den alltäglichen Gebrauch wurde vom Hotel auf Wunsch auch ausgeliefert. Neben einem kleinen Nebenverdienst wurden auf diese Weise auch Produkte an den Mann gebracht, die durch die Ladenschließungen im ersten Lockdown vernichtet worden wären. Geschäftsführer Benjamin Förtsch erinnert sich: „Wir kamen auf die Idee des Care-Pakets, weil wir zum einen unseren Lieferanten helfen und zum anderen auch unseren eigenen Mitarbeitern ein eigenes Projekt geben wollten. Nachdem im ersten Lockdown viele in Quarantäne mussten, war die Nachfrage groß, den Freunden oder der Familie eine Freude zu bereiten. Mit dem Care-Paket gab

es eine neue Möglichkeit, die Quarantäne etwas angenehmer zu gestalten. Inspiriert von den Care-Paketen des Militärs sollten unsere Paketchen nicht nur Lebensmittel sondern auch Inspiration und Motivation weitergeben. Das Feedback war überwältigend, wir bekamen Dankschreiben, obwohl wir die Pakete „nur“ vertrieben hatten. Ursprünglich waren 200 Pakete geplant. Mit 430 wurden es letztendlich doppelt so viele innerhalb von knapp drei Wochen – die Aktion war ein voller Erfolg. Doch solche Projekte sollte man nicht überstrapazieren. So war es auch schnell wieder vorbei. Geplant ist eine Neuauflage des Care-Paketes nicht, aber die gesammelten Erfahrungen werden uns für zukünftige Projekte dieser Art sicher helfen.“

HOTEL CRISTAL HOTELZIMMER FÜR'S „HOME-OFFICE“

In Zeiten von Home-Office und Ausgangsbeschränkungen hat sich das Hotel Cristal in Nürnberg dazu entschlossen, seine Zimmer Arbeitnehmern anzubieten, die nicht in Ruhe zu Hause arbeiten können. Ein luxuriöses Büro mit WLAN, Schreibtisch, Kaffee. Geschäftsführerin Irma Lowig resümiert: „Wenn ein konzentriertes Arbeiten zu Hause nicht möglich ist,

weil ständig die Türen gehen, die Kinder spielen wollen oder der Partner nur eine kurze Frage hat, wird das Arbeiten im Home-Office schwierig. Freunde und Kollegen haben uns erzählt, wie schwierig sie sich zu Hause konzentrieren können und dass in einer Stadt wie Nürnberg nun mal nicht jeder eine Riesenwohnung hat, in der sich drei oder vier Familienmitglieder gleichzeitig entfalten können. Auf der anderen Seite hatten wir in zentraler Lage und ruhiger Seitenstraße 50 leere Zimmer, allesamt ausgestattet mit schnellem WLAN, Schreibtisch, Telefon und Telefax, Parkplatz vor der Türe, Mittagessen, Snacks sowie Minibar – und niemand stört. Wir mussten nur eins und eins zusammenzählen und kamen ziemlich schnell auf die Idee mit dem Homeoffice. Dauerhaft können wir von diesem Modell nicht leben, da wir derzeit nur eine Art Schutzgebühr verlangen. Dabei müssen wir noch nachkalkulieren. Aber die verschiedensten Gäste kamen – Studenten, die in Ruhe ihre Hausarbeit schreiben wollten, Manager und Sekretärinnen. Den Gästen hat es geholfen und uns hat es nicht ärmer gemacht. Getreu der Devise: Das Beste daraus machen. Und wer fragt, bekommt das Angebot selbstverständlich auch in Zukunft.

TREGLER ALM „FENSTERLN AUF DER TREGLER ALM“

Nachdem die Tregler Alm auch im zweiten Lockdown die Räumlichkeiten für die Vor-Ort-Bewirtung schließen musste, hat sich die Geschäftsführung kurzerhand für die Ausgabe von Essen und Getränken zum Mitnehmen entschieden. Die Besucher können sich Speisen und Getränke mitnehmen und auf der Almweide an der frischen Luft genießen. Die Betreiber Tanja und Markus Millauer erzählen: „Nachdem der Lockdown light verkündet wurde, überlegten wir, was wir unternehmen könnten, da die Ausgangsbeschränkungen lockerer waren, als im Frühjahr und „Essen to Go“ nach wie vor erlaubt ist. Dann kam uns die Idee zum sogenannten „Fensterln auf der Tregler Alm“ – der Ausdruck „to Go“ passt nicht auf eine Alm. Darum haben wir uns für eine andere Formulierung entschieden. Schnell war entschieden, dass wir es zum ersten Wochenende nach dem Lockdown light versuchen werden. Die Idee kommt super an und jeder ist dankbar, dass wir etwas anbieten – die Gäste holen sich etwas zum Essen, genießen die Sonne sowie die Aussicht und sammeln Kraft und Energie für den Alltag. Selbstverständlich sind die Einnahmen nicht mit dem Umsatz bei geöffnetem Betrieb zu vergleichen. Dennoch ist es besser als nichts und die Dankbarkeit der Gäste ist enorm. Das motiviert uns und hilft uns dabei, das Beste aus der Situation zu machen. So lange das Wetter mitspielt und die Leute wandern wollen, werden wir das „Fensterln“ von Freitag bis Sonntag von 11.00 bis 15.30 Uhr beibehalten. Unter der Woche steht ein Kühlschrank mit Getränken für die Wanderer draußen, an dem sie kühle Getränke erhalten und das Geld in die Kasse werfen (auch das funktioniert ganz gut) – vielleicht machen wir im Winter auch eine derartige Aktion mit Glühwein, sollte die Alm weiterhin geschlossen bleiben müssen.“

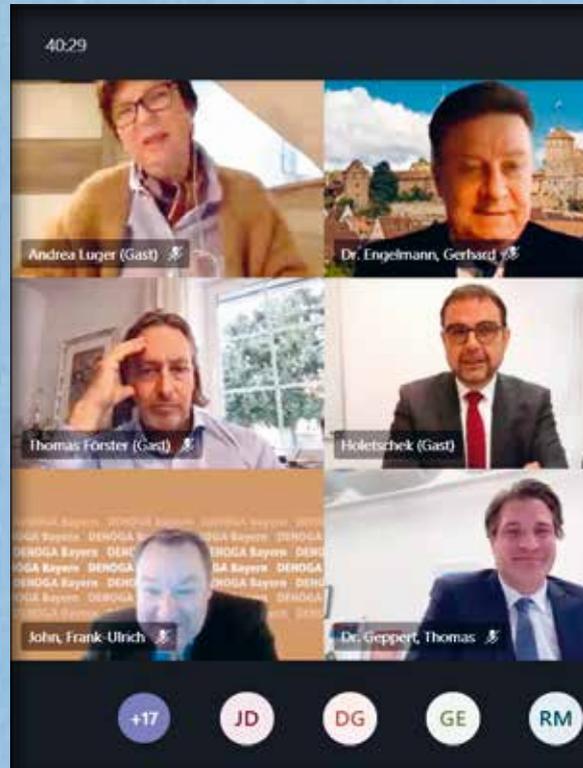
WEINGUT HANS WIRSCHING ONLINE-WEINPROBEN

Kein Kino. Kein Theater. Keine geselligen Abende im Lieblingsrestaurant. Kein Wellnesswochenende. Langsam wird es dem ein oder anderen zu Hause langweilig. Wieder einmal Zeit kreativ zu werden und eine prima Gelegenheit, um mit neuen Konzepten zu überzeugen. Das hat sich vermutlich auch das Weingut Hans Wirsching in Iphofen gedacht. Das Weingut bietet derzeit unter anderem Weinproben für das heimische Wohnzimmer an. Wie das geht? Einfach online einen Termin aussuchen und das dazugehörige Probenpaket bestellen. Kurz vor dem Termin erhält der Kunde einen Link und kann sich darüber dann problemlos einwählen. Jeder Teilnehmer hat sich am Termin selbst dann vielleicht bereits eine passende Kleinigkeit zum Essen vorbereitet und die richtige Atmosphäre für zu Hause geschaffen. Dann heißt es: ausgezeichnete Weine gemeinsam genießen. Egal ob gemütlich auf der Couch, elegant auf der heimischen Terrasse oder am Esstisch, wo man derzeit sonst im improvisierten Homeoffice sitzt.

Initiatorin Andrea Wirsching erklärt: „Neben Versand und Abholung mit Mund-Nasen-Schutz muss auf das gemeinsame Genuss-Erlebnis damit nicht verzichtet werden. Das ist sicherlich auch ein Konzept, das die Krise überdauern kann. Unsere Online-Weinproben entstanden eigentlich zufällig. Anfang März war ich zu einem virtuellen Tasting bei einem Rotary-Club eingeladen, der sich regelmäßig online trifft. Dort saßen wir noch ganz entspannt als Gruppe vor dem Bildschirm. Mich hat diese Technik sofort fasziniert. Zuhause fing ich sofort an, mit meinem Fernseher als zusätzlichem Bildschirm und mit Beleuchtung zu experimentieren. Dann pinnte ich eine alte grüne Tischdecke als Greenscreen an die Wand und konnte dadurch mit einem Hintergrundbild arbeiten. Die Technik stand, nun ging es darum, möglichst schnell ein Format auf den Weg zu bringen. Also Weine auswählen, einen Termin als buchbares Paket in den Online-Shop stellen, Konzept schreiben, Plattform suchen, Fotos und Grafiken sammeln und ab ins kalte Wasser. Meine Social-Media-erfahrenen Töchter zeigten mir, wie man sich richtig mit Puder schminkt. Dazu noch dicke Ohrringe und ein knallroter Lippenstift. Die ersten Proben standen Anfang April. Seitdem haben wir über 600 kleine und große Pakete verschickt. Die großen 6-er Proben moderiere ich zusammen mit unserem Oenologen, der sich von zuhause aus einwählt. Das bietet den Gästen zusätzliches Fachwissen und macht außerdem viel mehr Spaß. Bis Weihnachten haben wir noch viel zu tun. Ich denke, wir werden weitermachen, bis es wieder warm wird und die Corona-Zahlen abnehmen.“

Realisierung von Weihnachtsmärkten 2020

Im Rahmen eines Termins im bayerischen Wirtschaftsministerium mit Staatsminister Hubert Aiwanger, Entbürokratisierungsbeauftragten Walter Nussel und Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert, suchten Verbandsvertreter Lösungen hinsichtlich der Durchführbarkeit von Weihnachtsmärkten in Zeiten der Corona-Pandemie. (© StMW/E. Neureuther)



Gemeinsam stärker – Museen und Hoteliers in Oberfranken tauschen sich aus

Im Rahmen des bayernweiten Projektes „Museum & Tourismus“ besuchten Hoteliers aus Oberfranken verschiedene Museen, um sich ein eigenes Bild zu machen. Unter anderem lud DEHOGA Bayern-Kreisvorsitzender Stephan Ertl aus Kulmbach ins Porzellanikon in Selb und das Brauereimuseum in Kulmbach ein.

Im Gespräch mit dem Evang.-Luth. Regionalbischof Christian Kopp

Der evangelisch-lutherische Regionalbischof in München und Oberbayern Christian Kopp sowie Pfarrer Peter Lysy vom Kirchlichen Dienst in der Arbeitswelt KdA im Gespräch mit Susannne Droux, Geschäftsführerin der Berufsbildung des DEHOGA Bayern. Zusammen wurden die Auswirkungen der Krise auf das gesamte Gastgewerbe beleuchtet.

Praxis-Check unter der Leitung von Walter Nussel zum Thema „Leben mit Corona – Weiterentwicklung der Hygienekonzepte“

Unter anderen Präsidentin Angela Inselkammer (links), Präsidiumsmitglied Stefan Wild (r.), Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert (3. v.r.) sowie Walter Nussel, Beauftragter für Bürokratieabbau der Bayerischen Staatsregierung (2. v.l.), ließen sich von Prof. Dr. Gunnar Grün, stellvertretender Institutsleiter des Fraunhofer-Instituts für Bauphysik IBP (3. v.l.), einen Zwischenstand der Fraunhofer-Projektstudie im Bereich Lüftung präsentieren: Hier gibt es noch viele Möglichkeiten und Chancen, noch vor Weihnachten sollen Ergebnisse kommuniziert werden. Auch Schnelltests sollten angewendet werden dürfen – nicht verpflichtend aber zielgerichtet und ergänzend.



Videokonferenz mit Staatssekretär Klaus Holetschek

In einer Videokonferenz des Großen Vorstands mit Staatssekretär Klaus Holetschek wurde die aktuelle Corona-Situation erörtert und mögliche Erleichterungen für die Hotel- und Gastgewerbebranche diskutiert.

Bezirksdelegiertenversammlung Unterfranken

Am 26. Oktober wurde in Bad Kissingen anlässlich einer Bezirksdelegiertenversammlung die Nachwahl des unterfränkischen Bezirksvorsitzenden Heinz Stempfle (2. v.l.) durchgeführt, der aus Altersgründen zurückgetreten war. Thomas Dauenhauer (4. v.l.) wurde zu seinem Nachfolger gewählt, seine Stellvertreterin wurde Claudia Amberger-Berkmann. Einstimmig benannten die Mitglieder Heinz Stempfle zu ihrem neuen Ehrenbezirksvorsitzenden. Gratulationen gab es u. a. von Vizepräsident Thomas Förster (2. v.r.), Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert (r.) sowie Bezirksgeschäftsführer Michael Schwägerl (l.).



EINFALLSREICHTUM UND KREATIVITÄT IN EINER ZEIT DES AUSNAHMEZUSTANDS

Wege aus der Krise

DIE HOTEL- UND GASTRONOMIEBRANCHE GEHÖRT FRAGLOS ZU DEN AM SCHWERS- TEN BETROFFENEN WIRTSCHAFTSZWEIGEN DER CORONA-PANDEMIE. DIE KONKRETEN WIRTSCHAFTLICHEN FOLGEN DER KONTAKT- UND AUSGANGSBESCHRÄNKUNGEN SOWIE DER BEIDEN NAHEZU VOLLSTÄNDIGEN LOCKDOWNS DES GASTRONOMIE- UND BEHERBER- GUNGSSEKTORS WERDEN IN IHRER GANZEN TRAGWEITE WOHL ERST IN EINIGEN MONA- TEN ZU BEURTEILEN SEIN. UND DENNOCH – ODER GERADE DESHALB – IST JETZT DER RICHTIGE ZEITPUNKT GEKOMMEN, UM DEN EIGENEN BETRIEB SCHONUNGSLOS BEZÜGLICH VORHANDENER STÄRKEN UND SCHWÄCHEN ZU ANALYSIEREN UND SO DIE WEICHEN FÜR EINE ERFOLGREICHE ZUKUNFT DES UNTERNEHMENS ZU STELLEN.

Darum richtet diese Ausgabe von Gastgeber Bayern den Blick bewusst nach vorne und beleuchtet neben dem Ist-Zu- stand der Branche auch mögliche Ansätze, um einen Gewinn aus der derzeitigen „Zwangs- pause“ für sich und sein Unternehmen zu zie- hen. Schließlich lässt es der alltägliche Stress in der Gastronomie- und Hotelbewirtschaftung selten zu, sich einmal bewusst mit den per- sönlichen Werten und Zielen für sich und sein Haus auseinanderzusetzen. Den erzwungenen Abstand zum alltäglichen Geschäft sollten Ho- telbetreiber und Gastwirte darum gezielt dazu nutzen, trotz all der wirtschaftlichen Sorgen zur Ruhe zu kommen und sich mit geschickten strategischen Weichenstellungen fit für die berufliche Zukunft zu machen.

Denn nach dem überaus anspruchsvollen Geschäftsjahr 2020 und dem sicherlich noch

einmal schwierigen Winter 2020/2021 ist durchaus Licht am Ende des Tunnels zu erkennen: Die Virologie und Hygienewissen- schaft konnte im vergangenen halben Jahr viele praxisnahe Erkenntnisse zur Verbreitung des Virus und wirksamen Gegenmaßnahmen gewinnen. Mehrere erfolgsversprechende Impfstoffe stehen in den Startlöchern, um in einer ersten Phase besonders stark gefähr- dete Bevölkerungsgruppen zu schützen. Und nicht zuletzt die Bereitschaft und das Engagement aller Betreiber gastgewerblicher Einrichtungen, der Übertragung des Virus durch geeignete Hygiene- und Abstands- kontakte Einhalt zu gebieten – all dies wird dazu beitragen, dass das Jahr 2021 einen positiveren Verlauf nehmen wird, als das en- dende 2020. Der DEHOGA Bayern unterstützt seine Mitglieder auf dem Weg dorthin in einem umfangreichen Themenspezial auf der Homepage www.dehoga-bayern.de.

REINHARD KARDINAL MARX IM GESPRÄCH MIT DEHOGA BAYERN-PRÄSIDENTIN ANGELA INSELKAMMER

„WIR MENSCHEN SIND AUF SOZIALE KONTAKTE ANGEWIESEN“

ALS EINER DER BEKANNTESTEN VERTRETER DER KATHOLISCHEN KIRCHE SIEHT SICH AUCH REINHARD KARDINAL MARX (KM) IM CORONA-JAHR 2020 MIT BESONDEREN PERSÖNLICHEN UND INSTITUTIONELLEN HERAUSFORDERUNGEN KONFRONTIERT. IM GESPRÄCH MIT ANGELA INSELKAMMER (AI), PRÄSIDENTIN DES DEHOGA BAYERN, SCHILDERT DER KARDINAL DEN UMGANG SEINER KIRCHE MIT DER KRISE UND ERWEITERT DEN BLICKWINKEL AUCH AUF GESAMTGESELLSCHAFTLICHE AUFGABEN WÄHREND UND NACH DER PANDEMIE.

A I: HERR KARDINAL, WIE GEHT ES IHNEN DABEI, DASS CORONA-BEDINGT DIE KIRCHEN NUR SEHR BESCHRÄNKT GEÖFFNET SIND UND VIELE GLÄUBIGE NICHT IN DIE KIRCHEN KÖNNEN?

KM: Für uns ist in erster Linie wichtig, dass die Kirchen zum Gebet weiterhin geöffnet bleiben können – das war auch in der ersten Phase von Corona so! Allerdings konnten damals keine öffentlichen Gottesdienste stattfinden.

Auch wenn wir während des ersten Lockdowns täglich Gottesdienste gestreamt haben, hat es uns sehr betroffen gemacht, dass wir gerade in der Osterzeit nicht wie gewohnt die Messe feiern konnten. Ich hätte mir nie vorstellen können, dass man zur Feier der Osternacht nicht zusammenkommen kann; dass ich fast alleine im Dom war und der Gottesdienst per Livestream in die Wohnungen übertragen wurde. Das bot immerhin eine gewisse Möglichkeit. Und es haben viele Menschen zugeschaut – vielleicht sogar mehr, als in den Dom gepasst hätten (lacht).

”

**„Wenn Gott
Mensch geworden ist,
dann ist es gut, ein Mensch
zu sein.“**

(zitiert nach Papst em. Benedikt XVI.)

AI: IN DEN KIRCHEN DARF MOMENTAN NUR EINE BESTIMMTE ANZAHL AN GÄSTEN AN DEN GOTTESDIENSTEN TEILNEHMEN – ABHÄNGIG VON DER GRÖSSE DER KIRCHE. DADURCH KÖNNEN VIELERORTS NICHT ALLE AN DEN GOTTESDIENSTEN TEILNEHMEN, DIE DIES GERNE TUN WÜRDEN.

KM: Das stimmt. Es wird unterschiedlich geregelt – beispielsweise durch Anmeldungen. Ich stelle aber auch fest, dass eine ganze Reihe der vor allem älteren Besucher vorsichtig und zurückhaltend ist. Das kann ich auch verstehen. Dennoch wollen wir Mut machen: Kommt und versucht im Rahmen der Möglichkeiten, unter Maßgabe der entwickelten Schutzkonzepte, Gottesdienst zu feiern und im Kontakt zu bleiben. Wir tun alles, damit es möglich ist. Das haben Sie ja in Ihren Gaststätten – in den Phasen, in denen es möglich war – im Grunde nicht anders gemacht.

AI: WIR BIETEN ESSEN ZUM ABHOLEN AN, UM MIT UNSEREN GÄSTEN IN KONTAKT ZU BLEIBEN. WELCHE ANGEBOTE BIETET DIE KIRCHE, UM DEN BEDÜRFNISSEN DER MENSCHEN GERECHT ZU WERDEN?

KM: Die Pfarreien sind sehr kreativ und aktiv. Der Pfarrbrief ist eine Möglichkeit oder Telefonate – gerade mit Älteren, die man kennt. Es wird versucht, die Seelsorge in den Einrichtungen aufrecht zu erhalten, beispielsweise in Altenheimen oder Krankenhäusern. Unsere Seelsorgerinnen und Seelsorger sind auch in den Einrichtungen präsent und berichten mir, dass das auch möglich ist. Wir wollen etwa auch die Hilfe für Obdachlose verstärken, die jetzt ebenfalls in besonderer Weise betroffen sind. Im Rahmen der Möglichkeiten bleibt die Kirche auch jetzt präsent. Das ist mir wichtig. Es gibt viele Überlegungen, gerade jetzt vor Weihnachten, um weiterhin für die Menschen da zu sein!

AI: SIND SIE MIT IHREN KIRCHLICHEN EINRICHTUNGEN DER PFLEGE UND DEN WEITEREN SOZIALEN DIENSTEN JETZT BESONDERS GEFORDERT UND WIE GEHEN SIE DAMIT UM?

KM: Wir bemühen uns sehr darum, dass Seelsorge etwa in den Alten- und Pflegeheimen weiterhin möglich ist; insbesondere in Einrichtungen, die von der Kirche, der Caritas, den Ortsgemeinden oder sozialen Verbänden geleitet werden. Bereits im April haben wir eine Gruppe der Seelsorge für an Covid-19 Erkrankte geschult und eingesetzt, die mit einer speziellen Schutzausrüstung insbesondere in schweren Situationen zu den Menschen gehen und unter den vorgeschriebenen Schutzbedingungen auch Kranke und Sterbende begleiten kann, die mit Corona infiziert sind. Und das wird auch in Anspruch genommen.

AI: ICH HATTE SEITENS DER KIRCHE EINEN DEUTLICHEREN AUFSCHREI ERWARTET, ALS HARTE ISOLATIONSMASSNAHMEN VERABSCHIEDET WURDEN. ES SIND FÄLLE BEKANNT, IN DENEN MENSCHEN

Daher sind wir sehr froh, dass die Gottesdienste mittlerweile wieder öffentlich stattfinden können, auch wenn die Zahl der möglichen Teilnehmer eingeschränkt ist. Ich glaube, dass sich die Pfarrer ganz gut darauf eingestellt haben, und es jeden Sonntag in allen Pfarrkirchen einen Gottesdienst gibt. Das ist ein Trost für viele Menschen. Natürlich hoffen wir, dass wir bald wieder zu normaleren Zuständen kommen können, denn glücklich sind wir nicht mit den aktuellen Einschränkungen.

AUS EINSAMKEIT GESTORBEN SIND, WEIL SIE SICH IN DEN ZEITEN DER KONTAKTSPERREN REGELRECHT AUFGEGBEN HATTEN. HÄTTE DIE KIRCHE HIER STÄRKER AKTIV WERDEN SOLLEN?

KM: Wir müssen natürlich unterscheiden zwischen heute und der ersten Pandemiephase, in der auch die sozialen Einrichtungen noch nicht wussten, was sie tun konnten. Es gab Einrichtungen, in denen es kaum ein Problem war, dass ein Priester oder eine Seelsorgerin Dienst tun konnte; in anderen Einrichtungen war es deutlich schwieriger. Ich glaube, die Lage ist etwas übersichtlicher geworden. Anfänglich war kaum jemandem klar, wie die Infektionen verlaufen, was diese Krankheit bedeutet und welche Schutzkonzepte greifen. Diesbezüglich sind wir alle nach ein paar Monaten etwas klüger und können auch zielgerichteter Grenzen setzen. In der ersten Phase – so ist meine persönliche Empfindung – saß der Schock sehr tief. Die vorrangigen Sorgen galten den Fragen: Was kann man überhaupt tun? Wie kann man Leben schützen? Wie kann man Menschen, die alt oder krank sind, davor bewahren, durch das Virus zu sterben? Das kann ich verstehen.

In der Situation waren auch wir als Kirche nicht klüger als andere, und haben doch im Lauf des Jahres immer mehr Möglichkeiten geschaffen, um gerade an der Seite der Menschen zu sein, die besonders in Not sind.

AI: SCHLIESSLICH BESTEHT DER MENSCH AUCH VIEL AUS SEELE. DASS MAN AUCH DIESBEZÜGLICH SCHADEN NEHMEN KANN, KOMMT MIR IN DIESER KRISE PERSÖNLICH ETWAS ZU KURZ – WIE SEHEN SIE DAS?

KM: Das ist sicherlich so – wir Menschen sind auf soziale Kontakte angewiesen. Und die Kirche ist einer der Orte, an dem das sichtbar wird. Deswegen bedeuten die Maßnahmen einen enormen Einschnitt in unser Leben. Wir müssen alles dafür tun, dass Menschen Kontakte haben, miteinander Beziehungen aufnehmen können und nicht isoliert sind. Das ist sicherlich eine Lern-Erfahrung, die wir in den ersten Wochen

gemacht haben, das habe ich auch öffentlich gesagt: Die Kinder und Jugendlichen sowie die Alten und insbesondere die, die allein sind, sind zuerst ein wenig aus dem Blick geraten. Auf sie müssen wir besonders achten – auch nach Corona dürfen wir nicht vergessen, dass diese Gruppen besondere Nähe und intensive Zuwendung brauchen. Hier sind wir als Kirche natürlich besonders gefordert.

AI: VIELE MENSCHEN SIND DURCH DIE EINSCHRÄNKUNG IHRER BEWEGUNGSFREIHEIT UND DER BEGRENZUNG IHRER RECHTE NIEDERGESCHLAGEN. BESONDERS UNSERE WIRTE UND HOTELIERS SEHEN SICH NACH EINER UMFRAGE ZU 72 PROZENT IN IHRER EXISTENZ GEFÄHRDET UND IHRE LEBENSLEISTUNG DURCH DIE FINGER RINNEN. WIE KANN DER CHRISTLICHE GLAUBE EINEM DA HOFFNUNG GEBEN?

KM: Zunächst einmal muss man festhalten: Die Krise betrifft nicht alle gleich. Das berührt auch

„**Wenn wir alle eine Gesellschaft sind, müssen wir die Lasten, die für viele mit Herausforderungen verbunden sind und für die keiner etwas kann, auf alle gerecht verteilen.**“

mein Gerechtigkeitsempfinden. Wenn wir alle eine Gesellschaft sind, müssen wir die Lasten, die für viele mit Herausforderungen verbunden sind und für die keiner etwas kann, auf alle gerecht verteilen. Dennoch sind einige deutlich mehr belastet als andere – dazu gehört ja auch Ihr Wirtschaftszweig. Gastwirtschaften, Restaurants, die Kultur, auch viele Selbstständige – sie alle sind deutlich mehr belastet als beispielsweise Arbeitnehmer, die etwa Homeoffice machen können und deren Betrieb ohne Kurzarbeit oder Entlassungen weiterläuft.

Darum muss man gerade jetzt sehr achtsam sein, um die Ungleichheiten nicht größer werden zu lassen. Es ist schwierig, wenn die einen vor Existenzgefährdungen stehen, während die anderen ganz gut durchkommen. Dies könnte auch langfristig negative Folgen haben. Sicher kann der Staat nicht alle Probleme lösen, aber es muss gerade mit Blick auf die besonders Betroffenen deutlich gemacht werden, dass es eine gesellschaftliche Solidarität gibt. Das finde ich wichtig – gerade auch aus christlicher Perspektive. Dies wird übrigens auch für die Phase der Aufarbeitung ein wichtiger Punkt sein – schließlich wird nach Corona nicht alles wieder so sein, wie zuvor.

Auch die Zukunft der gastronomischen Betriebe wird Gegenstand dieser Diskussion sein, denn auch Gastronomie ist ein Teil der Kultur. Ich bin ein großer Freund von Musik und Kunst, das ist eine große Leidenschaft von mir; aber auch die Gastwirtschaft vor Ort ist ein Kulturträger. In den vergangenen 20 Jahren, schon lange vor Corona, haben wir ein Sterben vieler gastronomischer Einrichtungen erlebt, insbesondere in den Dörfern. Das hat mich besorgt; nicht weil ich ein häufiger Gast in Wirtschaften wäre, die Zeit fehlt mir (lacht), aber ich freue mich auch jedes Mal, wenn man im Urlaub oder mit Freunden in einer schönen bayerischen Wirtschaft sitzt und den Tag in einer großen Gemeinschaft ausklingen lässt. Das ist ein Teil von Lebenskultur, etwa auch nach dem Firmgottesdienst.

AI: WIR SAGEN JA STETS, DASS DIE GASTRONOMIE RELEVANT FÜR UNSERE LEBENSQUALITÄT IST...

KM: Das würde ich sofort unterstreichen (lacht).

AI: ES GIBT AUCH NOCH ANDERE PROBLEME WIE KRIEG, HUNGER, LEID UND KUMMER AUF DER WELT. WIE KÖNNEN SIE DIE HERZEN DER MENSCHEN AUCH FÜR ANDERE NÖTE ÖFFNEN? VIELLEICHT RELATIVIERT SICH DADURCH JA DIE WAHRNEHMUNG DER EIGENEN PROBLEMATIK..

KM: Der Umgang des Einzelnen mit der Krise ist sehr unterschiedlich. Wer vorher ein Leben geführt hat, das stark von Kreativität, Mut und Hoffnung geprägt war, der findet auch in einer Krise eher Möglichkeiten, diese schwere Zeit auch als Chance zu begreifen. Für die, die vorher schon Schwierigkeiten hatten, ist die Krise oft ungleich härter. Gerade für diese Menschen sind die Kirche und die gesamte Gesellschaft wichtig, damit sie wieder Mut fassen und nach vorne schauen können. Natürlich kann man sich nicht jede Situation schön reden – dennoch liegt in jeder Krise auch eine Chance. Als Christen können wir zu dieser Perspektive mit beitragen, da unser Glaube uns auf das Kommende ausrichtet und Hoffnung schenkt. Das ist auch die Botschaft von Weihnachten. Vielleicht könnte auch dieser zweite Lockdown als eine Art „kreative Pause“ verstanden werden, die dazu genutzt werden kann, einmal etwas herunterzufahren. Auch die Familie bekommt – nicht zuletzt in der Vorweihnachtszeit – wieder einen anderen Stellenwert. Weihnachten fällt nicht aus! Es bleibt aber die Frage, wie man es gestaltet.

AI: VIELE MENSCHEN VERBRINGEN JETZT SEHR VIEL ZEIT MIT DEM COMPUTER. WIE BEOBACHTEN SIE DIE ENTWICKLUNG, DASS DIE VIRTUELLE WELT IMMER MEHR RAUM IM LEBEN DER MENSCHEN EINNIMMT?

„**„Weihnachten fällt nicht aus! Es bleibt aber die Frage, wie man es gestaltet.“**“

KM: Diese Corona-Zeit verschärft natürlich auch viele Dinge. Ich freue mich wirklich darüber, dass auch manche Großmütter und Großväter jetzt zum Beispiel skypen – das ist ja etwas Positives. Auch in unseren Alten- und Seniorenheimen sollte die Digitalisierung weiter voranschreiten.

Dennoch gibt es auch die Kehrseite: dass sich – vielleicht insbesondere die jungen – Menschen noch stärker in den sozialen Medien verfangen und der reale Kontakt zu den Mitmenschen darunter leidet, ist eine Gefährdung. In der Heiligen Schrift heißt es: Es ist nicht gut, dass der Mensch allein ist. Nun könnte man sagen, wir sind heute auch nicht allein, wenn wir über Bildtelefonie oder Videokonferenzen verbunden sind. Und dennoch ist es etwas anderes, wenn wir zusammen sind oder Kinder miteinander spielen können – und das nicht nur virtuell. Der Ansatzpunkt muss doch sein, Menschen zu befähigen, ihr Leben positiv anzunehmen. Da ist die christliche Botschaft ein sehr guter Ratgeber, getreu dem Motto: Nehmt das Leben positiv wahr, denn es ist von Gott geschenkt. Und, wie es der emeritierte Papst Benedikt XVI. einmal sagte: Wenn Gott Mensch geworden ist, dann ist es gut, ein Mensch zu sein

AI: TEILEN SIE DIE SORGE, DASS SICH DIE MENSCHEN KÜNFTIG MEHR IN SICH ZURÜCKZIEHEN UND DEN MUT VERLIEREN, SICH MIT



Reinhard Kardinal Marx im Gespräch mit DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer und Gastgeber Bayern-Chefredakteur Frank-Ulrich John

IHREM GEGENÜBER AUSEINANDERZUSETZEN, WEIL IHNEN MIT DER ZEIT DIE ÜBUNG DES SOZIALEN MITWEINANDERS FEHLT?

KM: Ja, aber das war auch schon vor Corona der Fall. In den Anfangszeiten des Internets verknüpfte man damit eine enorm positive Erwartungshaltung, dass sich alle mit allen vernetzen und über alles austauschen können. Heute stellen wir fest, dass nicht jede Erwartung erfüllt wurde. Wir erleben regelrechte Kommunikationsblasen, vor Corona genauso wie heute. Daraus entsteht die Gefahr, dass die Gesellschaft verlernt, den anderen als Partner, als Freund oder auch als politischen Gegner zu sehen – und nicht als Feind oder Lügner. Diese Spaltungen innerhalb der Gesellschaft sind stärker geworden. Der zunehmende Populismus und viele Diskussionen, die wir im Augenblick führen, sind ein Zeichen dafür. Hier sind wir alle gefordert und da muss auch die Kirche ein Ort sein, an dem wir es schaffen, miteinander zu reden und aufeinander zu hören, anstatt die Aussagen des Gegenübers schon im Vorhinein aufgrund einer unterstellten Haltung vom Tisch zu wischen. Auch Jesus hört erst einmal zu: „Was willst du, dass ich dir tue?“ Die Fähigkeit zum echten Dialog ist ein Grundpfeiler für die Demokratie. Es macht mir durchaus Sorgen: Wenn die Fähigkeit schwindet, miteinander zu sprechen und sich zuzuhören, ist die Demokratie in höchster Gefahr.

AI: ES GIBT VIELE MENSCHEN, DIE DURCH IHR UNVERANTWORTLICHES HANDELN DER UNGESCHÜTZTEN KONTAKTE IN GROSSEN GRUPPEN DAS WIEDERAUFBLÄHEN DER PANDEMIE BEFEUERN. WIE KÖNNEN WIR VOR ALLEM JUNGE MENSCHEN, DIE EIN BESONDERES BEDÜRFNIS NACH KONTAKTEN HABEN, DAVON ÜBERZEUGEN, SICH AN DIE MASSNAHMEN ZU HALTEN. KANN DIE KIRCHE DA MIT DEM AUFRUF ZUR VERANTWORTUNG FÜR DEN NÄCHSTEN ETWAS TUN?

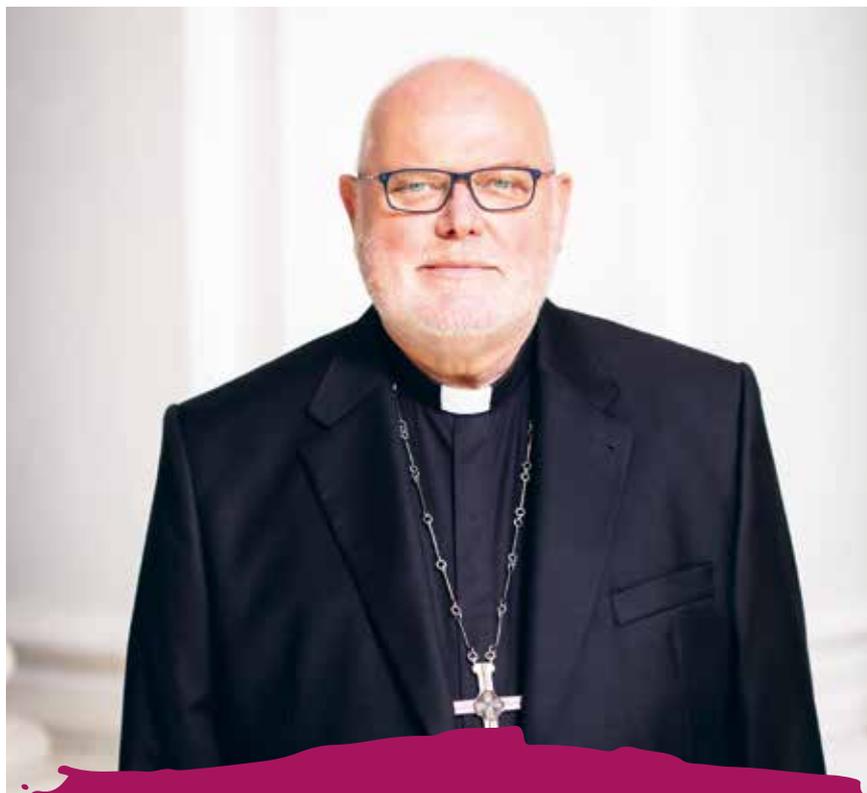
KM: Grundsätzlich ist mir die Feststellung wichtig, dass die Akzeptanz der Maßnahmen keine Frage des Alters ist. Es gibt betagte Leute, die sich an gar nichts halten und viele, viele junge Menschen, die sehr diszipliniert sind. Grund-

sätzlich müssen wir dankbar sein, dass sich eine überwältigende Mehrheit der Bevölkerung an die Maßnahmen hält – jedenfalls bis jetzt. Der Staat muss dennoch klar handeln, wenn Menschen durch die Missachtung von Maßnahmen gefährdet werden. Zugleich müssen wir uns alle bemühen, auch die Zweifler und Verweigerer zu erreichen, auch wenn es schwer ist. Wir sollten jedoch nicht vergessen, dass sich eine große Mehrheit positiv verhält und einsieht, dass wir etwas tun und uns an die Vorschriften halten müssen, auch wenn das die persönliche Freiheit zum Teil stark einschränkt.

AI: PFARRER UND WIRT, KIRCHE UND WIRTSCHAUS HABEN EINE GROSSE SEELSORGERISCHE BEDEUTUNG. SIE HÖREN DEN MENSCHEN ZU

UND NEHMEN SIE ALS INDIVIDUEN WAHR. GLAUBEN SIE, DASS NACH DER CORONA KRISE DIE KIRCHE UND DIE WIRTSCHÄUSER MEHR WERTGESCHÄTZT WERDEN, WEIL SIE SCHMERZLICH VERMISST WURDEN?

KM: Ich hoffe sehr. Die Frage ist doch, wie die Menschen weiterhin leben wollen: Wenn Sie die Bayern fragen, ob sie ein Land ohne Wirtschaftshäuser und Biergärten möchten, werden dies die meisten verneinen. Wenn Sie weiter fragen, ob die Menschen verfallene Kirchen haben möchten, wird auch dies vielen nicht gefallen. Darum sage ich: Geht sonntags in die Kirche und danach in den Biergarten – dann habt Ihr nicht nur etwas für Eure Seele und den Leib getan, sondern auch für die Kultur Bayerns. ☺



ZUR PERSON

Reinhard Kardinal Marx ist Kardinal der römisch-katholischen Kirche und seit Februar 2008 Erzbischof von München und Freising sowie Metropolit der zugehörigen Kirchenprovinz. Seit 2010 ist er Kardinalpriester von San Corbiniano. Von 2012 bis 2018 war Kardinal Marx Präsident der Kommission der Bischofskonferenzen der Europäischen Gemeinschaft, von 2014 bis März 2020 war er Vorsitzender der Deutschen Bischofskonferenz.

**FÜR EINEN REIBUNGSLOSEN
WIEDEREINSTIEG IN DEN BETRIEB**

PRAXIS-CHECK FÜR HOTELIERS UND GASTRONOMEN

Bei der schrittweisen Öffnung des Gastronomie- und Hotelbetriebs gilt es, die festgelegten Rahmenbedingungen und Vorschriften zu beachten und richtig im eigenen Betrieb umzusetzen. Als Betreiber sind Sie dazu verpflichtet, diese Rahmenbedingungen, neben der Ausarbeitung eines Hygienekonzepts nach HACCP, in Ihrem Betrieb zu implementieren. Nur so gewährleisten Sie die Sicherheit unter Berücksichtigung der Hygienestandards für Ihre Gäste.

Mit dem CORONA-FIT-CHECK haben Sie die Möglichkeit, im Rahmen eines Rundgangs durch Ihren Betrieb unter Anleitung einer geschulten Fachkraft die bereits getroffenen Maßnahmen in Ihrem Betrieb vor Ort zu überprüfen und gegebenenfalls zu optimieren. Zudem erhalten Sie praxisnahe Tipps und Anregungen für die erfolgreiche Wiedereröffnung Ihres Betriebs. Das Anmeldeformular sowie weitere Informationen zum CORONA-FIT-CHECK sind im Internet unter btg-service.de/corona-fit-check zu finden.

VORBEREITUNGEN IM BETRIEB IM VORFELD CORONA-FIT-CHECK:

- Vorhandenes Hygienekonzept (HACCP)
- Betrieb auf Corona-Vorschriften vorbereiten
- Aushänge/ Hinweise anbringen

Der Vorort Check dient der Überprüfung der umzusetzenden Maßnahmen inklusive praktischer Tipps.

CORONA-FIT-CHECK

- Analyse des IST-Zustands vor Ort anhand einer Checkliste mit ausgedehntem Betriebsrundgang
- Tipps & Anregungen durch den Coach
- Anpassung von Maßnahmen vor Ort
- Dauer: ca. 3 Stunden
- Kosten: EUR 350,- zzgl. MwSt. inkl. Reisekosten

CORONA-FIT-CHECK-PLUS

- Analyse des IST-Zustands vor Ort anhand einer Checkliste mit ausgedehntem Betriebsrundgang
- Tipps & Anregungen durch den Coach
- Anpassung von Maßnahmen vor Ort
- Schulung der Mitarbeiter zu den geltenden Hygienestandards
- Dauer: ca. 6 Stunden
- Kosten: EUR 550,- zzgl. MwSt. inkl. Reisekosten

KONTAKT

Bayern Tourist GmbH (BTG)

Jeannett Noll | Tel.: 089-28098-99 | E-Mail: beratung@btg-service.de
www.btg-service.de/corona-fit-check



GASTBEITRAG VON REGIONALBISCHOF CHRISTIAN KOPP

ES GIBT EIN LEBEN NACH CORONA

ERST DIE IMPFUNGEN WERDEN ZUVERLÄSSIG EIN ENDE DER COVID-19-PANDEMIE IN UNSERER OFFENEN UND AUF REISEN UND BEGEGNUNG AUSGERICHTETEN GESELLSCHAFT BRINGEN. 2021 WERDEN DIE IMPFSTOFFE DA SEIN UND FÜR ANDERE ZUSTÄNDE SORGEN. BIS DAS UMGESETZT IST, BRAUCHT ES WEITER GEDULD, UMSICHT UND KLARE GEMEINSAME BEMÜHUNGEN VON ALLEN, DIE AM BESTEHEN DIESER FREIHEITLICH DEMOKRATISCHEN GESELLSCHAFT MIT ALL IHREN SCHWIERIGEN ABSTIMMUNGSPROZESSEN INTERESSIERT SIND.

In der Pandemie haben wir gelernt, welche Auswirkungen in der globalen Welt Entscheidungen an einem Ende der Welt für andere Erdteile haben. Vielleicht lernen durch Corona noch mehr Menschen, dass die Interessen der Einzelnen und die der Gesellschaft nicht zu sehr aus dem Gleichgewicht geraten dürfen. Alle Menschen möchten ein gutes, vielfältiges, fröhliches Leben mit möglichst großen persönlichen Gestaltungsfreiheiten.

Vertrauen ist die Währung, die in einer Krise ganz besonders wertvoll ist. Die Pandemie hält uns den Spiegel vor und stellt die Vertrauensfrage: Worauf vertraust Du im Leben? Was trägt Dich, wenn Deine individuellen Möglichkeiten extrem eingeschränkt werden? Wir in der christlichen Kirche leben vom Vertrauen. Ohne Vertrauen – Christen nennen es Glauben oder Gottvertrauen – wird es schwer in Krisen. Vertrauen hilft gut auch in normalen Zeiten. Mir persönlich hilft mein Glaube sehr, die Hoffnung nicht zu verlieren. Ich setze meine Hoffnung darauf, dass sich unsere Situation verbessern wird. Wir werden eine Zeit nach Corona erleben und in Gaststuben und in Wirtsgärten ausgiebig lachen. Ich trainiere diesen Glauben und dieses Vertrauen jeden Tag – durch Gebet (gerne auch Stoßgebete), Meditation, regelmäßiges Singen unter der Dusche und beim Laufen an der Isar. Vertrauen ist erlernbar und einzuüben. Diese Übungen sind genauso wichtig wie regelmäßig gut zu essen. ☺

ZUR PERSON

Christian Kopp ist seit dem 1. Advent 2019 Evangelisch-Lutherischer Regionalbischof in München und Oberbayern. Der 1964 in Regensburg geborene Theologe wuchs in Garmisch-Partenkirchen auf. Er studierte in München, Erlangen, Bern und Tübingen. Als Pfarrer war er in Ingolstadt und Nürnberg tätig, zuletzt als Dekan. Christian Kopp hat zwei erwachsene Kinder und zwei Enkel. In seiner Freizeit genießt er Sport an der frischen Luft, ist interessiert an Musik, Oper und Theater und kocht gerne. Als Regionalbischof ist es seine Aufgabe, die Dekanate, Kirchengemeinden, die kirchlichen und diakonischen Orte im Kirchenkreis München und Oberbayern zu unterstützen. Er möchte dort das Gute zum Leuchten bringen und mit vielen Engagierten in Oberbayern Bewährtes pflegen und Innovatives ausprobieren und entwickeln.

ERFAHRUNGSBERICHT VON LEO DIETZ, SCHATZMEISTER DEHOGA BAYERN

Ich bin der Überzeugung, dass es ein „morgen“ geben wird

IM GEGENSATZ ZU HOTELS UND DER SPEISENGEPRÄGTE GASTRONOMIE WURDEN COCKTAILBARS UND NACHTCLUBS SEIT DEM ERSTEN LOCKDOWN MITTE MÄRZ FÜR MITTLERWEILE 10 MONATE DURCHGEHEND GESCHLOSSEN. LEO DIETZ, GESCHÄFTSFÜHRER DER HOWDY GMBH UND MEHRERER GETRÄNKE-LOKALE IN AUGSBURG, SCHILDERT SEINE ERFAHRUNGEN.



Angefangen hat alles 1987, als ich als branchenfremder Diskothekenkellner meine ersten Schritte im Nachtleben und der Gastronomie gewagt habe. Die Erlebnisse dort haben mich stark geprägt und wurden zum Wegbereiter für meine weitere Zukunft. Bald war klar, dass der Reiz des Nachtlebens mich nie mehr loslassen würde und ich meine Leidenschaft zu meinem Beruf machen möchte. In verschiedenen Betrieben durfte ich meinen Erfahrungsschatz ausbauen, bevor ich 1992 in der damals neu eröffneten Cocktailbar Peaches in Augsburg eine neue Heimat fand. Gemeinsam mit einem Geschäftspartner gründete ich im Jahr 2000 die Howdy GmbH und übernahm das Lokal, welches sich bis zum heutigen Tag größter Beliebtheit erfreut. Daneben betreiben wir weitere, ausschließlich getränkegeprägte Lokale in Augsburg.

ZAHLREICHE VORURTEILE GEGENÜBER NACHTCLUBS

Wer in diesem Bereich unserer Branche tätig ist, weiß, dass es der Branche gegenüber auch einige Kritiker gibt. Unsere zum Teil bis in die frühen Morgenstunden geöffneten Betriebe werden oft als „zweifelhaft“ eingestuft und auf übermäßigen Alkoholkonsum, Problempublikum, Drogenmissbrauch und Gewalt reduziert. Über

Jahre habe ich, so wie viele meiner Kolleginnen und Kollegen, um Anerkennung für unseren Zweig der Gastronomie gekämpft – im Verband sowie auch politisch, manchmal mit mehr, manchmal mit weniger Erfolg. Wie in jeder anderen Branche auch waren unsere Betriebe von guten und schlechten Zeiten betroffen, die wir dank unternehmerischer Entscheidungen gut überstanden haben. Mit dem völlig unerwarteten „Hammer“ Corona stellt sich nun immer mehr heraus, was die Nachtökonomie leistet und warum sie notwendig und sogar systemrelevant ist.

ZEHN MONATE STILLSTAND

Der Begriff „Pandemie“ hatte bisher nur eine abstrakte Bedeutung und man kannte solche Horrorszenarien ausschließlich aus Hollywood-Produktionen. Doch quasi über Nacht wurde die Bedrohung in Form von COVID-19 real. Abrupt und ohne jeglichen Vorlauf mussten Mitte März alle Vergnügungsbetriebe schließen – die daraus resultierende Leere können die Gäste nicht füllen. Das Lieblingslokal geschlossen, gemeinschaftliche Treffen in der Kneipe untersagt, die sozialen Kontakte auf ein Minimum reduziert – was man noch vor zehn Monaten für unmöglich hielt, ist traurige Wirklichkeit geworden. Und wir, als Wirte, handlungsunfähig und den politischen Entscheidungen auf Gedeih und Verderb machtlos ausgeliefert.

FESTER BESTANDTEIL DES KULTURELLEN LEBENS

„Das geht schon mal ein paar Wochen“ dachte man damals, doch mittlerweile sind knapp zehn Monate ins Land gezogen – zehn Monate, die uns verzweifeln lassen. Dabei ist nicht nur der kulturelle Stellenwert von Bars, Clubs und Diskotheken als Orte des Austauschs und des Miteinanders - vor allem auch für junge Menschen - hoch. Als soziale Anlaufstelle besteht hier im geregelten Rahmen auch die Möglichkeit, Kontakte nachvollziehbar und damit Infektionswege sichtbar zu machen. Anders, als dass bei Feiern im privaten Raum der Fall ist.

DIE DEVISE LAUTET: „WEITERKÄMPFEN“

Wenn Sie mich fragen, was die Zukunft bringt, dann habe ich keine passende Antwort. Aber ich kann Ihnen gerne erzählen, wie ich mich persönlich auf die Zukunft vorbereite: Ich bemühe mich um die von der Regierung bereitgestellten Übergangsgelder, halte meine Betriebe einsatzbereit und bereite zudem im Moment ein neues Konzept für einen Live-Club vor. Denn ich bin der Überzeugung, dass es ein „morgen“ geben wird, auch wenn traurigerweise nicht alle Betriebe die Krise überstehen werden. Im Verband werde ich weiter dafür kämpfen, dass eine Entfristung der Umsatzsteuerreduzierung unter Einbezug der Getränke kommt, damit wir – wenn es wieder los geht – zumindest einen Teil des verlorenen Jahres erwirtschaften können.

Persönliche Opfer gehören in dieser Zeit dazu. Ohne meinen Glauben an eine baldige Zukunft hätte auch ich unsere Betriebe schon längst aufgeben müssen, aber meine Leidenschaft für das, woran seit drei Jahrzehnten mein Herz hängt, ist groß. Auch wenn wir es von Natur aus gewohnt sind unser eigenes Ding zu machen, ist es nun umso wichtiger, zusammen zu halten und aus gemeinsamer Stärke das Beste für unsere Branche zu erreichen. In dieser starken Hoffnung arbeite ich weiter an einer positiven Zukunft. ☺

Leo Dietz,
Schatzmeister DEHOGA Bayern

ZUR PERSON

Leo Dietz wurde 1967 in Augsburg geboren und absolvierte nach der Schule zunächst eine Lehre als KFZ-Mechaniker. Neben seinem Einstieg in die Gastronomie machte er zudem eine Ausbildung zum Datenverarbeitungskaufmann, wurde dann erst Betriebsleiter und später Eigentümer eines gastronomischen Betriebs. Seit 2008 sitzt er im Augsburger Stadtrat und ist heute Vorsitzender der CSU-Stadtratsfraktion.

DIE FOLGEN DER CORONA-PANDEMIE

Tagen und Feiern in der Zukunft: Eine Prognose

DIE CORONAKRISE HAT DIE ART, WIE WIR UNS PHYSISCH BEGEGNEN, SOWIE UNSERE FREIZEITGESTALTUNG VÖLLIG AUF DEN KOPF GESTELLT. DAS TREFFEN MIT FREUNDEN, DER WÖCHENTLICHE STAMMTISCH IN DER KNEIPE, DIE EINWEIHUNGSPARTY DES KOLLEGEN – ALL DIESE BEGEGNUNGEN UND FEIERLICHKEITEN SIND DERZEIT NICHT ODER NUR EINGESCHRÄNKT MÖGLICH. DIESE RESTRIKTIONEN BETREFFEN NICHT NUR DEN PRIVATEN BEREICH, AUCH DIE GESCHÄFTSWELT WIRD DURCH DIE PANDEMIE ORDENTLICH „DURCHGESCHÜTTELT“: TAGUNGEN ODER MEETINGS KÖNNEN IN DER GEWOHNTE FORM NICHT MEHR DURCHFÜHRT WERDEN.



Klar ist, dass dieser Zustand wohl noch etwas anhalten wird – doch klar ist auch, dass wir eines Tages all diese Dinge wieder in unser Leben integrieren werden – die Frage ist nur wie. Inwiefern sich die Art des Tagens und Feierns ändern wird und welche Veränderungen sich daraus für das Gastgewerbe ergeben werden, wagt Stefan Wild, Vorsitzender des Fachbereichs Hotellerie und Geschäftsführer von Livenwork, Hotel & Coworking, in einer kurzen Prognose zu erörtern.

LANGFRISTIGE REFORMATION VON TAGUNGEN

Zwischen den beiden Lockdowns konnten wir sechs Monate lang erproben, in welche Richtung das Tagungsgeschäft gehen wird: immer größere Räume für immer weniger Personen. Man hat festgestellt, dass die Veranstaltungen genauso gut abgehalten werden können, wenn sich Teilnehmer online per Videochat dazuschalten. Dadurch verringert sich nicht nur das Risiko einer Ansteckung. Die Zeitersparnis, die sich durch diese Möglichkeit der Teilnahme ergibt, möchten viele nicht mehr missen. Und so wird es sich ergeben, dass Tagungen künftig kombiniert mit Teilnehmern vor Ort sowie mit Teilnehmern an den Bildschirmen daheim stattfinden werden. Experten merken für dieses Szenario an, dass das Miteinander am Veranstaltungsort einen größeren Stellenwert als bisher erhalten wird – attraktive Rahmenprogramme, Atmosphäre und Emotionen werden dann immer wichtiger. Denn dass Face-to-Face-Gespräche nicht ersetzbar sind, haben die Erfahrungen der letzten Monate gezeigt.

Auch das Thema Lufthygiene wird bleiben. Wird der Markt derzeit von diversen Produkten und Anbietern „geflutet“, wird sich langfristig die Spreu vom Weizen trennen und die wirksamsten Systeme werden sich herauskristallisieren. Auf diese Weise können wir unseren Gästen ein hohes Maß an Sicherheit garantieren. Die Art, wie Tagungen vor der Pandemie aufgestellt waren, wird verblasen – hybride Tagungen in sicherer Atmosphäre werden das Modell der Zukunft sein.

NEUE KALKULATIONSANSÄTZE

Haben wir traditionell unser Geld im MICE-Segment (Meetings Incentives Conventions Exhibitions beziehungsweise Events) mit den einzelnen Tagungsgästen verdient, werden wir zukünftig unseren Umsatz über die Vermietung der Räumlichkeiten generieren. Aufgrund der oben angesprochenen stark reduzierten Anzahl an Tagungsgästen vor Ort, rechnet es sich für uns nicht, pro Tagungsteilnehmer abzurechnen. Umsatz werden wir dann auf Grundlage von der Bereitstellung des Raums und der Ausstattung, wie die enthaltene Technik oder durch die Pandemie aufgekommenen Sicherheitsaspekte, machen. Ebenso ergeben sich Änderungen bei der Verpflegung: Das Catering muss dann beispielsweise als einzelner „Baustein“ hinzugebucht werden. Beim Thema Kalkulation wird das oberste Gebot sein, dass sich der Umsatz in Relation zur Raumfläche rechnet – hier müssen wir neue Wege gehen.

SERVICE ALS ECHTER MEHRWERT

Der Trend wird dahin gehen, dass sich Treffen oder Feierlichkeiten mehr ins Private verlagern werden. Dies muss aber keinesfalls einen Nachteil für uns darstellen: Sind wir es gewohnt, dass sich Freunde und Verwandte gemeinsam in unseren Bars und Restaurants im Gastraum treffen, werden geschlossene Nebenräume oder Séparées stärker nachgefragt werden. Hier kommen mir, um nur ein Beispiel zu nennen, private Dinnerpartys in den Sinn – eine bestimmte Anzahl an zusammengehörigen Gästen, die in geschützter und persönlicher Atmosphäre ein besonderes Abendessen genießen wollen. Für uns als Gastgeber ergibt sich dadurch die Chance, die hohe Kunst von Küche in Kombination mit ausgezeichnetem Service, glänzen zu lassen. Denn wie oft tranchieren, filetieren oder flambieren wir direkt am Tisch des Gastes im Alltag? Wir bekommen hier die Möglichkeit unseren Service auf ein neues Level zu heben und unserem Gast somit einen hohen Interessen- und Mehrwert zu bieten. Wer es also schafft, seinen Gästen, ob privat oder geschäftlich, das Gefühl von Sicherheit und Geborgenheit zu vermitteln und diesen auch die Extraportion an Service zuteilwerden zu lassen, ist für die Zukunft gut gerüstet – Voraussetzung ist natürlich stets das richtige Kalkulieren der angebotenen Dienstleistungen. ☺

„ICH GLAUBE, DASS ZUDEM
AUCH VIELES LOKALER WIRD.
DAS BEDEUTET AUS MEINER
SICHT, DASS SICH HOTELS
KÜNFTIG NOCH VIEL STÄRKER
LOKAL AUSRICHTEN MÜSSEN,
ALS SIE DAS IN DER VERGAN-
GENHEIT GETAN HABEN.“



INTERVIEW MIT CHRISTOPH HOFFMANN, GESCHÄFTSFÜHRENDER GESELLSCHAFTER 25HOURS HOTELS

Es ist wichtig, uns selbst weiterhin Mut zuzusprechen

ER LEBT UND LIEBT HOTELS – UND DAS EIGENTLICH SCHON SO LANGE ER DENKEN KANN. GLEICH NACH SEINEM ABITUR FÄHRT CHRISTOPH HOFFMANN MIT SEINEM BESTEN FREUND IN EINEM FORD FIESTA DURCH SÜDFRANKREICH. IN ÈZE SITZEN SIE IN EINER KLEINEN PIZZERIA, SCHAUEN ÜBER DIE DÄCHER AUF'S MEER UND SCHMIEDEN PLÄNE. „HIER EIN HOTEL BETREIBEN, DAS WÄR'S“ DENKEN SIE. HEUTE BETREIBT CHRISTOPH HOFFMANN MIT SEINEN BEIDEN KOLLEGEN ZAHLREICHE 25HOURS HOTELS. DABEI GLEICHT KEINES DEM ANDEREN. SIE SOLLEN ORTE FÜR KREATIVE SEIN, DIE INSPIRATION FÜR GROSSE IDEEN BIETEN. IM GESPRÄCH MIT GASTGEBER BAYERN BERICHTET CHRISTOPH HOFFMANN ÜBER SEINE ERFABRÜNGEN IM CORONA-JAHR 2020 UND ERKLÄRT, WARUM IHM DER BLICK IN DIE ZUKUNFT DABEI HILFT, DEN OPTIMISMUS NICHT ZU VERLIEREN.

HERR HOFFMANN, SIE SIND EIN KREATIVER KOPF UND HABEN MIT DEM AUFBAU DER 25HOURS-HOTELKETTE EINE GANZ NEUE HOTELWELT GESCHAFFEN. WOHER WUSSTEN SIE, DASS DER MARKT FÜR EIN DERARTIGES KONZEPT REIF IST?

Das wusste ich vielleicht gar nicht. Wir sind damals gar nicht mit einer strategischen Ausrichtung angetreten. Wir sind drei Partner und haben das Unternehmen gegründet. Eigentlich haben wir nur getan, was uns gefällt. Wenn man sich mal zurückversetzt ins Jahr 2005, dann war der deutsche Hotel-Markt noch nicht so diversifiziert, wie es seinerzeit vielleicht schon in den USA der Fall war. Wir haben uns bewusst weder im Luxus- noch im Low-Budget-Segment angesiedelt, sondern einen fließenden Zwischenbereich geschaffen. Dabei wollten wir die gute, alte Grand Hotellerie in eine eigene Welt übersetzen. Wir haben mit einem Hotel in Frankfurt an der Hanauer Landstraße angefangen. Es war uns von vorneherein klar, dass dort es kein Luxussegment gibt. Insofern war uns klar, dass das kein Bereich ist, der von Erfolg

gekrönt sein muss. Wir wollten eine Marke schaffen. Eine Hotelkette oder Hotelgruppe. Dabei war es uns eigentlich egal, ob wir drei oder 30 Hotels haben. Hauptsache, das Ziel war es, eine Marke mit einem starken Profil zu schaffen, mit einem starken Charakter.

GEHÖRT ZU JEDER ERFOLGREICHEN UNTERNEHMENSGRÜNDUNG EINE PORTION MUT IN DER UNGEWISSHEIT?

Ja, absolut. Ich habe damals allerdings in einer Situation begonnen, in der ich ohnehin im Umbruch war. Insofern habe ich für meine neuen Pläne nichts aufgegeben und bin dadurch ein verhältnismäßig geringes Risiko eingegangen. Ich wollte mich damals selbstständig machen. Ich hatte meine bis dahin ordentliche Karriere pausieren lassen und war auf der Suche nach einer neuen Richtung. Ich erinnere mich nicht daran, Angst gehabt zu haben. Ich habe eher extrem viel Energie und Neugierde verspürt und war wahnsinnig motiviert dadurch, dass meine Partner mir vertrauten und Freiheit gegeben haben.

WAS WAR IHR ERSTER GEDANKE, ALS ES IM MÄRZ HIESS, DIE HOTELS MÜSSTEN FÜR TOURISTEN AUF UNGEWISSE ZEIT SCHLIESSEN?

Ganz so war es ja gar nicht. Wir haben unsere Hotels nicht geschlossen. In Köln gab es nur für eine kurze Zeit ein Beherbergungsverbot. Das wurde aber ganz schnell wieder rückgängig gemacht. Und so haben wir in allen unseren Hotels die Lage konsolidiert und in Städten, in denen wir mehrere Hotels haben – Frankfurt, Zürich und Hamburg – stets ein Hotel offengelassen. Aber natürlich saß der Schock tief. Bei mir kam das eher schleichend. Ich habe diese Pandemie nicht wirklich ernstgenommen als man zum ersten Mal davon sprach. Auch mangels Erfahrung. Ich glaube, wenn ich lange in Asien gelebt hätte, wäre ich von Anfang an respektvoller mit dem Thema umgegangen. Doch als es ernst wurde, haben wir schnell reagiert und ganz verschiedene Dinge getan: Wir haben uns darum gekümmert, wie wir das Kurzarbeitergeld möglichst sinnvoll nutzen konnten, ohne dabei den Mitarbeitern allzu sehr wehzutun. Das andere große Thema waren die Vermietungen, wir haben ja fast nur Pachtverträge und das war eigentlich unser größtes Damoklesschwert nebst der Personalkosten. Das ist auch nach wie vor so. Da haben wir proaktiv gehandelt und haben allen Vermietern einen – so glauben wir nach wie vor – partnerschaftlichen Vorschlag unterbreitet, der dann vielfältigst behandelt wurde. Das waren zwei von mehreren großen Schwerpunkten, denen wir uns widmeten.

WOMIT HABEN SIE DERZEIT AM MEISTEN ZU KÄMPFEN? DA IST NATÜRLICH DER FINANZIELLE ASPEKT, KEINE FRAGE, ABER WAS BEWEGT SIE DARÜBER HINAUS?

Es ist wichtig, uns selbst weiterhin Mut zuzusprechen. Damit meine ich vor allem auch meine Kollegen, die in Hotels sind und jetzt auf ganz unsichere Zeiten zugehen. Viele waren in Kurzarbeit. Jetzt müssen wir wieder einige in Kurzarbeit schicken. Jetzt geht es wieder rasant bergab und wir mussten zurückrudern, fast wieder in den Modus, in dem wir während des Lockdowns waren. Das frustriert natürlich enorm. Es ist eine Riesen-Unsicherheit unter den Mitarbeitern, weil sie nicht

wissen, wie es weitergeht und wir wissen es ja in Wirklichkeit auch nicht. Wir sind natürlich nach wie vor zuversichtlich. Dennoch haben wir wenig Hilfe bekommen. Seien es Versicherungen oder von Staatswegen. Eine Größe war natürlich die Kurzarbeit, aber losgelöst davon gab es für die Größe unserer Hotels nicht viel, auf das wir uns stützen konnten. Manchmal ärgert man sich ein bisschen, wenn man sieht, wie die Automobilindustrie bei einem Umsatzeinbruch von 20 Prozent sehr viel Aufmerksamkeit geschenkt bekommt, während wir das Gefühl haben, politisch nicht wahrgenommen zu werden.

DA FÄLLT ES SICHER MANCHMAL SCHWER OPTIMISTISCH ZU BLEIBEN. WIE SCHAFFEN SIE ES DENN, IHRE MITARBEITER ZU MOTIVIEREN?

Wir versuchen möglichst transparent zu sein. Es ist ganz wichtig, dass man jeden Mitarbeiter offen informiert, wo der Betrieb steht. Es gibt Video-Talks, in denen wir als Geschäftsführer mitteilen, was gerade los ist und wie wir gerade arbeiten, sowie auch die finanzielle Situation darzustellen, soweit es möglich ist, und bei aller Sorge Zuversicht auszustrahlen. Wir arbeiten auch an zukunftsorientierten Konzepten. So sind wir unter anderem stark in eine Hoteleröffnung in Florenz involviert, die nächstes Jahr im April oder Mai stattfinden soll. Es hilft mir natürlich auch mental, mehr in die Zukunft zu schauen. Wir haben zwei schöne Hotelprojekte in Kopenhagen und zwei Hotels in Australien, die wir im Augenblick mit Team-Calls voranbringen. Auch in Dubai haben wir ein riesiges Hotelprojekt. Damit kann ich nach vorne blicken und dadurch auch ein wenig Zuversicht an meine Mitarbeiter weitergeben, zumindest hoffe ich das. Ich glaube, dass in absehbarer Zukunft Stadthotellerie etwas anders stattfinden wird. Es wird für eine ganze Weile wesentlich weniger Messen und Geschäftsreisen geben. Und, wenn ich dann in eine Stadt, wie nach München gehe oder nach Hamburg, nach Wien oder Paris, glaube ich, dass eher Hotels gefragt sind, die echte Mehrwerte für die Besucher bieten. Erlebnis, Inspiration, vielleicht auch eine Gastronomie, die über ein schnödes Hotelrestaurant hinausgeht. Ein Ort, an dem man sich gerne aufhält und gleichzeitig auch die Stadt spürt, in der man sich aufhält.

ONLINE-SHOP  WWW.BIRKENHOF-BRENNEREI.DE

TRADITIONELL FEINE SPIRITUOSEN



holz fassgereift

Birkenhof
Wir
Brennerei
seit 1848



WIE WIRD SICH IHRER ANSICHT NACH DIE STRUKTUR DES GASTGEWERBES VERÄNDERN?

Ein unmittelbarer Trend ist, dass Städte derzeit weniger gefragt sind. Stattdessen wünschen sich Urlauber Aufenthalte in Ferienregionen, in denen sie Freiheit und Natur erleben. Zum Zweiten werden Reisen bewusster wahrgenommen: Es finden weniger Tagesreisen statt. Ich glaube, dass zudem auch vieles lokaler wird. Das bedeutet aus meiner Sicht, dass sich Hotels künftig noch viel stärker lokal ausrichten müssen, als sie das in der Vergangenheit getan haben.

SETZEN SIE DENN DIE BESTEHENDEN HYGIENEKONZEPTE KREATIV UM, VIELLEICHT MIT SPEZIELLEN VISUELLEN ANREIZEN?

Also insgesamt legen wir immer großen Wert auf ein außergewöhnliches Branding. Zum Beispiel schon das „Don't disturb“-Schild. Wir haben einen sehr konsequenten Umgang mit einem durchdachten Branding. Es gibt keine improvisierten Zettel, die irgendwo hingeklebt werden. Wenn wir etwas machen, dann machen wir es richtig und entsprechend unserer CI. Uns ist wichtig, dass sich der Gast zum einen sicher fühlt und sich die Maßnahmen gleichzeitig auch stimmig in das Design-Konzept einfügen.

HAT DIE KRISE IHRE VISION VON DEN 25HOURS HOTELS IRGENDWIE VERÄNDERT?

Nicht verändert, aber zumindest geschärft, das ist auch ein Thema, das wir aus der Krise mitnehmen. Wir glauben, dass wir mit dem, was wir bislang an Inhalten und Konzepten in den Hotels geschaffen haben, noch stärker umgehen müssen. Ich habe vorher das Thema lokale Reisen erwähnt. Ich bin der Meinung, dass wir die Hotelprojekte, die wir in Zukunft machen, noch mehr auf den lokalen Markt ausrichten und in Kollaboration mit anderen eine große Vielfalt schaffen sollten. In Florenz zum Beispiel arbeiten wir mit der ältesten Bäckerei zusammen. Wir haben auch den tollsten Buchhändler um die Ecke gefunden, mit dem wir Konzepte entwickeln. Wir haben eine Winzerin aus der Toskana, die uns begleitet, wir werden mit dem gegenüberliegenden Museum zusammenarbeiten. Ich finde enorm wichtig, dass man das lokale Element mit einbaut und damit mehr Vielfalt schafft und damit das Hotel zu einem Ort macht, der einlädt, um dort zu verweilen. Damit laden wir unsere Gäste ein, dort zu sein und nicht nur dort zu übernachten – einen sicheren Hafen zu schaffen. Und das in einem urbanen Umfeld. ☺

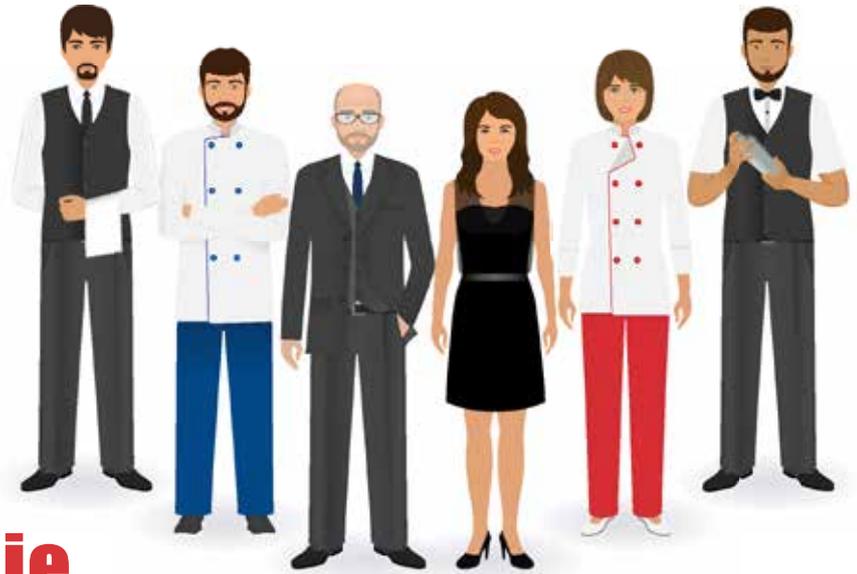
Das Interview führte Vanessa Brand
(Das Interview wurde vor dem zweiten Lockdown geführt)



NEEN
Urban

JETZT GEZIELT WEITERBILDUNG FÖRDERN

Kontakt mit Mitarbeitern und Auszubildenden ist wichtiger denn je



FÜR DIE GESAMTE HOTEL- UND GASTGEWERBEBRANCHE IST DIE AKTUELLE ZEIT MIT KURZARBEIT HERAUSFORDERND. IMMER ÖFTER KÖNNEN VERDIENTE MITARBEITER EINEM ATTRAKTIVEN ARBEITSANGEBOT VON AUSSEN NICHT MEHR WIDERSTEHEN. UND GENAU DIESE KRÄFTE WERDEN FEHLEN, WENN DER REGULÄRE BETRIEB WIEDER ANLÄUFT. DESHALB IST ES WICHTIG, MIT DEN MITARBEITERN UND AUSZUBILDENDEN GERADE JETZT IM PERSÖNLICHEN KONTAKT ZU BLEIBEN UND IHNEN WERTSCHÄTZUNG ENTGEGENZUBRINGEN.

Das Team muss an seinen Betrieb gebunden sein und sich mit seinem Arbeitgeber identifizieren, um nach der Zeit des Lockdowns wieder gemeinsam durchzustarten. Hierfür lohnt es sich, als Arbeitgeber kreativ zu werden. Einige praktische Anregungen sind im untenstehenden Kasten zusammengefasst.

ZERTIFIZIERUNG ALS „TOP AUSBILDUNGSBETRIEB“

Hans Schneider, Geschäftsführer im Hotel Riesengebirge in Neuhof an der Zenn, kann aus eigener Erfahrung berichten, dass sich die Zer-

tifizierung zum „TOP Ausbildungsbetrieb“ lohnt. „Schüler, Eltern und Lehrer wollen wissen, welche Hotels und Gastronomiebetriebe eine gute Ausbildung vermitteln“, betont der erfahrene Hotelier. „Das leistet eine glaubwürdige Zertifizierung, die gute Ausbildungsbetriebe sichtbar macht. Fakt ist, nur zertifizierte Betriebe haben in Zukunft noch Chancen, gute Auszubildende zu bekommen. Wie es geht, erfahren Interessierte im Internet unter www.topausbildung.de.“ Auch DEHOGA Bayern-Vizepräsident Andreas Brunner spricht sich für die Zertifizierung als „TOP-Ausbildungsbetrieb“ aus: „Unsere Auszubildenden sind unsere Zukunft. Deshalb kümmert Euch um sie“, lautet

Zertifizierte Masken von Deutschlands führendem Unternehmen.



Atenschutzmaske FFP3*

einzel verpackt (20 Stück pro Box)
20 Stück **34,40 €**
100 Stück **161,00 €**

CE 2834

EN 149:2001+
A1:2009 FFP3 NR



Atenschutzmaske FFP2*

einzel verpackt (20 Stück pro Box)
100 Stück **71,00 €**
1.000 Stück **653,00 €**

CE 2163

EN 149:2001+
A1:2009 FFP2 NR



Medizinischer Mund- und Nasenschutz*

Typ II R (5 Tüten mit 10 Stück pro Box)
200 Stück **34,00 €**
1.000 Stück **148,00 €**

CE MDR

(EU)2017/745
EN 14683 TYP II R



Katalog als Download!

Weitere Masken und Desinfektion sowie Mengenrabatte online!



sein eindringliches Credo an die Branche. „Ausbildungsinhalte, die Sie jetzt im Betrieb nicht vermitteln dürfen, sollten übergangsweise über Lernplattformen, wie zum Beispiel www.AzubiWeb.de oder über die DEHOGA-Lernvideos (siehe Beitrag auf Seite 42) angeboten werden. Buchen Sie für wenig Geld Azubiweb und stellen Sie gegebenenfalls leihweise Laptops zur Verfügung. Zudem empfiehlt es sich, einen Raum anzumieten, in dem zwei Auszubildende konzentriert lernen können.“

WEITERBILDUNG FÖRDERN UND AB 1. JULI 2021 DAVON PROFITIEREN

„Kurzarbeit ist Weiterbildungszeit“, so Vizepräsident Brunner, der das Natur- und Wellness Hotel Brunner Hof betreibt: „Jetzt haben Sie Zeit, mit dem Arbeitgeberservice Ihres Arbeitsamtes die Förderung der Weiterbildungskosten des neuen Qualifizierungschancengesetzes für Ihre Mitarbeiter zu klären. Weiterbildung ist während und außerhalb von Kurzarbeit möglich. Neben der Bindung der Mitarbeiter an das eigene Haus liegt ein weiterer Vorteil darin, dass Sie mit einer jetzt begonnenen Weiterbildung ab 1. Juli 2021, wenn die Erstattung der Sozialversicherungsbeiträge bei Kurzarbeitergeld auf 50 Prozent reduziert wird, trotzdem die gesamten 100 Prozent zurückerhalten.“

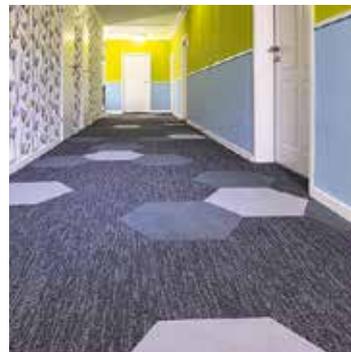
Hans Schneider, Vorsitzender Berufsbildung DEHOGA Bayern und Bund ergänzt: „Die Erde wird sich weiterdrehen und wir werden unsere Betriebe in absehbarer Zeit wieder normal betreiben können. Jetzt haben wir Zeit, die Zertifizierung als ‚TOP-Ausbildungsbetrieb‘ umzusetzen. Wenn es wieder weiter geht, haben wir erst einmal Wichtigeres zu tun. Eines ist klar: Mit einem guten Team im Rücken und dem Zertifikat als ‚TOP-Ausbildungsbetrieb‘ – als Aushängeschild für Ausbildungsqualität und erfolgreiche Azubigewinnung – lässt es sich hoffnungsvoll in die Zukunft blicken.“ ☺



Links: Andreas Brunner, Vizepräsident DEHOGA Bayern und rechts: Hans Schneider, Vorsitzender Berufsbildung DEHOGA Bayern und Bund

Das können Sie tun, um die Mitarbeiterbindung zu stärken:

- Erkundigen Sie sich, wie es Ihren Mitarbeitern und Auszubildenden geht – telefonisch oder persönlich – und bieten Sie an, jederzeit bei Sorgen und Nöten für sie da zu sein.
- Digitale Kaffeepause per Skype, Zoom, WhatsApp-Gruppen oder Microsoft-Teams stärken das Zusammengehörigkeitsgefühl in Zeiten von Kurzarbeit. Es empfiehlt sich, zu solchen Terminen kleine Gruppen von vier bis acht Personen zu gemeinsamen „Video-Treffen“ einzuladen.
- Mitarbeiter freuen sich bestimmt über ein aufmunterndes Corona-Päckchen mit einer handgeschriebenen Karte.
- Bereits jetzt sollten feste Teams zusammengestellt werden, damit Sie beim Neustart auch für eventuelle Corona-Fälle gerüstet sind. Falls Team 1 betroffen ist, kann Team 2 oder 3 weiter agieren.



Vorwerk-Markte in Lizenz der Vorwerk-Gruppe, Wuppertal.

ERLEBEN SIE UNSERE TEXTILEN BODENBELÄGE IM HOTELKOMPETENZZENTRUM OBERSCHLEISSHEIM.





DER NEUE WEG ZUM ERFOLGREICHEN ABSCHLUSS

Fundierte Fachprüfungsfilme für Auszubildende

DIE GELTENDEN ABSTANDSREGELN UND KONTAKTBE-SCHRÄNKUNGEN BETREFFEN NICHT NUR ERFAHRENE HOTELIERS, WIRTE UND GASTRONOMEN. AUCH DIE NACHWUCHSKRÄFTE DER BRANCHE SIND DURCH DIE AKTUELLEN UMSTÄNDE GEZWUNGEN, NEUE WEGE ZU GEHEN. UM DIE AUSZUBILDENDEN AUF IHREM WEG ZU EINEM GELUNGENEN ABSCHLUSS ZU BEGLEITEN, ERSTELLT DER FÖRDERVEREIN DES DEHOGA BAYERN AKTUELL FACHLICH FUNDIERTE INFORMATIONSVI-DEOS ZUR PRÜFUNGSVORBEREITUNG.

Es gibt sie zwar in Hülle und Fülle, coole Lernvideos im Internet zu praktischem Fachwissen im Gastgewerbe. Aber im Frühjahrs-Lockdown zeigte sich, dass diese Filme zwar kreativ und spannend aufgemacht, aber nicht immer prüfungsrelevant sind. Doch gerade darauf kommt es an. Denn für Auszubildende, ob Köche, Restaurant- und Hotelfachleute, Hotelkaufleute, Fachkräfte oder



Das „Team Koch“ produziert die Lehrvideos direkt in der Küche.



WWW.WESTWINDPRO.DE

LUFTREINIGUNG AUF NEUEM NIVEAU.

Unsere Luftreiniger mit drei Filterstufen und Verneblung sorgen für eine spürbar gereinigte Raumluft.

Nutzen Sie zusätzlich unser zertifiziertes westWIND Desinfektionsmittel. Nutzbar für den Luftreiniger sowie als Sprühdesinfektion.

Individuell abgestimmte Modelle für
Gastronomie • Privathaushalte • Öffentliche Einrichtungen

+ 49 (0) 9938 90 383 200 • info@westwindpro.de





Das „Team Hotel- und Restaurantfachleute“ mit dem Leiter der Berufsschule Erding Oberstudiendirektor Dieter Link (dritter von rechts).

Fachleute für Systemgastronomie, ist für ihre digitale Lernvorbereitung nur eines wichtig: Verlässliche Sequenzen zu finden, die auch für die Zwischen- oder Abschlussprüfung relevant und umsetzbar sind. Da kommt es auf jedes Detail und belastbare fachliche Sachverhalte an. Genau damit hat sich nun der DEHOGA Bayern Förderverein auseinandergesetzt.

Die ersten rund 20 Lernvideos, die an drei bayerischen Berufsschulen mit ausschließlich ausgezeichneten Fachlehrern, beraten durch einen kompetenten Fachbeirat, gedreht wurden, sind bereits im Kasten. Dabei sind konse-

quent die Inhalte der Schulfachbücher und die Arbeitsblätter der Fachlehrer zugrunde gelegt worden. Die Berufsschulen wurden nicht zuletzt auch deshalb als Drehort ausgewählt, weil an ihnen die langjährigen bayerischen Trainer für die Deutschen Jugendmeisterschaften unterrichten. Nachdem das Rohmaterial, gedreht von Kulturregisseur Hannes Hoch von misterjobs, geschnitten, synchronisiert und mit Texten versehen ist, werden die Lernvideos rechtzeitig vor den Frühjahrsprüfungen 2021 auf YouTube, der DEHOGA Bayern-Homepage und auf dem neuen Streamingkanal Spoon Fellows zu sehen sein. 🍷

BERUF KOCH/KÖCHIN BERUFSSCHULE LANDSHUT

Team: Franz Kutenberger und Franz Einsiedler, Berufsschule Landshut, Weltmeisterin Elisabeth Albrecht, Berufsschule Regensburg, Matthias Fuchs, Berufsschule München, beraten durch Roland Kestel, Berufsschule Nürnberg sowie Alois Wimmer, Berufsschule Passau

BERUF RESTAURANTFACHMANN/-FRAU BERUFSSCHULE ERDING

Team: Nicole Erl, Berufsschule Erding, Inge Gebert, Berufsschule Wiesau, Erhard-Josef Hans, Berufsschule München

BERUF HOTELFACHMANN/-FRAU BERUFSSCHULE WIESAU

Team: Inge Gebert, Berufsschule Wiesau, Nicole Erl, Berufsschule Erding, Erhard-Josef Hans, Berufsschule München



AIR CLEANER



Nachweislich getestet
99,999% Effizienz
gegen Corona Viren

- + 12`000 Stunden Wartungsfrei
- + Wissenschaftlich getestet
- + 6 Modelle bis 1600m³/h
- + Eurofins Zertifiziert
- + Kein Filterwechsel nötig
- + Sehr leise dank Silent 1M

Zuverlässigen Lösungen für:
Gastro & Hotel- Betriebe,
Schulen, Pflegeheime,
Office, Verwaltungen,
öffentliche Bereiche,
Medizinalbereich



www.air-cleaner.de
+49 7151 / 369 1088

GEMEINSAME STUDIE VON FRAUNHOFER IBP, DEHOGA BAYERN UND VBW

Hygiene-Konzepte für Großraumbereiche in Hotel- und Gaststättenbetrieben

GASTRONOMIE, HOTELLERIE, DIE VERANSTALTUNGSBRANCHE UND AUCH ZULIEFERER WIE BRAUEREIEN, CATERER ODER MESSEBAUER LEIDEN STARK UNTER DEN MASSNAHMEN, DIE ZUR EINDÄMMUNG DER SARS-COV-2-PANDEMIE ERGRIFFEN WERDEN MUSSTEN. WIE DIE ANSTECUNGSAUSWIRKUNGSWAHRSCHEINLICHKEIT ÜBER AEROSOLE IM GASTGEWERBE REDUZIERT UND DAMIT DER BETRIEB VON STARK FREQUENTIERTEN GROSSRAUMBEREICHEN KOSTENDECKEND GEWÄHRLEISTET WERDEN KANN, UNTERSUCHT DAS FRAUNHOFER IBP GEMEINSAM MIT DEM BAYERISCHEN HOTEL- UND GASTSTÄTTENVERBAND DEHOGA BAYERN SOWIE DER VEREINIGUNG DER BAYERISCHEN WIRTSCHAFT (VBW) IM RAHMEN DES DURCH DAS BAYERISCHE WIRTSCHAFTSMINISTERIUM GEFÖRDERTEN PROJEKTS „HY4HOGA“.

„Im Rahmen der Erhebung sollen neue Lösungen zur Verringerung der Viruslast in der Luft erarbeitet oder bestehende Ansätze aus anderen Bereichen adaptiert werden, die kostengünstig und ohne großen baulichen Aufwand schnell umsetzbar sind“, erklärt Prof. Dr. Gunnar Grün, seit 2016 stellvertretender Institutsleiter des Fraunhofer-Instituts für Bauphysik IBP und Projektleiter der Studie.

Ziel der Wissenschaftler am Standort Valley südlich von München: Die Entwicklung von Empfehlungen und prototypischen Hygienekonzepten für diverse Raumsituationen – von Bars und Kneipen bis hin zu Veranstaltungs- und Konferenzräumen. Dabei sollen in Form eines freiwilligen Baukastens Erweiterungen der funktionierenden Hygienekonzepte möglich sein, die nicht verpflichtend angewendet werden müssen.

STAND DES PROJEKTS

Im Filterprüfstand und Modellraum des „Indoor Air Test Center“ des Fraunhofer IBP untersuchen die Forschenden derzeit in repräsentativen Szenarien anhand von Corona-Surrogat-Viren die Wirksamkeit und den geeigneten Einsatz von ausgewählten Luftreinigungstechnologien

Prof. Dr. Gunnar Grün ist seit 2016 stellvertretender Institutsleiter des Fraunhofer-Instituts für Bauphysik IBP.

– unter anderem beispielsweise Filter mit HEPA-Klasse oder die Inaktivierung mittels UV-C- oder Plasma-Technologien. Neben der Effizienz und Abbauraten werden auch eventuelle Beiprodukte hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf die Innenraumluftqualität analysiert. Zusätzliche Simulationen der Luft- und Aerosolausbreitung ermöglichen es den Wissenschaftlern, potenzielle Installationspositionen oder die Anzahl benötigter Geräte zu ermitteln. „Mit den Versuchsdaten werden letztlich auch Simulationsmodelle validiert, die für die Berechnung weiterer typischer Szenarien und die Verwendung in Hygienekonzepten im Gastgewerbe verwendet werden“, erläutert Prof. Grün das Vorgehen.

Bisher konnten bereits erste Untersuchungen mit Corona-Surrogat-Viren umgesetzt werden, sodass nun Versuchsstrategien mit künstlich eingebrachtem Aerosol in ausreichenden Viruskonzentrationen erfolgen können. Orientierende Messungen wurden mit ersten Luftreinigungstechnologien durchgeführt. Es zeichnet sich ab, dass nicht nur die bereits bekannte Abscheidung durch HEPA-Filter bei ausreichendem Luftvolumenstrom die Virenlast reduziert, sondern auch Technologien wie UV-C, Ionisierung oder die Ozon-Luftreinigung eine Wirkung gegenüber den Corona-Surrogat-Viren entfalten.

Luftreinigungsgeräte sind immer in Ergänzung zu den bereits bestehenden Lüftungskonzepten zu sehen, die für die notwendige Außenluft sorgen. Jedoch lassen sich keine pauschalen Aussagen über die Geräte treffen, stellt Prof. Grün fest: „Wer sich überlegt, ein Luftreinigungsgerät anzuschaffen, soll sich vom Verkäufer auch das Sicherheitskonzept und die Geräteeigenschaften erklären lassen und darauf achten, dass das Gerät auch bei mittlerer Betriebsstufe ein ausreichend großes Luftvolumen fördert“, erläutert der Wissenschaftler.

RELEVANTE FRAGEN ZUR KLÄRUNG DES IDEALEN SYSTEMS

Hier eine beispielhafte Auswahl von relevanten Fragen: Entsteht bei der Luftreinigung Ozon und wenn ja, werden dabei die Grenzwerte eingehalten? Wie werden mögliche Beiprodukte, die bei Plasma-/Ionisierung-/UV-C-Behandlung entstehen, zurückgehalten oder abgebaut? Werden die Richtwerte für flüchtige organische Stoffe in dem Einsatzumfeld eingehalten? Ist die UV-C-Strahlung abgeschirmt und das Produkt so sicher, dass die Strahlung nicht in die Umgebung gelangt? Werden beispielsweise bei UV-C-Geräten hocheffiziente und zertifizierte Röhren verwendet? Sind Filter ausreichend effektiv, um die Kleinstpartikel wie Viren auch aufhalten zu können (im Regelfall Güteklasse H13 oder H14). Weisen Filtergeräte darauf hin, dass der Filter nach einer bestimmten Nutzungszeit gewechselt werden muss? Denn wenn die Filter nicht rechtzeitig nach einigen Monaten erneuert werden, können sie selbst wieder zur Quelle von Schadstoffen werden. Ebenso müssen UV-C-Röhren nach einer bestimmten Zeit wieder gewechselt werden, im Regelfall nach circa 8.000 Betriebsstunden. „In der Praxis muss man deshalb auch darauf achten, dass neben den Anschaffungskosten laufende Kosten, beispielsweise für die Erneuerung von Filtern



Dr. Thomas Geppert, DEHOGA Bayern (Bildmitte), Christine Völzow, vbw, und Stefan Wild, Fachbereichsvorsitzender Hotellerie, informieren sich im Fraunhofer-Institut über den Stand der Studie.

oder UV-C-Röhren, anfallen. Fragen Sie beim Hersteller, wie sich sein Gerät hier verhält.“ Qualitätshersteller legen großen Wert darauf, dass all diese Kriterien im Fokus und sauber belegbar sind, hier ist eine umfassende Konformitätserklärung üblich. „Es ist anzuraten, sich hier genau beim Verkäufer zu erkundigen und sich die Funktionsweise erläutern zu lassen“, betont Grün. Ebenfalls sollte die Lautstärke der Geräte akzeptabel für den Einsatzort sein, das Fraunhofer IBP empfiehlt hier typischerweise Schalleistungspegel kleiner 50 dB(A) für Gasträume.

AUSDEHNUNG DER STUDIE IN DEN KOMMENDEN WOCHEN

Aktuell laufen die Forschungen intensiv weiter. Derzeit werden die Größenordnungen der möglichen Inaktivierung und die entstehenden Beiprodukte untersucht. Zudem werden in den kommenden Wochen sukzessive weitere Technologien in die Studie miteinbezogen. „Wir erwarten konkrete Ergebnisse, wie weit die Viruslast reduziert werden kann und wie effektiv die Technologien damit wirken. Gleichzeitig wollen wir mit unseren Untersuchungen mögliche, auch gesundheitlich relevante Nebenwirkungen betrachten.“ Wenn die erforderlichen Grenzwerte eingehalten werden, überwiege klar der Nutzen dieser Geräte, um die Ansteckungswahrscheinlichkeit zu reduzieren. „Es geht uns als Hotel- und Gaststättenverband darum, praktische Zusatzbausteine für unsere Hygienekonzepte zu bekommen“ erklärt Dr. Thomas Geppert die Beteiligung des DEHOGA Bayern an der Studie. Anfang Dezember überzeugte sich eine Gruppe von Politikern und Ministeriumsvertretern gemeinsam mit DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer und Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert vor Ort vom Fortschritt der Studie. Das Forschungsprogramm wird mit Fördergeldern des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie unterstützt. ∞

BAYERN TOURISMUS MARKETING GMBH STARTET KAMPAGNEN ZUR STÄRKUNG DER BRANCHE

Kreativ durch die Krise

DER ZWEITE LOCKDOWN VERLANGT DEN MENSCHEN EINMAL MEHR VIELES AB. WIE ZUM BEISPIEL DEN VERZICHT AUF DAS REISEN. UM DIESE AUSSERGEWÖHNLICHE ZEIT TROTZ ALLEM EIN WENIG ANGENEHMER ZU GESTALTEN, HAT SICH DIE BAYERN TOURISMUS MARKETING GMBH (BAYTM) ETWAS GANZ BESONDERES ÜBERLEGT UND LÄDT AUF DER NEUEN MICROSITE WWW.BAYERN.BY/BAYERN-FUER-DAHOAM MIT AUSSERGEWÖHNLICHEN INSPIRATIONEN EIN, VIRTUELL INS BAYERISCHE LEBENSGEFÜHL EINZUTAUCHEN. DARÜBER HINAUS WURDE IN ZUSAMMENARBEIT MIT DEM DEHOGA BAYERN DIE KAMPAGNE „BAYERISCHE LEBENS Lust? GANZ SICHER!“ INS LEBEN GERUFEN.

„Die Corona-Krise hat unsere Branche ohne Frage massiv auf den Kopf gestellt. Doch Krisen geben uns auch die Möglichkeit, Dinge anders zu denken, Neues auszuprobieren und voneinander zu lernen“, betont Barbara Radomski, Geschäftsführerin BayTM. So werden auf der neuen Microsite in Podcasts, Videos und Textbeiträgen Reisetipps, Rezepte und andere Schmankerl aus dem Freistaat vorgestellt. Außerdem finden Interessierte dort spannende Geschichten aus dem Reiseland Bayern, die das bayerische Lebensgefühl nach Hause bringen und zum Träumen einladen. Sie handeln von Menschen, die ihre Heimat lieben, Traditionen leben und mit Leidenschaft neu interpretieren.

Zu Wort kommen Gastronomen, die bayerische Kulinarik neu erfinden, Handwerker, die traditionelle Materialien für innovative Produkte verwenden, und kreative Köpfe, die sich für ihre Werke bayerischer Klischees bedienen: Im fränkischen Spessart wird mit dem Schneewittchen-Gin eine hoch geschätzte Tradition am Leben gehalten. Warum der „Snow White“ schmeckt wie ein Spaziergang durch den Wald an einem frischen Sommermorgen, verraten die jungen Brenner selbst. Man erfährt außerdem, wie die junge Töpferin Sophie Mische in ihrer Allgäuer Töpferwerkstatt „s' Alpgfihl“ Brauchtum mit zeitgemäßem Design verschmelzen lässt. Eine musikalische Hörprobe geben zudem Marcel

Engler & Jens-Peter Abele von der Band „Loisach Marci“ zum Besten. Sie kombinieren klassisch bayerische Instrumente mit Elektrobeats – und erschaffen so einen einzigartigen Sound.

„Mit unserer Kampagne Bayern für dahoam sorgen wir in Zeiten, in denen Reisen nicht erlaubt ist, dafür, dass Bayern trotz allem weiterhin positiv in den Köpfen potenzieller Gäste bleibt. Das gilt auch für unseren virtuellen Wochenendtrip, den wir Ende November veranstaltet, und mit dem wir den Usern das bayerische Lebensgefühl über zwei Tage lang nach Hause gebracht haben. Wir möchten die Lust auf Urlaub in Bayern weiter hochhalten“, so Radomski weiter. Ebenfalls erfolgreich angelaufen ist die Kampagne Bayerische Lebenslust? Ganz sicher!, an der sich der DEHOGA Bayern als exklusiver Partner beteiligt. Der Auftakt für die Aktion wurde mit der Woche der bayerischen Biergartenmusik und der damit verbundenen Tour von LaBrassBanda durch Bayerns Biergärten in der ersten Woche der Sommerferien gegeben

„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“, ist Radomski überzeugt. Anschaulich

wird die Kampagnenidee durch den eigens dafür komponierten Soundtrack von LaBrassBanda, der via Text und Bild die Besonderheiten des bayerischen Lebensgefühls zeigt und Lust darauf macht, dieses selbst vor Ort zu erleben. Zu finden ist das Musikvideo exklusiv auf dem Kampagnenhub lebenslust.bayern. Mit mehr als 70 Tipps für tolle Lebenslust-Orte in Bayern inspirieren touristische Leistungsträger zudem für ihre Produkte, während Videos von Gastgebern und Wirten zeigen, wie sie die Gesundheit ihrer Gäste durch entsprechende Sicherheitskonzepte schützen.

„Unser gemeinsames Ziel ist es, zu zeigen, wie sicher Bayerns Wirtshäuser, Hotels und Städte sind und die Menschen darin zu bestärken, auszugehen und das Leben zu genießen. Gleichzeitig haben wir mit der Kampagne eine Bühne für die Produkte und Angebote der touristischen Leistungsträger und Gastgeber geschaffen“, sagt Radomski, die deutlich macht: „Corona hat das Reisen aber auch die Bedürfnisse unserer Gäste verändert. In dieser außergewöhnlichen Zeit ist es daher für alle Akteure im Tourismus wichtig, das sich verändernde Konsumverhalten zu antizipieren und Geschäftsmodelle flexibel anzupassen, um die Corona-Krise verhältnismäßig erfolgreich zu überstehen.“ ☺

Weitere Informationen unter www.bayern.by/bayern-fuer-dahoam und www.lebenslust.bayern



Luftreinigung und Raumluftkontrolle

Hochleistungs-Luftreiniger
für Gewerbe, Industrie und
medizinische Einrichtungen

Filtert 99,9%
aller Viren,
Bakterien und
Allergene (auch
COVID-19)



Filtert zuverlässig



Viren & Aerosole



Bakterien



Pollen



Feinstaub

Ein digitales Display macht Ihre
Raumluftqualität sichtbar und
warnt Sie automatisch, wenn
gelüftet werden sollte.

Für eine saubere und gesunde
Raumluft und ein sicheres
Gefühl für Ihre Gäste.

Weitere Informationen unter:
hatelgmbh.com/luftreiniger

Sichern Sie
sich jetzt 10%
mit dem
Rabattcode
GASTRO10

HATEL GmbH
elektronische Anlagen

” STECKER REIN – VIREN RAUS. WOLF PROFI-LUFTREINIGER FÜR RESTAURANT, HOTEL, SCHULE, PRAXIS, UND MEHR.“

Jetzt Menschen in Restaurant, Hotel, Schule und gewerblichen Räumen schützen:

Der neue WOLF Luftreiniger AirPurifier reinigt Raumluft (Abscheidegrad 99,995% / DIN EN 1822) durch HEPA-Hochleistungsfilter H14 und Aktivkohle-Kombifilter schnell und effizient von Viren, Bakterien, Pollen, Staub und Gerüchen. Schnell und einfach aufgestellt.

Prüfen Sie bundesweite und bundeslandspezifische Förderprogramme!
Für kleine und mittelständische Unternehmen förderfähig mit
bis zu 90% aus der Überbrückungshilfe!

Professionell konstruiert: nach VDI 6022
Flüsterleise: Schalldruckpegel* 34 dB(A)
im Normalbetrieb, 42 dB(A) im Boost-Modus
Sichere Luftreinigung: bis zu 1.200m³/h
mit 4- bis 6-facher Luftfilterrate
Ideal: Ausblashöhe 2,3m - dadurch
optimale Luftzirkulation dank Luftwalze
Sorgenfreies Plug & Play: steckerfertig,
Liefer- und Inbetriebnahmeservice

NEU!



VDI
6022



100 €
Gutschrift

Jetzt auf
www.wolf.eu/shop
bestellen** und
Gutschein-Code
einlösen:

AP-100



**nur gültig beim Kauf eines AirPurifiers;
nicht für Zubehör einlösbar



* Schalldruckpegel in 1m Abstand nach DIN EN ISO 11203 entsprechend Volumenströmen von 400 und 1.200m³/h.

Bayern Tourist GmbH | Termine

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

JANUAR

DSGVO – Für Einsteiger	26.01.2021
Aufzeichnungspflicht im Gastgewerbe	27.01.2021
Gründer Praxis-Workshop	28.01.2021

FEBRUAR

WOW – Geheimnis echter Kundenbindung und -begeisterung	02.02.2021
Hygienestandards für private und kleine Veranstaltungen	03.02.2021
Generationswechsel	04.02.2021
Gastgewerbliche Betriebswirtschaft Teil 1	08.-10.02.2021
Online & Social Media	08.02.2021
Housekeeping: Strukturen und Prozesse	09.02.2021
Service-Feuerwerk	10.02.2021
Der Preis ist heiß	11.02.2021
Online Vertrieb und Marketing	22.02.2021
DSGVO – Kompaktworkshop	23.02.2021

MÄRZ

Marketing Workshop	01.-03.03.2021
Mitarbeiterführung Personalwesen Teil 1	08.-09.03.2021
Stimmt die Kasse?	09.03.2021
Q-Refresher	15.03.2021
Schlagfertigkeit will gelernt sein	15.03.2021
Erfolgsfaktor Feedback: Basis	16.03.2021
Führungs-Akademie Teil 1	17.-18.03.2021
Yield Management	22.03.2021
Revenue Management	22.03.2021
Facebook	23.03.2021 (Würzburg)
Instagram	23.03.2021 (Würzburg)
Facebook	24.03.2021 (Nürnberg)
Instagram	24.03.2021 (Nürnberg)
Housekeeping: Das perfekt gecheckte Zimmer	25.03.2021

APRIL

Führungs-Akademie Teil 2	12.-13.04.2021
Kurze Aussagen und klare Texte	13.04.2021
Digitalisierung/Social Media	14.-15.04.2021
Qualität- und Konfliktmanagement	19.04.2021
Grundlagen der Versammlungsstättenverordnung Bayern	20.04.2021
Check In – Begeistern Sie ihre Gäste	21.04.2021
Gründer Praxis-Workshop	22.04.2021

Veranstaltungsort

Prinz-Ludwig-Palais
Türkenstraße 7
80333 München

Weitere Informationen unter

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



SINALCO – LEISTUNGSSTARKER PARTNER DER GASTRONOMIE

Cola-Kompetenz aus Deutschland

SINALCO GEHÖRT ZU DEN WENIGEN BUNDESWEIT VERFÜGBAREN ERFRISCHUNGSGETRÄNKE-MARKEN, DIE EIN SPEZIELLES, BEDARFSGERECHTES GEBINDEANGEBOT FÜR DEN AUSSER-HAUS-MARKT MACHEN. GANZ GLEICH, OB SZENE-GASTRONOMIE, TOP-HOTELLERIE ODER SYSTEMRESTAURANT, OB TYPISCHE FORMFLASCHE ODER SOFTDRINK-KEG FÜR DEN PRE- ODER POSTMIX-OFFENAUSSCHANK: DER BETREIBER WIRD IN DIE LAGE VERSETZT, DIE OPTIMALEN GEBINDE FÜR SEIN OBJEKT AUSZUWÄHLEN.

Auch das Sortenspektrum überzeugt mit den unverzichtbaren Softdrink-Basics aus einer Hand. Dabei steht der starke Absender Sinalco nicht nur für die erste Limonadenmarke auf dem europäischen Kontinent, sondern auch für langjährige Cola-Kompetenz.

Schon vor über 80 Jahren wurde der koffeinhaltige Frischmacher ins Sortiment aufgenommen und ist heute pur oder als Mix-Zutat gleichermaßen beliebt. In einer unabhängigen Blindverkostung durch Barkeeper wurde Sinalco Cola ein angenehm fruchtiger, nicht zu süßer Geschmack bescheinigt. Damit platzierte sich Sinalco im „Mixology Taste Forum“ vor dem Marktführer und sämtlichen anderen etablierten Wettbewerbern.

In der Marke mit dem Rotpunkt finden Gastronomen eine willkommene, qualitativ überzeugende Alternative zum Softdrinkangebot der Global Player. Nicht ohne Grund sieht die Marktforschung Sinalco in

Westdeutschland auf Rang 3 unter den „schwarzen Colas“, national auf Rang 4. Das zeigt, dass die Produkte aus dem deutschen Familienunternehmen sich im wettbewerbsintensiven Cola-Markt bestens behaupten können.

Sinalco bietet die ganze Bandbreite der Cola Getränke – Cola, Cola Light, Cola Zero zuckerfrei und Cola Mix. Die Qualität aller trinkfertig ausgelieferten Sinalco Produkte hebt sich durch die Herstellung mit natürlichem Mineralwasser von anderen Softdrinks auf Leitungswasserbasis ab. Sinalco ist für die vegane Ernährung geeignet sowie frei von Gluten und Laktose. Derzeit ist Sinalco fast 100 Prozent der Deutschen bekannt und verbindet die Generationen. Ganz gleich, ob alte Liebe oder neue Bekanntschaft – Sinalco hat einen festen Platz in den Köpfen der deutschen Verbraucher und wird von Gastronomen als leistungsstarker, nationaler Partner mit breitem Produkt- und Serviceangebot geschätzt.

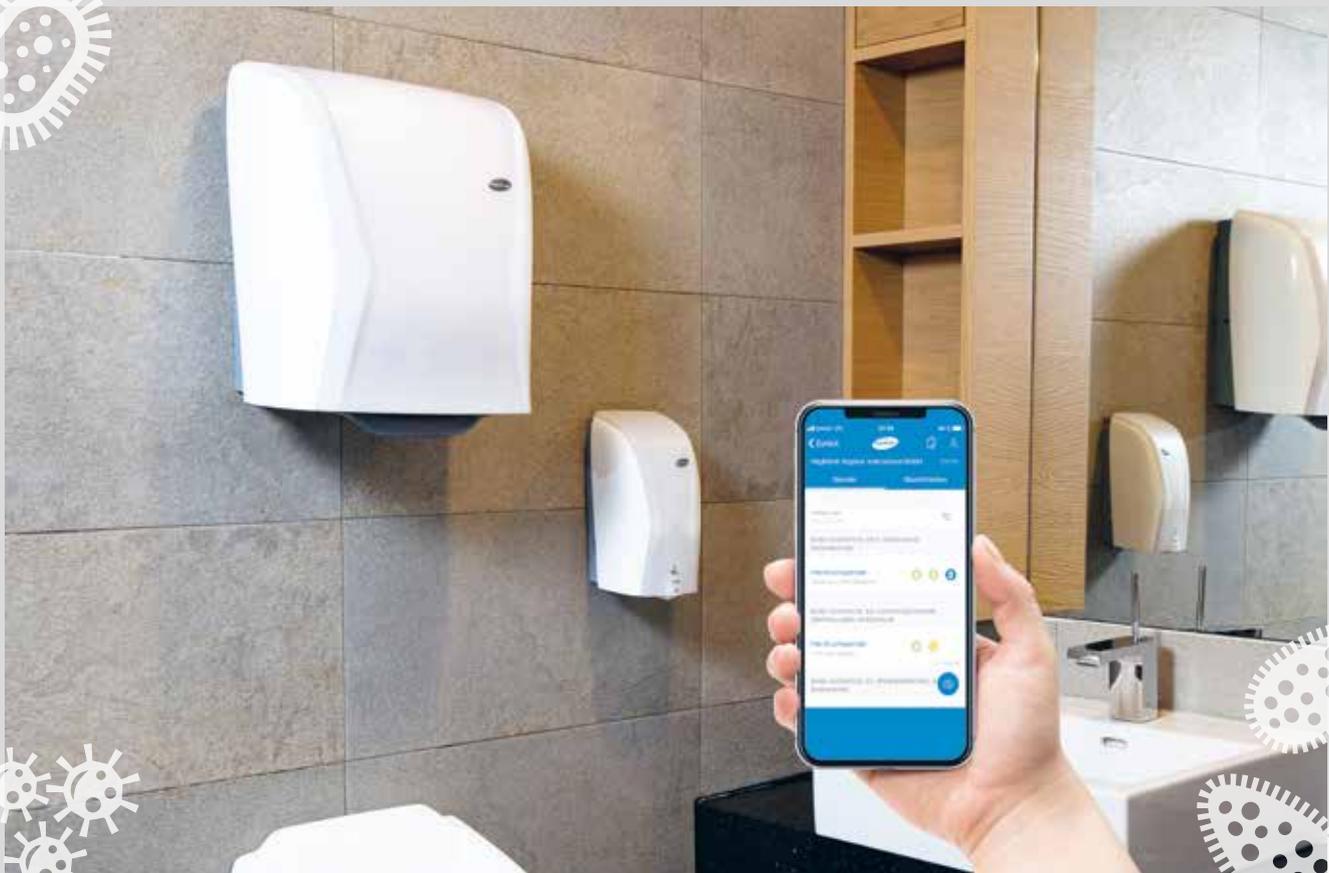




HYGIENEPRAXIS

Mit digitalen Daten und Design geht es Krankheitserregern an den Kragen

EINE NEUE SPENDERTECHNOLOGIE KÖNNTE DIE HYGIENEPRAXIS ALLGEMEIN AUFWERTEN, BESONDERS ÖFFENTLICHE EINRICHTUNGEN UND GEWERBETREIBENDE HÄTTEN SICHERHEIT, SO ARGUMENTIERT DIE FIRMA HAGLEITNER.



© Hagleitner Hygiene/Werner Krug



Im Oktober hat das Salzburger Familienunternehmen eine neue Hygienespenderreihe auf den Markt gebracht. Die Geräte geben nicht nur Desinfektions- und Kosmetikmittel sowie Hygienepapier, sondern standardmäßig auch Anwendungsdaten aus; diese lassen sich über Smartphone, Laptop und PC abrufen. 1.000 Designs je Spender sollen Hygiene zudem attraktiver gestalten.

HYGIENE DOKUMENTIEREN

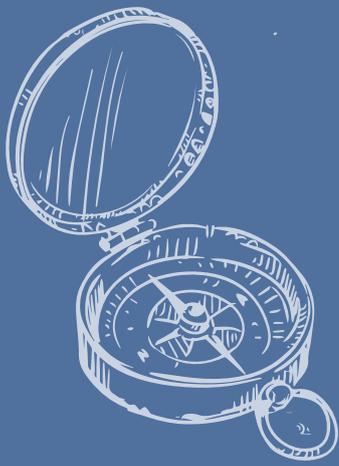
„Hygiene erfordert Achtsamkeit“, erklärt Firmeninhaber und Geschäftsführer Hans Georg Hagleitner. „Einen Hygienespender vor sich zu haben, ist das eine; ihn zu betätigen, das andere. Es zählen die tatsächlichen Verhältnisse. Deshalb hilft es, die Fakten zu kennen – sie digital auszuwerten. So ist Hygiene dokumentiert, bei amtlichen Überprüfungen bedeutet das eine starke Stütze.“

NEUE SPENDER FÜR DESINFEKTION, KOSMETIK – UND DATEN

Xibu hybrid heißt die neue Linie von Hagleitner, bestehend aus acht Spendertypen: für Händedesinfektion, WC-Brillen-Desinfektion, WC-Papier, WC-Papier-Befeuchtung, Schaumseife, Papierhandtücher, Hautschutz und Raumduft. Die Geräte übermitteln ab Werk Informationen zu Verbrauch, Füllstand, Energiestatus und Servicebedarf.

1.000 DESIGNS

Optisch erweisen sich die neuen Spender als vielgestaltig, sie haben an der Gerätefront zwei Grundfarben: Schwarz und Weiß; ihre Seitenteile sind in breiter Palette adaptierbar. Ein eigener Onlinekonfigurator führt vor Augen, was möglich ist: xibudesigner.com.



DER BLICK IN DIE ZUKUNFT

Wohin geht die Reise

ISABELLA HREN, VORSTAND DER BAYERISCHEN GASTGEBER AG UND GESCHÄFTSFÜHRERIN DER BTG ÄUSSERT SICH ÜBER ZUKUNFTSOPTIMISMUS, DIE SEHNSUCHT DER MENSCHEN NACH NÄHE SOWIE RESONANZ UND SCHILDERT, WELCHE MEGATRENDS BLEIBEN BEZIEHUNGSWEISE DURCH DIE AKTUELLEN ENTWICKLUNGEN AN FAHRT AUFNEHMEN WERDEN.

In den letzten Wochen und Monaten scheint bei jedem Gespräch und Kontakt mit anderen nur ein Thema vorherrschend – Corona. Es wird viel diskutiert über politische Entscheidungen, Ungerechtigkeiten und Fehlverhalten. Die Verunsicherung ist groß, die Ängste sind es auch und die damit verbundenen Sorgen, denn der Alltag hat sich für nahezu alle Menschen grundlegend geändert. Das Virus spaltet die Lager bei Gästen und Mitarbeitern – die Bandbreite reicht von Tollkühnheit über Verleugnung bis hin zu überhöhtem Sicherheitsbedürfnis. Die einen weigern sich Masken zu tragen, während andere aus Angst um ihre Gesundheit lieber gar nicht zur Arbeitsstätte kommen möchten. Doch was bedeutet die Entwicklung für das Gastgewerbe sowie die zugehörigen Unternehmen und wie könnte der Weg aus der Krise aussehen?

Problemlösungskompetenz gehörte schon immer zu den wesentlichen Stärken erfolgreicher Unternehmer und Führungskräfte. In der Regel verließ man sich auf die Erfahrung – die Zukunft gestaltete sich aus der Vergangenheit. Für viele ist nun zum ersten Mal eine neue Lösungsbegehung gefragt, denn derzeit sehen wir uns mit Fragen konfrontiert, auf die es gar keine klare Lösung geben kann. Schließlich mussten wir uns noch nie mit einer derartigen Situation auseinandersetzen. In Krisen wie diesen neigen nachweislich circa 80 Prozent der Menschen dazu zu bremsen, zu stoppen – abzuwarten. Eine gute Gelegenheit aus der Angst zu treten, nicht stehen zu bleiben und die Weichen für die Zukunft zu stellen. Denn wer sich jetzt weiterbewegt, sogar überlegt und mutig einen Schritt vorangeht, kann der Konkurrenz fortan zwei Schritte voraus sein. Wer hilfreich Antworten finden will, muss sich zuerst den „richtigen“ Fragen widmen: Wie rüsten wir uns jetzt für die Zukunft und finden einen Weg aus der Krise?

VERSCHAFFEN SIE SICH EINEN ÜBERBLICK ÜBER DIE AKTUELLE SITUATION

Welche Projekte wollten Sie schon lange anpacken, und es fehlte in der Vergangenheit an Zeit oder Ressource? Hinterfragen Sie Strukturen und

Arbeitsabläufe – lassen Sie zumindest gedanklich keinen Stein auf dem anderen. Beispiele hierfür könnten Kalkulationen, die Einkaufsoptimierung, eine Überarbeitung der Webseite, die Fertigung neuer Bildmaterials, der Social Media-Bereich, organisatorische Änderungen oder die Optimierung von Abläufen sein. Packen Sie es an – damit signalisieren Sie auch Ihren Mitarbeitern Zukunftsorientierung, Optimismus und Zusammenhalt. Sollten Sie in der Vergangenheit an der Offenheit Ihrer Mitarbeiter für Veränderungsprozesse gescheitert sein, ist aktuell ein guter Zeitpunkt für Neugestaltungen, denn alle sind geübt im Modifizieren. Nutzen Sie zudem alle Möglichkeiten staatlicher Unterstützung, um die wirtschaftliche Lage des Unternehmens zu verbessern (zum Beispiel Kurzarbeit oder Überbrückungshilfen).

DER BLICK IN DIE ZUKUNFT – DIE WEICHEN STELLEN

Denken Sie zukunftsorientiert: wie könnte der neue Alltag aussehen, welche neuen Konzepte könnten für Ihren Betrieb, Ihre Gäste, Ihr Umfeld interessant sein? Einige Betriebe kämpfen hart damit, dass ihr Kerngeschäft in Zeiten der Kontaktbeschränkungen teilweise oder sogar komplett ausfällt. Die entscheidende Frage dabei ist: Was könnten Sie stattdessen tun? Welche Ideen setzen Branchenkollegen in ähnlicher Lage erfolgreich um und wie können Sie zukünftig Ihre Zielgruppe breiter aufstellen? Skizzieren Sie die mögliche Zukunft für Ihren Betrieb und dessen Ausrichtung und besinnen Sie sich dabei auf Ihr Können. Viele bayerische Regionen haben seit Frühling von „neuen Gästegruppen“ berichtet, die das Land für sich neu entdeckt haben, da Reisen ins Ausland nicht möglich oder gewünscht waren. Jetzt ist eine gute Gelegenheit, um neue Kunden zu gewinnen, in Kontakt zu bleiben und die Begeisterung für Reisen und Ausflüge in Bayern weiter zu schüren.

ZUKUNFTSORIENTIERUNG: WOHIN „GEHT DIE REISE“

Die Planbarkeit der Zukunft ist heutzutage geringer denn je. Dennoch steht fest, was wir auch in Zukunft benötigen: Spricht man mit Branchen-



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



profis, Zukunftsforschern und studiert Meinungsumfragen, zeichnen sich diesbezüglich klare Tendenzen ab. Doch welche Megatrends werden bleiben und durch die aktuellen Entwicklungen vielleicht noch verschärft?

1. ÄNGSTE UND ERHÖHTES SICHERHEITSBEDÜRFNIS

Viele Gäste scheuen sich auszugehen beziehungsweise haben ein erhöhtes Sicherheitsbedürfnis. Halten Sie sich an die Hygienekonzepte, schaffen Sie Vertrauen mit Qualitätssiegeln, Zertifizierungen (zum Beispiel dem Wohlfühl-Siegel des DEHOGA Bayern) oder bieten Sie nach Möglichkeit die Option, weiterhin an der frischen Luft zu konsumieren (Heizpilze, überdachte Terrassen, Decken und so fort). Kommunizieren Sie mit Ihren Gästen aktiv vor der Anreise und schildern Sie den geplanten Ablauf (Parken, Check-in, Frühstück und so weiter) – das schafft Vertrauen und steigert die Vorfreude auf den Aufenthalt in Ihrem Betrieb.

2. ERLEBNISSE UND OPTIMISMUS – URLAUB VON ALLTAG UND SORGEN

Investieren Sie Zeit in den Austausch mit Ihren Mitarbeitern, deren Anliegen und Sichtweisen. Verbreiten Sie dabei Zuversicht und Optimismus, denn genau diese Atmosphäre erwarten sich die Gäste, wenn sie wieder ausgehen und verreisen. Die Kunden haben das Bedürfnis für Stunden oder Tage in andere Welten, in ein anders Leben einzutauchen – dabei beispielsweise neue Speisen zu probieren, in anderer Umgebung zu übernachten und bei vorher noch „fremden Menschen“ zu Gast zu sein und dabei herzlich bewirtet zu werden. Suchen Sie gemeinsam mit Ihren Mitarbeitern nach möglichen unerwarteten Erlebnissen für Ihre Gäste – anders als vor Monaten sind die meisten nicht bereits von zahlreichen Eindrücken überstrapaziert, sondern sehnen sich nach neuen Impressionen. Unerwartete Erlebnisse führen automatisch zu Mundpropaganda, die für Ihren Betrieb zukünftig erfolgsbringend sind.

3. RESONANZ – NACH DER DISTANZ MEHR NÄHE

Nach Kontaktbeschränkungen, digitalen Einflüssen und Erlebnissen sowie Home-Office steigt die Sehnsucht der Menschen nach Nähe und Resonanz im Allgemeinen. Der große Vorteil unserer Branche – das ist unsere Spezialität, unsere Leidenschaft – quasi in der Berufs-DNA verankert. Gäste freuen sich, wenn man sie anruft und fragt, wie es ihnen geht. Bei Restaurantbesuchen wird Wert auf persönliche Begrüßung, Augenkontakt und Achtsamkeit gelegt. Regen Sie bei Ihren Mitarbeitern an, von Routine und Floskeln abzusehen, sich Zeit für Persönliches zu nehmen. Viele Lokale mussten auf Grund der Abstandsregeln Sitzplätze reduzieren, was für die Wirtschaftlichkeit eine Herausforderung darstellen kann. Gleichzeitig ist das Bewusstsein der Menschen gestiegen, es wird mehr Wert auf Begegnungen und Genuss gelegt. Das soll und muss sich auch in der Preiskalkulation bemerkbar machen. Setzen Sie selbstbewusst einen angemessenen Preis für Ihr Produkt, Ihre Dienstleistung durch und setzen Sie dabei auf Qualität.

4. ACHTSAMKEIT UND NACHHALTIGKEIT

Corona hat auch die Achtsamkeit auf die eigene Gesundheit, das Wohlbefinden über quasi alle Altersgruppen in den Fokus gerückt. Erlebnisse in der Natur werden wieder großgeschrieben, Ruhe, „das bei sich selbst Ankommen“ macht erweiterte Angebote im Bereich Gesundheit und Wellness interessant. Der Mega-Trend Regionalität verbindet sich damit und bietet neue Möglichkeiten für Kommunikation und Vermarktung. 

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 „Sicherheit bei uns“
- NEU: Reisen für Alle

QUALIFIKATION

AUS- UND WEITERBILDUNGSPROGRAMM

- NEU: in Web-Seminaren Know-How gewinnen
- Präsenzseminare 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

KOOPERATION ZWISCHEN DEHOGA BAYERN UND SERVUS-MAGAZIN

Servus-Abonnement zum Vorteilspreis für DEHOGA Bayern-Mitglieder

ANFANG DES JAHRES HAT DER DEHOGA BAYERN EINE MEDIENKOOPERATION MIT DEM SERVUS-MAGAZIN DER RED BULL MEDIA HOUSE GMBH GESCHLOSSEN. IN DIESEM ZUGE WURDE DIE ERSTE AUSGABE **GASTGEBER BAYERN** GEMEINSAM MIT DEM SERVUS-MAGAZIN AN ALLE DEHOGA-MITGLIEDER VERSANDT. DAS HOCHWERTIGE PRINTMAGAZIN WIDMET SICH SEIT MITTLERWEILE ZEHN JAHREN REGIONALEN TRADITIONEN UND BRAUCHTÜMERN, BELEUCHTET TRADITIONELLES HANDWERK UND ZEIGT DIE UNVERFÄLSCHTE NATUR VON IHREN SCHÖNSTEN SEITEN.

Im Rahmen der Kooperation erhalten Mitglieder des DEHOGA Bayern das Servus-Magazin zu absoluten Sonderkonditionen. Das Jahresabonnement, das zwölf Ausgaben des Magazins umfasst, erhalten Mitgliedsunternehmen des DEHOGA Bayern zum Vorteilspreis von 12 Euro pro Jahr. Auch der Bezug mehrerer Magazine einer Ausgabe ist möglich – so liegt der Preis für drei Ausgaben pro Monat beispielsweise bei 36 Euro im Jahr. Der reguläre Abo-Preis beträgt mit einer Ausgabe pro Monat 48 Euro. Bestellungen sind auf der Website servusmagazin.de/dehoga möglich.

AUSBLICK AUF DIE KOMMENDE AUSGABE

Zum 10. Geburtstag des Servus-Magazins erscheint die Jubiläumsausgabe mit dem Titel „Zukunft & 10 Jahre Servus“ am 17. Dezember 2020 mit folgenden inhaltlichen Schwerpunkten:

- **Propheten, Seher, Zukunftsforscher**
Der Blick in die Zukunft hat die Menschen stets zu allen Zeiten und in allen Ländern dieser Erde interessiert. Von der Astronomie bis zum Hühnerorakel – eine kleine Geschichte der Prophetenkunst.
- **10 Jahre Servus, 10 Geschichten**
Zehn Servus-Autoren und ihre Lieblingsgeschichte: Harald Nachförg, Uschi Korda, Tristan

Berger, Silvia Pfaffenwimmer und andere lassen die schönsten Anekdoten Revue passieren.

- **„Servus“ – Der schönste Gruß der Welt**
„Servus!“, so sagt man in Österreich und Bayern. Ein Loblied auf den vielsagenden, schönsten Gruß im Alpenraum.

- **Kräuterfrau**
Abwehrstärkender Brustbalsam: Die Südtiroler Kräuterfrau Dora Somvi kennt sich aus im alpinen Reich von Latsche und Zirbelkiefer. Dieses Wissen nutzt sie, um einen abwehrstärkenden Brustbalsam herzustellen.

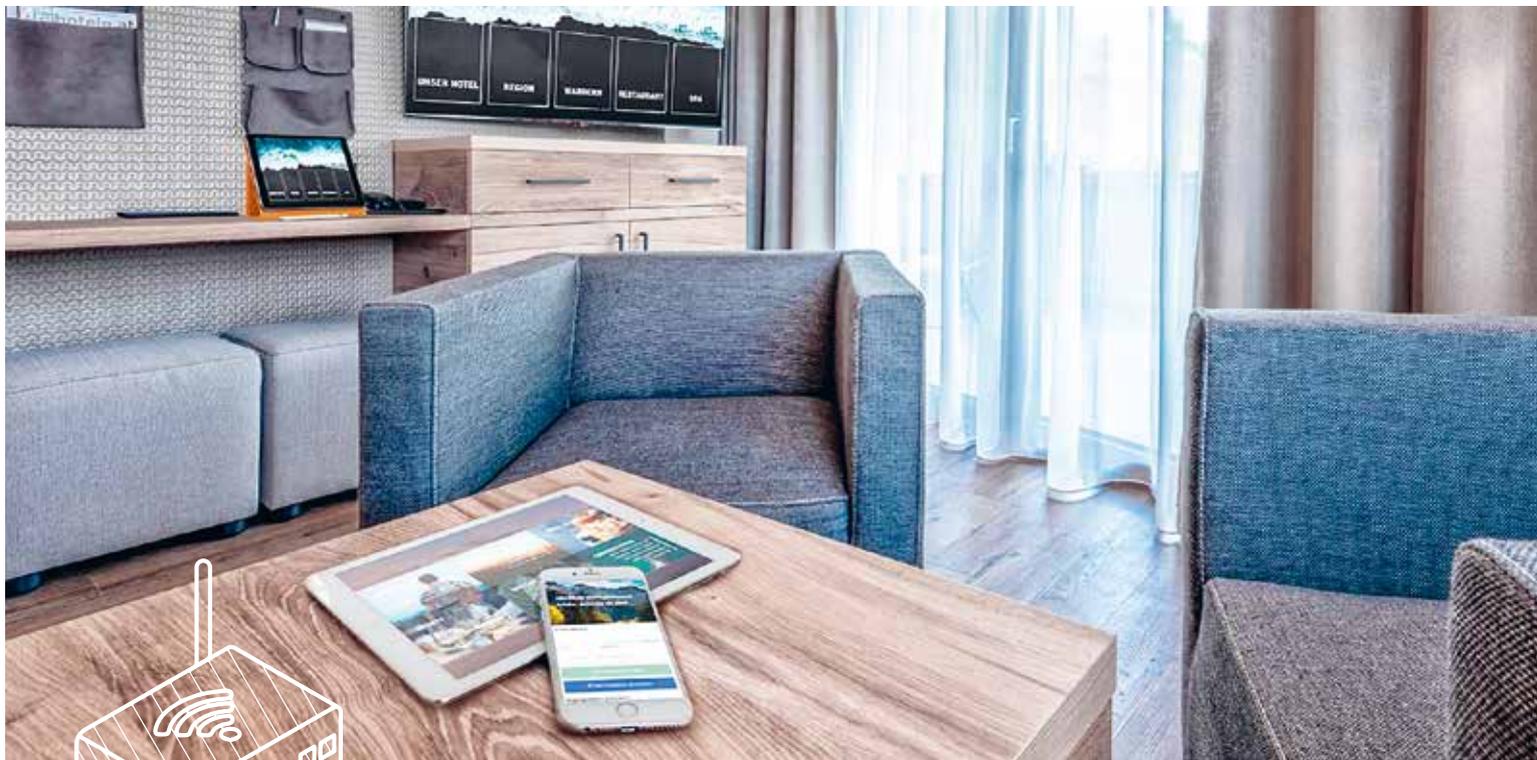
- **Naturapotheke**
Das alte Heilmittel Sauerhonig (Oxymel) fand erstmals beim griechischen Arzt Hippokrates Erwähnung. Karin Buchart verrät das Geheimnis des alten Heilmittels und liefert ein einfaches Rezept zum Selbermachen.

- **Natürlich schön**
Feste Handcreme: Fräulein Grün rührt aus Roter Rübe, Fichten- und Mandelöl eine feste Handcreme, die raue Winterhände pflegt und wieder geschmeidig macht.

- **Fundstück**
Alte Ski werden zur Sitzfläche einer Bank.

- **Basteln mit Kindern**
Scherenschnitt-Girlande aus Schneeflocken fürs Kinderzimmer.





TELEKOM – LANGJÄHRIGER PARTNER DES DEHOGA BAYERN

MEHR KOMFORT IM HOTEL DURCH DIGITALE TOOLS

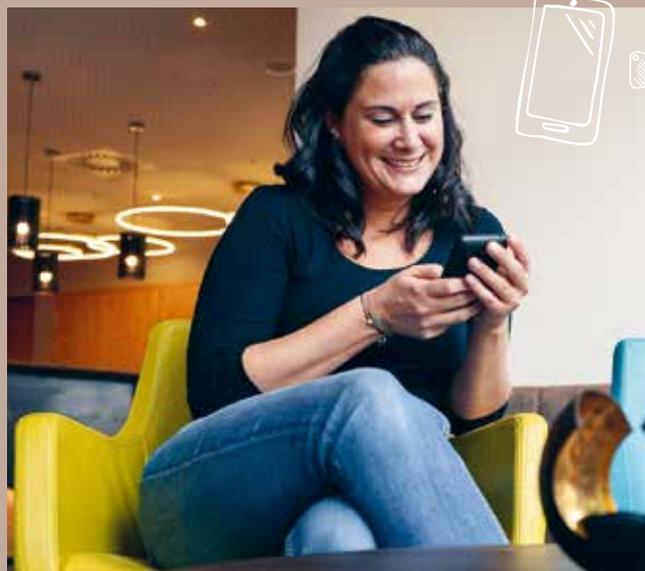
EINE KOMFORTABLE HOTELAUSSTATTUNG GEHT HEUTE WEIT ÜBER BEQUEME BETTEN UND PERSÖNLICHEN SERVICE HINAUS: GÄSTE ERWARTEN NICHT NUR EINE PERFEKTE VERSORGUNG MIT WLAN, SONDERN AUCH DIGITAL BEREITGESTELLTE AUSFLUGSTIPPS – UND WOLLEN IHREN PLATZ IM RESTAURANT LIEBER ONLINE RESERVIEREN ALS AN DER REZEPTION. DAS ERFORDERT PERFEKT ORCHESTRIERTE ABLÄUFE. DIGITALE TOOLS DES LANGJÄHRIGEN DEHOGA-PARTNERS TELEKOM HELFEN HOTELIERS DABEI – UND MITGLIEDER PROFITIEREN VON ATTRAKTIVEN VERBANDSVORTEILEN.

DIGITALISIERUNGS-BOOST FÜR WLAN UND MULTIMEDIA-ANGEBOTE

Flächendeckende WLAN-Versorgung ohne Umbaumaßnahmen sowie umfassende Multimedia-Angebote für Smartphones, Hotel-Fernseher und Informations-Displays verspricht goingsoft. Die Digitalisierungsexperten machen über die vorhandene Coax-Verkabelung zuverlässiges WLAN in jedem Zimmer verfügbar. Hoteliers können eine eigene App im Look-and-feel ihres Hotels einrichten und dort unterschiedliche Informationen und Funktionen hinterlegen: Über die App reservieren Besucher etwa einen Platz im Frühstücksraum, blättern durch digitale Gästemappen und Online-Zeitschriften oder informieren sich über aktuelle Angebote. Als Nebeneffekt reduzieren solche digitalen Dienste in Zeiten erhöhter Hygienevorgaben die Kontaktpunkte zwischen Gast und Personal. Im Hintergrund vereinfacht die Lösung das gesamte IT-Management und ermöglicht Hoteliers und Personal, ihre Gäste jederzeit bedarfsgerecht zu informieren.

LÖSUNGEN UND SERVICES FÜR HOTELIERS UND GASTRONOMEN

Mit weiteren Branchenlösungen wie dem digitalen Kassensystem Magenta Business POS sorgt die Telekom dafür, dass Gäste online Plätze reser-



vieren und kontaktlos zahlen können, während Gastgeber jederzeit ihre Warenwirtschaft und die Buchhaltung im Blick haben. Um mit Gästen, Lieferanten und Partnern jederzeit in Verbindung zu bleiben, bietet die Telekom spezielle Festnetz- und Mobilfunktarife. Mehr über alle Lösungen und Vorteilsbedingungen für DEHOGA-Mitglieder erfahren Interessierte unter der E-Mail-Adresse verbaende-vorteil@telekom.de



Auf einen Sake mit...

Maike Menzel, Deutschlands jüngste Sterneköchin

LIEBE MAIKE, DIE GANZE WELT HAT SICH BINNEN EINES HALBEN JAHRES KOMPLETT GEWANDELT – BESONDERS DAS GASTGEWERBE TRIFFT ES HART. WIE ERLEBST DU DIESE ZEIT?

Sehr widersprüchlich, einerseits empfinde ich diese Zeit als entspannt und entschleunigend. Es ist auch schön, mehr Zeit mit der Familie verbringen zu können. Auf der anderen Seite ist da diese Ungewissheit, wie es alle ein bis zwei Wochen weitergeht und die Ungewissheit, was noch alles auf uns Arbeitnehmer zukommt.

DU SETZT IN DEINER „YOUNG BAVARIAN CUISINE“ AUF REGIONALITÄT UND INNOVATION: SIND DAS DIE KOMponentEN, DIE BESONDERS IN DER MOMENTANEN SITUATION GEFRAGT SIND?

Ich hoffe, dass nun immer mehr Menschen auf regionale Erzeuger und deren Produkte aufmerksam werden und sie auch konsumieren. Es gibt wunderbare Produkte aus unserem eigenen Land und das sollte durchaus mehr wertgeschätzt werden. Ich brauche im Winter keine Tomaten, die nach nichts schmecken. Genau so wenig wie zum Beispiel Fleisch aus dem Ausland von minderer Qualität.

WORAUF FREUST DU DICH AM MEISTEN, WENN ALLES WIEDER NORMAL LÄUFT?

Auf einen normalen, geregelten Alltag.

HAST DU EINEN RAT FÜR KOLLEGEN, DIE DIE HOFFNUNG AB UND AN VERLÄSST?

An der Situation kann man nun mal nicht viel ändern. Ich denke, es ist wichtig, schnell zu reagieren und sich den gegebenen Umständen

anzupassen. Sein Konzept anzupassen, kreativ und flexibel zu sein. Auch daraus kann man etwas Tolles schaffen, um die Zeit so gut wie möglich zu überbrücken. Aufgeben ist selten eine gute Lösung. ☺

ZUR PERSON

Maike Menzel (31) ist in Schondorf am Ammersee aufgewachsen. Die Schule schloss sie 2006 in Utting am Ammersee ab, bevor sie ihren Abschluss an der staatlichen Berufsfachschule für Hauswirtschaft in Schongau machte. Ab 2008 wurde sie an der Münchner Berufsschule für das Hotel-, Gaststätten- und Braugewerbe als Köchin ausgebildet. Ihre Lehre absolvierte sie im Hotelrestaurant „Blauer Bock“, weitere Stationen waren das japanische Restaurant „Emiko“ sowie das deutsch-türkische „Pageou“ in München. Seit November 2016 ist die 29-Jährige im Vier Jahreszeiten Kempinski München tätig. Dort startete sie als Chef de Partie und Chef Tournant, wurde dann Souschef und im August 2018 Küchenchefin.

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

Mie ohne einander



FRAGE: WIE SCHLAGE ICH IN ZEITEN VON CORONA EINE HERZLICHE – NICHT PANDEMIEKONFORME – BEGRÜSSUNG VON GÄSTEN AUS OHNE UNHÖFLICH ZU SEIN?

Ich wollte diese Kolumne etwas früher schreiben. Nicht auf den letzten Drücker. Das ist mir nicht gelungen. Deshalb ist sie so ganz anders geworden als ich vorher dachte. Ich wollte darüber schreiben, wie man seinen Gästen höflich aber bestimmt zu verstehen gibt, dass Handschlag, Umarmung und High-Five sich noch etwas gedulden müssen.

Doch unsere Geduld ist nun auf eine andere Probe gestellt. Weil sich in diesen Zeiten die Dinge schnell ändern. Schneller als uns lieb ist. Die neuen Einschränkungen, die seit dem 2. November 2020 gelten, erlauben die Begegnung mit Gästen nur noch sehr eingeschränkt. Die Corona-Maßnahmen treffen die Branchen in der Sie und ich arbeiten mit voller Wucht. So wie man es von zweiten Wellen erwartet und befürchtet.

Für mich als Redner, Keynote-Speaker und Auftrittskünstler stellt sich die Frage nach einer pandemiekonformen Begrüßung gegen-

wärtig ebenso wenig wie für Sie. Weil keine Gäste da sind, die uns die Hand schütteln, die uns ungefragt in den Arm nehmen oder uns um den Hals fallen wollen. Das Pendel zwischen und Nähe und Distanz ist wieder in Richtung Distanz ausgeschlagen: Wo keine Gäste, da kein Gastgeben. Schwere Zeiten für alle, die irgendwas mit Menschen machen.

Ich habe mich daher entschieden, die Beantwortung der obigen Frage auf die Zeit zur verschieben, in der Sie und ich unseren Gästen wieder von Angesicht zu Angesicht begegnen können. Nicht nur beim Abholen von Speis und Trank oder beim Videoanruf. Eine Zeit, in der Menschen wieder miteinander plaudern, sich in die Augen und nicht vor die Maske schauen, eine Zeit in der wir miteinander laut lachen ohne sofort an den Flug der Aerosole zu denken, in der lauthals diskutiert wird ohne dass ein Virus die Menschen entzweit.

Was mich am meisten beunruhigt ist, dass mit der körperlichen Distanz auch die see-

lische Distanz zunimmt. Dass die Meinung des anderen zur Mindermeinung, Fake News, zur Unvernunft, zur inakzeptablen Unverantwortlichkeit erklärt wird. Wenn die einen den anderen Aluhüte aufsetzen und die anderen überall Verschwörungen und Erweckungsbedürftige wittern, dann ist nicht nur unsere Gesundheit sondern auch unsere Gemeinschaft bedroht.

Dann droht das schweren Schaden zu nehmen, was Ihnen und mir so sehr am Herzen liegt: Das Miteinander. Der Umgang mit Menschen. Für den Sie die Räume schaffen. Räume in denen Menschen sich begegnen können. Im Restaurant, im Imbiss, in der Kneipe, im Biergarten, in der Lobby und an der Bar. Zu Tisch, an der Rezeption, am Tresen und am Stehtisch. Überall dort, wo Menschen zusammenkommen können, um einander nah zu sein. Weil wir Menschen soziale Wesen sind. Die nicht immer mit, aber nie ohne einander können. Und es doch gerade müssen. ☺

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

Innovative Hygiene.



xibudesigner.com

Weil das Leben bunt ist

1.000 Designs je Hygienespender

für Händedesinfektion, WC-Brillen-Desinfektion,
WC-Papier; zudem um WC-Papier zu befeuchten –
ferner für Schaumseife, Papierhandtücher, Hautschutz
und Raumduft



UNYKAT®
YOUR INTERIOR IDENTITY

