Gastgeber Bayern

Das Magazin für Gastronomie und Hotellerie

#04

Ausgabe 2021

DEHOGA Bayern

STARKE FRAUEN IM GASTGEWERBE

Eine Mitgliedschaft, die schützt
Seite 10

Betriebsverleich des DEHOGA Bayern
Seite 18

Im Gespräch mit Staatsministerin Michaela Kaniber
Seite 24

Gastbeitrag von Haya Molcho, israelische Köchin und Gastronomin
Seite 28

© Nuriel Molcho

ZKZ 10616 | Schutzgebühr: 5 €

VERSICHERUNGSKAMMER BAYERN

Ein Stück Sicherheit.

Unser Schutzschirm gehört mit Recht für DEHOGA Mitglieder dazu.

Ab Januar 2022 profitieren alle DEHOGA Bayern Mitglieder automatisch vom betrieblichen Rechtsschutz.

In Kooperation mit unserem Partner

ÖRAG RECHTSCHUTZ

Finanzgruppe

Diese Ausgabe möchten wir bewusst dazu nutzen, den Blick auf die starken Frauen unserer Branche zu richten. Denn Gleichberechtigung zu fordern, ist das eine, Gleichberechtigung zu leben, etwas anderes. Darum kommen in dieser Ausgabe die unterschiedlichsten Vertreterinnen des Gastgewerbes zu Wort, die ihre Sicht auf Themen wie Chancengleichheit innerhalb der Branche, geschlechtsabhängige Zugangsmöglichkeiten zu den Führungsetagen oder das klassische Rollenbild von Männern und Frauen in der Gastwirtschaft schildern. Denn fest steht: Bestehende Grenzen und Hemmnisse müssen erst erkannt werden, um sie im zweiten Schritt beseitigen zu können.

So berichtet in dieser Ausgabe unter anderem Staatsministerin Michaela Kaniber, wie viel Spaß es ihr persönlich macht, gegenüber männlichen Kollegen mit altbewährten Stereotypen aufzuräumen. Die israelische Köchin und Gastronomin Haya Molcho betont, wie wichtig Diversität in erfolgreichen Unternehmen ist und Barkeeperin Isabella Lombardo stellt klar, dass man für die Gastwirtschaft schlicht und einfach gemacht sein muss – ganz gleich, ob Mann oder Frau.

Außerdem geht es in diesem Magazin um eine wesentliche Neuerung für unsere Mitgliedsbetriebe. So informieren wir auch ausgiebig über unsere neue Rechtsschutzversicherung, die Mitgliedsbetrieben und -unternehmen ab Anfang 2022 automatisch zur Verfügung stehen wird. Damit wird der Servicekatalog des DEHOGA Bayern ab dem 1. Januar 2022 um eine wichtige Zusatzleistung ergänzt. Die Rechtsschutzversicherung ist im Mitgliedsbeitrag inkludiert und schützt Betreiber von Hotel- und Gastronomiebetrieben vor rechtlichen Risiken, die sich nicht zuletzt aus der zunehmenden Fülle aktueller Verordnungen und Auflagen für die Branche ergeben. Zudem weisen wir auf den für das Gastgewerbe so wichtigen Betriebsvergleich hin, der nicht nur den teilnehmenden Betrieben, sondern der gesamten Branche wertvolle Dienste leistet. Bitte machen Sie mit!

Lassen Sie sich also ein auf ein Magazin aus einer etwas anderen Perspektive, erweitern Sie ihren Horizont und überschreiten Sie mit uns Grenzen – auch in einem Erfahrungsbericht über eine Alpenüberquerung, die zeigt, warum das gemeinschaftlich gedachte Zusammenwirken über Grenzen hinaus nicht nur im übertragenen Sinn, sondern ganz real funktioniert und jeder dabei dazugewinnen kann. Doch lesen Sie selbst …

Angela Inselkammer
Präsidentin des DEHOGA Bayern

Dr. Thomas Geppert
Landesgeschäftsführer des DEHOGA Bayern

DEHOGA Bayern

Inhalt
Ausgabe 04/2021

03

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

06 **Aus dem Landesverband**

DEHOGA Bayern im Gespräch Seite 06
Rückblick auf die HOGA Nürnberg Seite 08
Mitgliedschaft ab 2022 mit betrieblicher Rechtsschutzversicherung Seite 10
Seminarangebote der Bayern Tourist GmbH Seite 16
Schlaubergerwissen Seite 17
Betriebsvergleich für das bayerische Gastgewerbe Seite 18
Umwelt- und Klimapakt Bayern zeichnet Gastgewerbe aus Seite 21

22 **Starke Frauen im Gastgewerbe**

Im Gespräch mit der bayerischen Staatsministerin für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten, Michaela Kaniber Seite 24
Gastbeitrag von Haya Molcho, israelische Köchin und Gastronomin Seite 28
Warum brauchen wir mehr starke Gastgeberinnen? Seite 30
Gastbeitrag von Gunilla Hirschberger, Vorstandsvorsitzende des Frauennetzwerks Foodservice Seite 32
Im Gespräch mit Barkeeperin Isabella Lombardo Seite 34
Rollenbilder in der Gastronomie Seite 36
Hüttenwirtin Silvia Beyer geht neue Wege Seite 38
Ist gute Führung weiblich? Seite 40
Vier Säulen, die Mitarbeiter an ein Unternehmen binden Seite 42

Messen & Veranstaltungen 44

Bayern und die Welt 48

Die Alpenüberquerung Seite 48
Steigenden Energiepreise können Betriebe aktiv entgegenwirken Seite 52
Ansprechpartner | Impressum Seite 54

Auf einen Rotwein mit... 58

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in *Gastgeber Bayern* bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform hat lediglich redaktionelle Gründe und beinhaltet keinerlei Wertung.

Zum Titel:
Haya Molcho führt unter der Bezeichnung NENI europaweit zahlreiche Lokale. Mit einer Depandance in München ist auch die gebürtige Israelin mit rumänischen Wurzeln der Inbegriff einer starken bayerischen Gastgeberin.

Wussten Sie schon...

11,5%

... dass der Frauenanteil in den Vorständen der Top 200 Unternehmen in Deutschland 11,5 Prozent beträgt?

... dass 58 Prozent der 200 größten deutschen Unternehmen keine Frau im Vorstand haben?

... dass der Frauenanteil allgemein in Führungspositionen bei 28,4 Prozent liegt?

... dass es über 22.000 Azubinen in der Hotellerie und Gastronomie gibt?

... dass der Frauenanteil in gastgewerblichen Berufen bei 65,4 Prozent und bei Männern nur 34,6 Prozent beträgt?

... dass über 500.000 sozialversicherungspflichtige Frauen im Gastgewerbe beschäftigt sind?

... dass der Anteil der Gründerinnen an allen Gründerpersonen 38 Prozent beträgt?

... dass Lettland mit einem Wert von 46,6 Prozent den größten Anteil an Frauen in Führungspositionen in der EU hat?

* Die angegebenen Werte beziehen sich auf statistische Angaben aus dem Jahr 2020

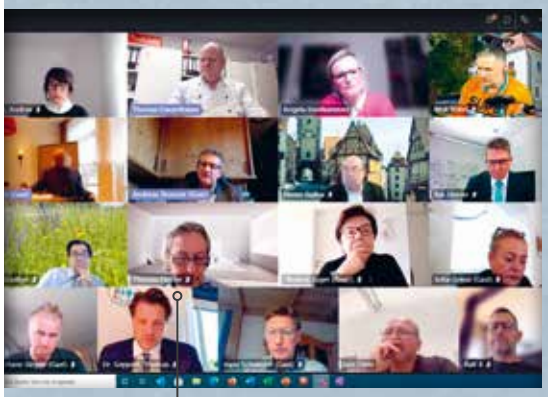
HOGA
Start-up Wettbewerb

Die Gewinner des HOGA Start-up Wettbewerbs stehen fest: Nordic Oceanfruit, baeren.io und RECUP. Die Jurymitglieder Thomas Förster, DEHOGA Bayern-Vizepräsident, Schauspielerin Silke Popp und Frank-Ulrich John, Chefredakteur Gastgeber Bayern, gratulieren vor Ort Andreas Will, baren.io, und Johannes Stiegler, RECUP. Oceanfruit konnte, wie Jurymitglied Dagmar Wöhrl, nicht vor Ort sein, der Grund war ein „Big Deal".

Informationsveranstaltung
„Energie"

Rund um das Thema Energie referierten Daniel Bullerdieck und Christian Niederstraßer, E.ON Deutschland, sowie Mathias Jakob, Bayernwerk Natur GmbH, und Markus Drude, IMET, im Natur- und Wohlfühlhotel Brunner Hof von Präsidiumsmitglied von Andreas Brunner, 2. Vizepräsident des DEHOGA Bayern, in Arnschwang.

DEHOGA Bayern im Gespräch mit...



Krisensitzung
des Großen Vorstands

Der große Vorstand berät zu den erneuten Verschärfungen 2G und 2G Plus im Gastgewerbe.

European Jobdays
auf der HOGA 2021

DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer und Ralf Holtzwart, Vorsitzender der Geschäftsführung Regionaldirektion Bayern der Bundesagentur für Arbeit, waren persönlich vor Ort, um die erste europaweite digitale und analoge Fachkräfte-Vermittlungsbörse exklusiv für das bayerische Gastgewerbe vorzustellen. Insgesamt konnten durch die inside und onsite Aktivitäten rund 600 Arbeitssuchende mit den 550 freien Jobangeboten ausschließlich für das bayerische Gastgewerbe gematcht werden.

Austausch mit dem Blauen Gockel

DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer (Mitte), der Vorsitzende des Fachbereiches Hotellerie, Stefan Wild (links) und Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert (rechts) im Austausch mit Gerda Walser, 1. Vorsitzende Blauer Gockel – Bauernhof- und Landurlaub e.V. – (zweite von links), und Geschäftsführerin Susanne Wibbeke (zweite von rechts).

Im Gespräch mit Andreas März, Oberbürgermeister von Rosenheim

Die Rosenheimer Kreisvorsitzende Theresa Albrecht gemeinsam mit Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert im Austausch bei Rosenheims Oberbürgermeister Andreas März über die aktuelle Situation in der Gastronomie.

Pressekonferenz zur HOGA Messe 2021

Vorstellung des Programms zur Gastgebermesse HOGA in Nürnberg.

Bundesweites Spitzentreffen des DEHOGA in München

Bayerns Ministerpräsident Markus Söder zu Gast beim DEHOGA-Bundesvorstand auf dem Nockherberg in München. DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer betonte die Lage und Herausforderungen und akuten Forderungen der Branche.

Urkundenverleihung „Kleiner Wirtebrief – Zukunft trotz Handicap"

Bayerns Arbeits- und Sozialministerin Carolina Trautner ehrt gemeinsam mit DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer die ersten Teilnehmer des neuen DEHOGA Bayern-Zertifikates für junge Menschen mit Behinderung.

Austausch mit Markus Söder und Armin Laschet

Bayerns Ministerpräsident, Markus Söder, gemeinsam mit Armin Laschet, Kanzlerkandidat und Vorsitzender der CDU Deutschland, zu Gast bei DEHOGA Bayern-Vizepräsident Thomas Förster in Nürnberg.

RÜCKBLICK AUF DIE HOGA NÜRNBERG

Präsenz ist wichtig für die Branche

Vom 17. bis 19. Oktober 2021 hat die Gastgebermesse HOGA in Nürnberg stattgefunden. Die Messe für Hotellerie, Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung war nach fast 20 Monaten eine der ersten Präsenz-Messen in Bayern. Aussteller und Besucher zeigten sich sehr zufrieden und die coronabedingten Herausforderungen wurden gemeistert.

Die HOGA Nürnberg, Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung, findet alle zwei Jahre statt. Über 300 Aussteller aus den Bereichen Food & Beverage, Küchentechnik, Einrichtung und Ausstattung sowie Software- und IT-Dienstleistungen präsentieren dabei auf 23.000 Quadratmetern Fläche ihre Angebote.

Bereits seit 71 Jahren begleitet und prägt diese Gastronomiefachmesse HOGA das Bayerische Gastgewerbe. In diesem Jahr fiel der Messe die besondere Aufgabe zu, Gastronomen und Hoteliers erstmals nach langer Pause wieder zusammenzuführen und ihnen die Möglichkeit zu geben, sich persönlich auszutauschen.

Für DEHOGA Bayern-Vizepräsident Thomas Förster war die HOGA ein äußerst wichtiger Termin: „Ich freue mich sehr, dass die HOGA als die Branchenmesse für das Gastgewerbe wieder stattfinden konnte. Neben vielen neuen Ideen, die gezeigt wurden, konnten wir an die positiven Entwicklungen, wie etwa den aufstrebenden Inlandstourismus und eine neue Wertschätzung unter den Gästen, anknüpfen.“ Der Messebetrieb der HOGA sei für das Bayerische Gastgewerbe auch ein wichtiger Umsatzbringer.

TREFFEN DER DEHOGA BAYERN-SPITZE

LANDES-DELEGIERTEN-VERSAMMLUNG 2021

Parallel zur HOGA sind auch die Landesdelegierten des DEHOGA Bayern zu ihrer jährlich stattfindenden Konferenz zusammengekommen. Hier wurde unter anderem die Beitragsanpassung für Mitgliedsunternehmen im Rahmen eines umfangreichen Rechtsschutzpakets ab Anfang 2022 beschlossen (siehe hierzu auch den Beitrag auf den Folgeseiten).

MITGLIEDSCHAFT AB 2022 MIT BETRIEBLICHER RECHTSSCHUTZVERSICHERUNG

DEHOGA Bayern: Eine Mitgliedschaft, die schützt

Der Leistungskatalog für Mitglieder des DEHOGA Bayern wird ab dem 1. Januar 2022 durch eine umfangreiche Rechtsschutzversicherung ergänzt. Diese ist im Mitgliedsbeitrag inkludiert und schützt Betreiber von Hotel- und Gastronomiebetrieben vor rechtlichen Risiken, die sich nicht zuletzt aus der zunehmenden Fülle aktueller Verordnungen und Auflagen für die Branche ergeben.

Neben der DEHOGA-Rechtsberatung, die wie gewohnt enthalten ist, werden die DEHOGA Bayern-Mitglieder ab 1. Januar 2022 automatisch auch rechtsschutzversichert sein. Versichert sind der jeweilige Mitgliedsbetrieb, seine Inhaber und auch die beschäftigten Personen bei ihrer beruflichen Tätigkeit.

„Wir freuen uns, dass aufgrund des einstimmigen Beschlusses der Delegiertenversammlung diese immens wichtige Absicherung für unsere Mitglieder in die Mitgliedschaft integriert werden konnte. Damit sind wir und unsere Mitglieder bei rechtlichen Problemen noch besser aufgestellt“, betont DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer.

Der Gruppenvertrag, der mit der Versicherungskammer Bayern und deren Rechtschutzversicherer ÖRAG vereinbart wurde, bringt den 12.000 Mitgliedern signifikante Vorteile. Zum einen werden weitere relevante unternehmerische Risiken abgedeckt. Zum anderen sind die Prämien wesentlich günstiger, als bei einzeln abgeschlossenen Versicherungsverträgen. „Unsere Mitglieder sind mit der betrieblichen Rechtsschutzversicherung auch im Falle unschöner Auseinandersetzungen sehr umfassend geschützt“, betont DEHOGA Bayern-Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert. Gerade die Ereignisse des letzten Jahres hätten gezeigt, wie wichtig ein guter Rechtsschutz für die Branche sei.

UMFANGREICHE LEISTUNGEN

Die in der Mitgliedschaft künftig neu enthaltenen Versicherungsbausteine umfassen neben dem Unternehmer-Rechtsschutz und dem Spezialstraf-Rechtsschutz auch den Gewerberaum-Rechtsschutz. Der in den Gruppenversicherungsvertrag aufgenommene Baustein Spezial-Straf-Rechtsschutz ist beispielsweise bei Verstößen gegen Hygienevorschriften oder bei Verstößen im Steuer- und Abgaberecht hilfreich.

„In der Verbandsmitgliedschaft war bisher schon die rechtliche Beratung und Vertretung vor den Arbeitsgerichten inkludiert. Mit dem neuen DEHOGA Bayern-Rechtsschutz sind nunmehr zahlreiche weitere rechtliche Themengebiete in dem vereinbarten Leistungspaket abgesichert. Dadurch wird das Leistungsspektrum für die Mitglieder erheblich erweitert“, so Inselkammer.

KOSTENERSPARNIS FÜR VERBANDSMITGLIEDER

Die DEHOGA Bayern-Verbandsmitglieder profitieren ab Januar 2022 neben dem erweiterten Leistungsschutz auch finanziell. Die erforderliche, geringe Beitragsanhebung wird durch die äußerst günstigen Versicherungskonditionen mehr als ausgeglichen. „Die Kooperation mit der ÖRAG, dem Rechtsschutzversicherer der Versicherungskammer Bayern, verschafft den Mitgliedern deutlich mehr Sicherheit für wenig Geld“, betont Landesgeschäftsführer Geppert.

Beispielsweise spart ein Gastronomiebetrieb mit drei Mitarbeitern

deutlich über 400,- Euro durch die im Mitgliedsbeitrag enthaltene Rechtsschutzversicherung, die er ansonsten selbst abschließen müsste. Je mehr Mitarbeiter ein DEHOGA Bayern-Mitgliedsbetrieb hat, desto größer wird die Ersparnis.

WEITERE EXKLUSIVE LEISTUNGEN FÜR MITGLIEDER

Weil im Geschäfts- und Privatleben noch weitere juristische Risiken bestehen, bietet die ÖRAG eine individuelle Ergänzungsabsicherung an, die – falls gewünscht – zusätzlich zum DEHOGA Rechtsschutz abgeschlossen werden kann – auch hier selbstverständlich zu günstigen Sonderkonditionen. Damit können konkret der Bereich Verkehr und der Privat-Rechtsschutz ergänzt werden. Auch für Vertragsrisiken im gewerblichen Bereich gibt es eine ergänzende Absicherung.

WEITERELESEN!

Beiträge im Vergleich – Mitglieder profitieren

MONATLICHER MITGLIEDSBEITRAG
DEHOGA Bayern 2021/2022 im Vergleich:

Beitragsstufe	Anzahl Arbeitnehmer*	Monatlicher Mitgliedsbeitrag 2021	Monatlicher Mitgliedsbeitrag 2022
I	nur Filialbetrieb	27,40 €	35,85 €
II	0-3	27,40 €	35,85 €
III	4-10	45,50 €	55,69 €
IV	11-20	67,90 €	79,63 €
V	21-50	110,20 €	126,54 €
VI	51-75	150,90 €	170,11 €
VII	über 75	195,90 €	219,03 €

*Als Arbeitnehmer gelten alle Vollzeitbeschäftigten einschließlich der mitbeschäftigten sozialversicherungspflichtigen Familienangehörigen (ausgenommen Ehegatten). Mehrere Teilzeitbeschäftigte werden entsprechend ihrer Beschäftigungsdauer auf Vollzeitbeschäftigte hochgerechnet:
4 geringfügig Beschäftigte = 1 Arbeitnehmer; 2 Teilzeitbeschäftigte = 1 Arbeitnehmer

ERSPARNIS DURCH DEHOGA BAYERN-RECHTSSCHUTZ
Rechtsschutzprämie individuell & Mitgliedsbeitrag 2022 im Vergleich:

VERSICHERUNGSPRÄMIE OHNE VERBANDSLÖSUNG		DEHOGA-MITGLIEDSBEITRAG AB 2022
Mitarbeiteranzahl	Prämie brutto	
0	428,00 €	430,24 €
1-3	511,00 €	430,24 €
4-6	656,00 €	668,30 €
7-10	907,00 €	668,30 €
11-15	1.210,00 €	955,54 €
16-20	1.922,00 €	955,54 €
21-30	2.516,00 €	1.518,52 €
31-40	3.064,00 €	1.518,52 €
41-50	3.968,00 €	1.518,52 €
51-80	5.370,00 €	2.041,34 €
ab 80	6.741,00 €	2.628,34 €

AB 1. JANUAR 2022: DEHOGA BAYERN-RECHTSSCHUTZ – DAS IST DRIN!

Unternehmer-Rechtsschutz

- Arbeits-Rechtsschutz ab der 2. Instanz (Außergerichtliche und gerichtliche Vertretung bis einschließlich zur 1. Instanz waren und bleiben Verbandsleistung)
- Schadenersatz-Rechtsschutz
- Steuer-Rechtsschutz
- Sozial-Rechtsschutz
- Verwaltungs-Rechtsschutz
- Daten-Rechtsschutz
- Straf-Rechtsschutz
- Ordnungswidrigkeiten-Rechtsschutz
- Disziplinar- und Standes-Rechtsschutz
- Opfer-Rechtsschutz

Spezial-Straf-Rechtsschutz

- Spezial-Straf-Rechtsschutz
- Ordnungswidrigkeiten-Rechtsschutz
- Disziplinar- und Standes-Rechtsschutz

Gewerberaum-Rechtsschutz

- Grundstücks-Rechtsschutz für das der Mitgliedschaft zugrunde liegende, selbst genutzte Gewerbeobjekt (Eigentum, Pacht, Miete; auch für den Bierliefervertrag als Teil des Pachtvertrags)
- Schadenersatz-Rechtschutz
- Steuer-Rechtsschutz
- Straf-Rechtsschutz
- Ordnungswidrigkeiten-Rechtsschutz

ACHTUNG: DER VERSICHERUNGSSCHUTZ GILT NUR FÜR DEN BETRIEB, FÜR WELCHEN EINE MITGLIEDSCHAFT BESTEHT.

Wie bisher:
Der neue inkludierte Rechtsschutz-Gruppenvertrag ergänzt ideal die rechtliche Beratung des DEHOGA Bayern, die selbstverständlich weiterhin in gewohntem Umfang in Anspruch genommen werden kann.

DIESE RECHTSSCHUTZ-BAUSTEINE SIND ZUSÄTZLICH ABSCHLIESSBAR:

FÜR DEN FIRMENBEREICH:

- **Verkehrs-RS (Baustein V)**
  - Rechtsschutz für telefonische Erstberatung
  - Schadenersatz-Rechtsschutz
  - Rechtsschutz im Vertrags- und Sachenrecht
  - Ordnungswidrigkeiten-Rechtsschutz
  - Straf-Rechtsschutz
  - Verwaltungs-Rechtsschutz in Verkehrssachen
  - Sozial-Rechtsschutz
  - Opfer-Rechtsschutz
  - Steuer-Rechtsschutz
- **Vertrags-Rechtsschutz für Hilfsgeschäfte**
- **Firmenvertrags-Rechtsschutz**

FÜR DEN PRIVATEN BEREICH:

- **Rundum-Schutz**
  - Privat-Rechtsschutz
  - Verkehrs-Rechtsschutz
  - Haus- und Wohnungs-Rechtsschutz
  - Berufs-Rechtsschutz

Achtung: Diese Bausteine können DEHOGA Bayern-Mitglieder zusätzlich abschließen, sie sind nicht automatisch im Beitrag enthalten. Doch auch hier gibt es günstige Sonderkonditionen.

Wichtige Fragen & Antworten:

AB WANN GIBT ES DIE DEHOGA RECHTSSCHUTZVERSICHERUNG FÜR MITGLIEDER?

Die DEHOGA Rechtsschutzversicherung wird ab dem 1. Januar 2022 gelten. Mitglieder des DEHOGA Bayern sind dann automatisch durch ihre Mitgliedschaft rechtsschutzversichert für Rechtsschutzfälle, die ab dem 01. Januar 2022 eintreten.

IST DIE VERSICHERUNGSSUMME GEDECKELT?

Nein. Die Versicherungssumme ist unbegrenzt.

WELCHE KOSTEN WERDEN ÜBERNOMMEN?

- Kosten eines Rechtsanwalts gemäß Rechtsanwaltsvergütungsgesetz
- im Spezial-Straf-Rechtsschutz werden auch Honorarvereinbarungen mit einem Rechtsanwalt übernommen
- Gerichtskosten
- Entschädigung für Zeugen und Sachverständige, die vom Gericht herangezogen werden
- Gebühren eines Schieds- oder Schlichtungsverfahrens
- Zwangsvollstreckungskosten (z.B. Gerichtsvollzieher)

WELCHE ANWÄLTE STEHEN MIR ZUR VERFÜGUNG?

Selbstverständlich haben Sie bei Rechtsschutzleistungen die freie Anwaltswahl. Die ÖRAG empfiehlt auf Wunsch gerne eine Kanzlei in Ihrer Nähe.

WAS PASSIERT MIT EINER AKTUELL BESTEHENDEN BETRIEBLICHEN RECHTSSCHUTZVERSICHERUNG?

Aufgrund der Absicherung über den DEHOGA Bayern-Rechtsschutz können Mitglieder ihre eigenständig abgeschlossenen Rechtsschutzversicherungen mit dritten Anbietern überprüfen und die entsprechenden Jahresprämien gegebenenfalls anpassen lassen. Sie müssen bestehende Verträge keinesfalls kündigen! Für weiterführende Fragen nehmen Sie gerne Kontakt mit der Landesgeschäftsstelle in München oder mit den Beratern der VKB auf. Die Kontaktdaten finden Sie auf der DEHOGA-Website www.dehoga-bayern.de

VERLIERT MAN NACH MEHREREN VERSICHERUNGSFÄLLEN DEN VERSICHERUNGSSCHUTZ?

Nein, einzelne versicherte Mitglieder verlieren auch bei ungünstigem Schadensverlauf nicht ihren Versicherungsschutz, da der Verband der Versicherungsnehmer ist. Das ist neben dem sehr guten Preis-Leistungsverhältnis der zweite entscheidende Grund für den DEHOGA-Rechtsschutz.

WELCHE ANDEREN LANDESVERBÄNDE HABEN BEREITS EINE VERBANDLICHE RECHTSSCHUTZVERSICHERUNG?

Die Landesverbände Hessen (seit 2015) und Rheinland-Pfalz (seit 2020) haben über die ÖRAG bereits Gruppenversicherungsverträge für ihre Mitglieder abgeschlossen. Sowohl die Mitglieder wie auch die Verbände berichten von äußerst positiven Erfahrungen.

WIE HOCH IST DIE SELBSTBETEILIGUNG?

Die Selbstbeteiligung beträgt grundsätzlich 300 Euro im Schadensfall. Bei Beauftragung einer von der ÖRAG empfohlenen Kanzlei ermäßigt sich die Selbstbeteiligung auf 150 Euro. Gar keine Selbstbeteiligung fällt an, wenn Ihr Fall zum Beispiel mit einer Rechtsanwaltsberatung abgeschlossen werden kann.

WIE LANGE IST DIE WARTEZEIT?

- Keine Wartezeit für DEHOGA Bayern-Mitgliedsbetriebe
- Drei Monate Wartezeit im Arbeits- und Verwaltungs-Rechtsschutz sowie im Grundstücks-Rechtsschutz für DEHOGA-Neumitglieder ab dem 02. Januar 2022
- Immer Wartezeitverzicht bei nahtloser Rechtsschutz-Vorversicherung des Mitglieds

Keiner ist gefeit: Rechtliche Fallstricke

Es kann immer ein rechtlicher Konflikt auftreten, auch wenn der Gastronomiebetrieb alle Regeln einhält. Schon allein deshalb, weil Verordnungen, Gesetze und Auflagen immer umfangreicher und komplizierter werden. Beispiele dafür sind unbeabsichtigte Verletzungen des EU-DSVGO oder Schwierigkeiten mit Pachtverträgen. Auch Verstöße gegen die Corona-Schutzverordnung können schnell zum Problem werden. Hierfür genügt schon ein anonymer Hinweis, die Pflichten nicht ausreichend erfüllt zu haben.

DIESE FALLBEISPIELE ZEIGEN, WO RECHTLICHE GEFAHREN LAUERN:

Datenschutz:
Sie versenden regelmäßig einen Newsletter an Ihre Gäste, um sie über aktuelle Angebote zu informieren. Obwohl ein ehemaliger Gast bei seinem Aufenthalt die Einwilligungserklärung dazu ordnungsgemäß unterschrieben hatte, behauptet er nun, Sie hätten seine Daten nicht nutzen dürfen. Er verlangt von Ihnen nach der EU-Datenschutz-Grundverordnung Schadenersatz in Höhe von 500 Euro. Dagegen möchten Sie sich vor Gericht wehren und gleichzeitig auch gegen das eingeleitete Bußgeldverfahren vorgehen.

Pachterhöhung:
Sie haben mit Ihrem Verpächter eine feste, laufende Pacht für Ihren Gasthof vereinbart, welche die laufenden Instandhaltungsarbeiten und sonstige Reparaturkosten durch den Verpächter umfasst. Nach der Behebung eines Wasserschadens im Keller möchte der Verpächter diese Kosten auf Sie umlegen und übersendet Ihnen dazu eine Rechnung. Nachdem Sie der Rechnung widersprochen und keine Zahlung geleistet haben, droht Ihnen der Verpächter mit der Kündigung des Pachtvertrags. Sie möchten sich dagegen wehren und schalten dazu einen Rechtsanwalt ein, der für Sie die Angelegenheit klärt.

ANSPRECHPARTNER FÜR ALLE RECHTLICHEN ANGELEGENHEITEN IST AB DEM 01. JANAUR 2022 DIE LANDESGESCHÄFTSSTELLE IN MÜNCHEN. DARÜBER ERFOLGT DIE KONTAKTAUFNAHME ZUR RECHTSSCHUTZVERSICHERUNG.

DEHOGA Bayern-Landesgeschäftsstelle:
Tel. 089 / 28 760 0
(Mo bis Do: 8.30 Uhr bis 17 Uhr;
Fr: 8.30 Uhr bis 14.30 Uhr)
rechtsschutz@dehoga-bayern.de

Weitere Informationen zum DEHOGA Bayern-Rechtsschutz und den Kontaktadressen sind auch auf der Website www.dehoga-bayern.de zu finden.

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-TÜV für Einsteiger	18.01.2022
So schreiben Sie Texte, die Ihre Gäste (und Google) lieben	18.01.2022
Gründerkompakt-Praxisworkshop – Der Einblick	24.01.2022

FEBRUAR

Aufzeichnungspflicht im Gastgewerbe – Fit im Dokumentieren von A-Z	01.02.2022
Befähigte Personen zur Gewährleistung der Hygienestandards	02.02.2022
WOW-Geheimnis echter Kundenbindung	03.02.2022
Gastgewerbliche Betriebswirtschaft Baustein I	07.-09.02.2022
Stimmt die Kasse?	10.02.2022
Housekeeping: Prozesse und Stukturen	10.02.2022
Führungs-Akademie Modul I	14.-15.02.2022
Q-Coach – Service-Qualität Deutschland	16.-17.02.2022
Online & Social Media Maketing	21.02.2022
Facebook Marketing Optimierung	22.02.2022 (Nürnberg)
Erfolgreiche Instagram-Promotion für Gastgeber	22.02.2022 (Nürnberg)
Der Preis ist heiß – Worauf kommt es an?	23.02.2022

MÄRZ

Online-Vertrieb & -Marketing	07.03.2022
Mitabeiterführung im Personalwesen Teil I	08.-09.03.2022
Einführung ins professionelle Revenue-Management	10.03.2022
Erfolgsfaktor Feedback Basis	14.03.2022
Schlagfertigkeit kann man lernen	15.03.2022
LinkedIn-Marketing für Restaurants und Hotels	17.03.2022
Führungs-Akademie Teil II	21.-22.03.2022
Kompetent – auch wenn's mal schwierig wird	23.-24.03.2022
Existensgründungs-3-Tages-Workshop für Umsetzer	28.-30.03.2022

APRIL

Housekeeping: Das perfekt gecheckte Zimmer im Alltag	04.04.2022
Brandschutz	07.04.2022
Qualitäts- und Konfliktmanagement	25.04.2022
Generationswechsel im Gatsgewerblichen Mittelstand erfolgreich meistern	26.04.2022
Gründerkompakt-Praxisworkshop – Der Einblick	27.04.2022
Check In – Begeistern Sie Ihre Gäste von Anfang an	28.04.2022

Veranstaltungsort

Prinz-Ludwig-Palais
Türkenstraße 7
80333 München

Weitere Informationen unter

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

BTG Bayern Tourist GmbH

SCHLAUBERGERWISSEN

Warum nicht mal ein Perspektivwechsel?

Die Klimaanlagen in Hotels werden standardgemäß dem männlichen Wärmeempfinden angepasst. Für Frauen ist die Wahrscheinlichkeit, bei einem Unfall schwer verletzt zu werden, fast um die Hälfte höher als für Männer – nur weil die Dummys bei Crashtests bis heute fast ausschließlich die Maße und Konstitution eines durchschnittlichen Mannes haben. Man spricht von der „Putzfee" und hat gleichzeitig ein weibliches Wesen vor Augen. Warum aber ist das alles so?

Gerade während des Lockdowns haben viele Beschäftigten ihre Aufgabenbereiche erweitert oder in einen anderen hineingeschnuppert. In der Hotellerie wurde gemeinsam geputzt und das Haus handwerklich wieder auf Vordermann gebracht. Oder auf Vorderfrau? Die Sprache bietet in Sachen Gleichberechtigung noch allerlei Fallstricke und ohne übergenau sein zu wollen, über die Sprache werden Denkstrukturen verändert und damit Entwicklungen auch auf den Weg gebracht. Selbstverständlich muss dem Gast oder wie neuerdings der Gästin nun das Ei nicht mit der Salzstreuerin serviert werden. Denkanstöße im richtigen Maß sind aber dennoch förderlich und eine Gesellschaft könnte davon in ihrer Gesamtheit profitieren, wie auch zahlreiche Studien belegen.

Der Weg der gedanklichen Brücke öffnet neue Türen. Denn es ist ja so: Viele (nicht alle!) denken auch heute noch, dass Frauen besser dekorieren können, wohingegen sich Männer besser beim Bierzapfen machen. Aber warum ist das so? Personen, die zu derartigen Behauptungen neigen, sind sich in einer Sache sicher: Frauen und Männer sind komplett verschieden. Die Ursache darin sehen viele in unseren Genen und den Strukturen in unserem Gehirn. Tatsächlich ist die Forschungslage aber nicht so eindeutig, wie von vielen vermutet wird.

Einige wenige Unterschiede lassen sich mithilfe der Forschung auf die Biologie zurückführen, aber nicht alle. 90 Prozent der Verknüpfungen zwischen den Nervenzellen entwickeln sich in den ersten Lebensjahren. Als Vorbilder hat das direkte Umfeld, also vor allem die Eltern und Familie, einen enormen Einfluss. Über sie werden bestimmte Verhaltens- und Denkmuster von klein auf erlernt und gespeichert. Die Umwelt nimmt somit bei der Entwicklung einen großen Stellenwert ein. Wenn wir nun aber Mädchen von klein auf beibringen, mit rosa Puppen zu spielen, Jungs, dass sie nicht weinen dürfen, dass der Papa alles reparieren kann und die Mama den Haushalt schmeißt, prägt sich dieses Rollenbild früh ein. Genauso könnte Kindern aber auch das Gegenteil vermittelt werden. Auch unbewusste Vorurteile können das Verhalten und die Motivation lenken. Ob sich diese nun in der Werbung, in der Familie oder im Internet widerspiegeln – beeinflusst werden wir überall. Der feste Glaube an die fundamentale Unterscheidung zwischen den Geschlechtern, lässt feste Denkmuster erst entstehen.

Doch Geschlechterrollen in unserer Gesellschaft wandeln sich, die Erfahrungen und Lernmuster verändern sich und die Unterschiede werden zunehmend kleiner. Sind Frauen dann vielleicht doch nur Männer? Im Wesentlichen gilt es alte, überholte Denkmuster zu überwinden, den Horizont zu erweitern, auf Sprache und Taten zu achten – denn sie prägen uns und unser Umfeld – und sich vermehrt bewusst zu machen: Auch Frauen können einen Wasserhahn reparieren und auch Männer besitzen funktionierende Tränendrüsen und haben einen Blick für das Schöne. Tatsächlich würden nach sozialwissenschaftlichen Untersuchungen alle Menschen von einer Welt mit mehr Gendergerechtigkeit in der Gesellschaft profitieren und der Wandel beginnt oftmals bereits im Kleinen, liebe Lesende.

KOSTENOPTIMIERUNG DURCH BENCHMARKING

Betriebsvergleich für das bayerische Gastgewerbe

Jetzt teilnehmen und den eigenen Betrieb optimieren!

Alle drei Jahre erstellt das Deutsche Wirtschaftswissenschaftliche Institut für Fremdenverkehr an der Universität München (dwif) zusammen mit dem DEHOGA Bayern einen Betriebsvergleich für die Hotellerie und Gastronomie. Jetzt ist es wieder soweit – machen Sie mit.

Wichtig für einen aussagekräftigen Betriebsvergleich sind breit gefächerte Daten. Deshalb sind alle gastgewerblichen Unternehmer im Freistaat aufgerufen, an der Befragung teilzunehmen. Der Fragebogen steht auf der Homepage www.dehoga-bayern.de zum Ausfüllen bereit.

WICHTIGES INSTRUMENT FÜR ALLE TEILNEHMENDEN UND DIE GESAMTE BRANCHE

„Alle drei Jahre führen wir gemeinsam mit dem dwif den Betriebsvergleich für das bayerische Gastgewerbe durch. Ich möchte an dieser Stelle ausdrücklich an alle Kolleginnen und Kollegen appellieren, die für den Vergleich notwendigen Daten und Informationen zur Verfügung zu stellen. Denn Zahlen zu unseren Unternehmen sind heute wichtiger denn je. Investitionsentscheidungen ‚aus dem Bauch heraus' sind – insbesondere, wenn Banken im Spiel sind – heute nicht mehr möglich. Mehr noch: Es geht auch um die Zahlen der Branche, damit jeder sehen kann, wo der eigene Betrieb steht und in welchen Bereichen Verbesserungen und Optimierungen möglich sind. Mir persönlich hat der Betriebsvergleich schon oft geholfen, und so werde ich den Fragebogen auch in diesem Jahr mit größter Sorgfalt ausfüllen. Tun Sie das bitte auch!"

Angela Inselkammer, Präsidentin DEHOGA Bayern

ZWECK DER BEFRAGUNG

Im Online-Fragebogen werden die wesentlichen betriebswirtschaftlichen Kennzahlen abgefragt. Die Zahlen werden von den Experten des dwif anonym ausgewertet und in einem Bericht zusammengefasst, der im Herbst 2022 vorliegen soll. Dabei werden Gruppen nach Betriebstypen und Betriebsgrößen gebildet, sodass sich jeder Betrieb mit ähnlichen Betrieben vergleichen, Rückschlüsse auf seine eigene Unternehmensführung ziehen und Gewinnreserven erkennen kann. Je breiter die Basis, umso mehr Vergleichsgruppen können gebildet werden und umso wertvoller sind die Zahlen für die einzelnen Betriebe. „Ein solides betriebswirtschaftliches Fundament ist die Grundlage für die Zukunftsfähigkeit eines Unternehmens", weiß Dr. Bernhard Harrer, Vorstand des dwif. „Anhand der Kennzahlen und dem Vergleich mit den besten Unternehmen der entsprechenden Vergleichsgruppe kann man eigene Stärken und Schwächen erkennen, den Betrieb besser steuern und zielgerichtet in die Zukunft führen." Darüber hinaus bildet der Betriebsvergleich aber auch die Branche insgesamt ab und liefert somit wertvolle Fakten und Erkenntnisse zur Struktur und Entwicklung des Gastgewerbes.

BERÜCKSICHTIGUNG PANDEMIEBEDINGTER EINSCHRÄNKUNGEN

Der Fragebogen berücksichtigt auch die pandemiebedingten Aspekte, wie etwa, welche Geschäftsfelder neu erschlossen beziehungsweise intensiver bearbeitet wurden, welche in Zukunft von größerer Bedeutung sein werden, welche Überbrückungshilfen und Kredite in Anspruch genommen wurden, wie das Stammpersonal gehalten werden konnte oder mit welchen Langzeitfolgen gerechnet wird.

KOSTENLOSER ENDBERICHT FÜR TEILNEHMENDE

Alle Teilnehmenden erhalten den Endbericht kostenlos. Wer mitmacht, bekommt auf Wunsch sogar eine kostenfreie, individuelle Kurzanalyse für den eigenen Betrieb. Für Nichtteilnehmer wird der Endbericht für einen Betrag von 74,90 Euro erhältlich sein. Der Betriebsvergleich wird vom Bayerischen Wirtschaftsministerium und der LfA Förderbank unterstützt.

NOCH FRAGEN?

Für Rückfragen rund um den Betriebsvergleich und die Methoden der Erhebung stehen allen Teilnehmenden und Interessierten Dr. Joachim Maschke, Dr. Bernhard Harrer und Silvia Scherr vom dwif unter der Telefonnummer 089 / 23 70 28 90 zur Verfügung.

SIEGNER FLEISCH & PARTNER GMBH

Nicht fliegen – schweben

Unsere Wildspezialitäten

Genussvielfalt für Ihre Gäste

Vertrauen Sie auf hochwertiges Wildfleisch

www.siegner-fleisch.de

FÜR EINEN REIBUNGSLOSEN
WIEDEREINSTIEG IN DEN BETRIEB

CORONA-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

URKUNDENVERLEIHUNG DURCH BAYERNS UMWELTMINISTER THORSTEN GLAUBER

Umwelt- und Klimapakt Bayern zeichnet Gastgewerbe aus

Beim ersten Umwelt- und Verbraucherschutztag des bayerischen Gastgewerbes mit Umwelt- und Verbraucherschutzminister Thorsten Glauber sowie Angela Inselkammer, Präsidentin des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbands DEHOGA Bayern, im Hotel Post in Berching fand Ende Oktober erstmalig die Verleihung der Teilnahmeurkunden des neuen „Umwelt- und Klimapakts Bayern“ an gastgewerbliche Betriebe statt.

Bayerns Umwelt- und Verbraucherschutzminister Thorsten Glauber (vordere Reihe, 2. von rechts) ehrte Bayerns Gastgeber, unter ihnen Angela Inselkammer, Präsidentin des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbandes DEHOGA Bayern (vordere Reihe, 4. von rechts), und Hausherrin Dr. Denise Amrhein (2. Reihe, 2. von rechts) mit der Urkunde des Umwelt- und Klimapakts Bayern.

Denn künftig werden sich Bayerns Hotels und Gastronomiebetriebe in ihrem Handeln an den Zielen des Umwelt- und Klimapakts Bayern orientieren. Der neue Umwelt- und Klimapakt Bayern vom 1. Oktober 2020 folgt den seit 1995 jeweils auf fünf Jahre geschlossenen Umweltpaktvereinbarungen und ist nunmehr eine unbefristete Vereinbarung zwischen der Bayerischen Staatsregierung und der bayerischen Wirtschaft. Er beruht auf Freiwilligkeit, Eigenverantwortung und Kooperation. Die Bayerische Staatsregierung und die bayerische Wirtschaft erklären im Umwelt- und Klimapakt Bayern ihre gemeinsame Überzeugung, dass die natürlichen Lebensgrundlagen mit Hilfe einer freiwilligen und zuverlässigen Kooperation von Staat und Wirtschaft besser geschützt werden können als nur mit Gesetzen und Verordnungen. Voraussetzung für die Teilnahme am Umwelt- und Klimapakt Bayern ist die praktische Umsetzung von betrieblichen Umweltschutzmaßnahmen, die über die gesetzlichen Vorgaben hinausgehen. Insgesamt wurden 13 neue Gastbetriebe ausgezeichnet. Minister Glauber würdigte die ausgezeichneten Betriebe: „Der Umwelt- und Klimapakt Bayern steht für kooperativen Umweltschutz und nachhaltiges Wirtschaften. Wir erweitern heute unsere große Umwelt- und Klimapakt-Familie um starke neue Mitglieder. Ich freue mich, gleich 13 Hotel- und Gastronomiebetriebe im Umwelt- und Klimapakt begrüßen zu können. Mit unseren Partnern im Umwelt- und Klimapakt wollen wir Vorbild sein und zeigen: Klimaschutz ist ein Wachstumsmotor.“

Für DEHOGA Bayern-Präsidentin Inselkammer sind „Ökonomie und Ökologie kein Widerspruch. Umwelt- und Klimaschutz haben in Bayerns Gastronomie und Hotellerie mit ihrem hohen Energieverbrauch naturgemäß eine vorrangige Bedeutung. Als eine Branche mit System- und Lebensrelevanz ist der Tourismus besonders auf nachhaltiges Wirtschaften und eine intakte Umwelt angewiesen. Besonders das bayerische Gastgewerbe ist ein Wirtschaftszweig, der schon traditionell sehr nachhaltig arbeitet.“ Denn Bayerns Hoteliers und Gastwirte stehen seit je her für Regionalität: Wirtshäuser beziehen ihre Nahrungsmittel von den Bauern, Bäckern, Metzgern, Brauern und Winzern vor Ort. In bayerischen Hotels und Restaurants arbeiten die Handwerker aus der Region, die wiederum heimische Materialien verwenden. Bayerns Gastwirte servieren in hohem Maße Speisen auf Tellern und Getränke in Gläsern und beliefern Bayerns Schulen mit frischen Speisen in Mehrweggeschirr. Auch in der Ausbildung lernen Köche und Kellner genau, wie sie Lebensmittel und Energie sparen. Das bayerische Gastgewerbe nutzt schon lange heimische Solarenergie, Hackschnitzelheizanlagen, Regenwasser und Wärmedämmung. Bayerns Gastgeber bieten grüne Meetings und zertifizierte Nachhaltigkeit. Inselkammer: „Der CO_2-Abdruck ist in Bayerns Gastgewerbe und beim Urlaub in Bayern meist geringer als anderenorts. Unsere Gäste können mit Freude und gutem Gewissen bei uns einkehren und ihren Urlaub genießen.“

NICHT DER, SONDERN DIE GASTWIRTSCHAFT

Starke Frauen im Gastgewerbe

Das Thema Gleichberechtigung ist hochaktuell und ein echtes Politikum: Themen wie das Gendern in der Sprache, Frauenquoten in der Unternehmensführung oder das klassische Rollenverständnis zwischen Mann und Frau werden häufig hoch emotional diskutiert. Dabei macht das eigene Geschlecht eine echte Objektivität in der Sache schier unmöglich. Und dennoch ist die Wichtigkeit der Mitarbeiterinnen in der Hotel- und Gastwirtschaft unumstritten. Darum widmet sich diese Ausgabe speziell den starken Gastgeberinnen.

In den folgenden Beiträgen beleuchten unterschiedlichste Interviewpartnerinnen die Rolle der Unternehmerinnen aus verschiedenen Perspektiven. Dabei wird deutlich, dass die Einschätzungen – insbesondere bezüglich männlicher und weiblicher Qualitäten der Beschäftigten und Führungskräfte – bisweilen auch unter den Frauen weit auseinandergehen. Einigkeit besteht aber in der Tatsache, dass Vertreterinnen der Gastronomiebranche auf dem Vormarsch sind. Dabei sind die althergebrachten Stereotype – im Stile von „Im Service arbeiten Frauen, in der Küche und der Chefetage Männer" – schon lange überholt. Köchinnen, Geschäftsführerinnen und Politikerinnen zeigen, wie selbstverständlich moderne und emanzipierte Frauen heute auch in den Führungsriegen von Wirtschaft und Politik vertreten sind. Diese Entwicklung ist keineswegs am Ende. Die Frauen erobern sich Stück für Stück das, was ihnen zusteht: Eine echte Gleichberechtigung in der Arbeitswelt – sei es durch gleiche Zugangschancen, dieselbe fachliche Wertschätzung und nicht zuletzt die gleiche Bezahlung, wie bei ihrer männlichen Konkurrenz.

Fest steht aber auch: Das Geheimnis eines erfolgreichen Gastronomiebetriebs liegt nicht in einem bestimmten Männer- oder Frauenanteil. Es liegt an Kompetenz und Diversität: Die Führungsriegen der Hotellerie und Gastronomie tun darum gut daran, ihr Personal nicht nur nach fachlichen Qualitäten, sondern auch bezüglich ihrer zwischenmenschlichen Kompetenz auszuwählen. Ein gelungener Mix aus Männern und Frauen ist hierbei ebenso gewinnbringend, wie die bewusste Zusammenstellung eines Teams mit unterschiedlichen Nationalitäten oder auch Qualifikationen, Hintergründen oder Stärken. Durch die echte Gleichberechtigung aller Beschäftigten profitieren auch Gäste von einem fachlich kompetenten und gut gelaunten Team, das Spaß an der täglichen Arbeit hat.

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

„Nicht nur die Politik wird weiblicher, auch die Unternehmen und das Gastgewerbe“

Seit März 2018 ist Michaela Kaniber Staatsministerin für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten. Im Gespräch mit *Gastgeber Bayern* berichtet die gebürtige Bad Reichenhallerin und Mutter dreier Töchter unter anderem über ihre persönlichen Erfahrungen mit althergebrachten Rollenmodellen, die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die regionale Landwirtschaft und die politischen Initiativen, die den Vertrieb regionaler Produkte aktiv unterstützen.

FRAU STAATSMINISTERIN KANIBER, IHRE ELTERN FÜHRTEN EINEN GASTRONOMISCHEN BETRIEB. HABEN SIE HIER IN IHRER KINDHEIT UNTERSCHIEDE ZWISCHEN DER TÄTIGKEIT VON MÄNNERN UND FRAUEN WAHRGENOMMEN?

Ja, definitiv, denn die Aufteilung der Rollen war damals noch sehr klassisch: Die Köche waren oft Männer, Frauen waren im Bereich Service, Housekeeping und als Küchenhilfe eingesetzt. Eins muss ich dabei allerdings gleich zurechtrücken: Das war nicht in erster Linie der Einstellung meiner Eltern geschuldet, sondern hing auch mit der Frage zusammen, wer sich auf welche Stelle bewirbt. Und es kam natürlich auch noch hinzu, dass auf dem Land diese Rollenbilder immer stärker ausgeprägt waren als in der Stadt. Bei meiner Schwester, die heute eine Hotel führt, ist das schon ganz anders.

WARUM BRAUCHEN WIR STARKE FRAUEN IN DER UNTERNEHMENSWELT UND INSBESONDERE AUCH IM GASTGEWERBE?

Eigentlich müssten wir uns zunächst mal die Frage stellen, warum es diese Diskussion überhaupt noch braucht. Ich finde, dass Frauen tagtäglich in allen Bereichen beweisen, dass sie starke Führungspersönlichkeiten sind. Aber ich bin mir sicher, dass sich hier in den kommenden Jahren viel tun wird. Denn immer mehr Frauen machen heutzutage Abitur, gehen zum Studieren oder Promovieren letztendlich sogar. Aber wir dürfen nicht nur auf Akademikerinnen blicken. Frauen übernehmen auch als Handwerksmeisterinnen Führungsrollen. Nicht nur die Politik wird weiblicher, auch die Unternehmen und das Gastgewerbe werden es. Außerdem sehe ich es regelmäßig bei meinen Besuchen auf landwirtschaftlichen Betrieben: Eine starke Frau, die alles managt, ist ein wichtiger Faktor für den Erfolg des Betriebs.

VOR ZEHN JAHREN SIND SIE ALS QUEREINSTEIGERIN IN DIE VON MÄNNERN DOMINIERTE POLITIK EINGESTIEGEN. MUSSTEN SIE MIT VORURTEILEN ALS FRAU KÄMPFEN UND FALLS JA, WIE SIND SIE DAMIT UMGEGANGEN?

Ja, klar habe ich das erlebt und damit bin ich definitiv nicht die Einzige. Und das, obwohl damals schon eine Frau bereits mehrere Jahre Bundeskanzlerin war. Männer werden nicht gefragt, wie sie Job, Familie und Politik gemeinsam unter einen Hut bringen. Aber als Frau und junge Mutter schlägt dir das sofort entgegen. „Wie willst du denn das mit der Familie und der Kindererziehung in Einklang bringen?“ In der CSU-Landtagsfraktion hingegen habe ich nie das Gefühl gehabt, auf Vorurteile zu stoßen. Als ich in die Fraktion kam, hat die Fraktion gerade noch eine Frau, nämlich die allseits anerkannte Christa Stewens, geführt: Wenn ich heute auf solche Vorurteile stoße, dann bereitet es mir ehrlich gesagt eine diebische Freude, diese zum Einstürzen zu bringen. Da hilft mir allerdings auch mein südländisches Temperament – ich weiß mich zu wehren. Das durfte damals zum Amtsantritt gleich mal der damalige Präsident des Jagdverbands spüren, der mich auf der Landesversammlung auf das Klischee der netten und niedlich anzusehenden Frau reduzieren wollte. Hat er später nicht mehr gemacht.

NICHT NUR IN DEN FÜHRUNGSETAGEN GROSSER UNTERNEHMEN, SONDERN AUCH IN PARLAMENTEN IST DER ANTEIL WEIBLICHER ABGEORDNETER IMMER NOCH SEHR GERING, SO BETRÄGT DER FRAUENANTEIL IM BAYERISCHEN LANDTAG LEDIGLICH 28 PROZENT. WIE SOLLEN SICH FRAUEN VON DER POLITIK REPRÄSENTIERT FÜHLEN?

ZUR PERSON

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

Ich kann nur alle Frauen ermutigen, sich politisch zu engagieren, damit wir genau dieses Ungleichgewicht beseitigen. Aber grundsätzlich geht unsere Staatsregierung mit einem sehr guten Beispiel voran. Bei der Berufung der Minister in Bayern hat Ministerpräsident Dr. Markus Söder darauf geachtet, dass die Ämter zu Hälfte mit Männern und Frauen besetzt wurden – zumindest für den Teil, über den er bestimmen konnte, also bei den von der CSU gestellten Ministerinnen und Ministern. Viele meiner Parteikolleginnen wie zum Beispiel Judith Gerlach, Melanie Huml, Kerstin Schreyer, Carolina Trautner und ich zeigen doch den Frauen und Müttern auf, dass man als Frau sehr erfolgreich seine Meinung vertreten kann. Barbara Stamm und Ilse Aigner haben schon sehr früh angefangen, sich in der Politik einen Namen zu machen und sehr wichtige Positionen im Landtag einzunehmen. Barbara Stamm war eine echte Pionierin auf dem Gebiet. Somit hoffe ich, dass sich die Frauen heute ein Beispiel nehmen und sich trauen, zu kandidieren. Viele Frauen sollten den Mut haben, sich auf Gemeindeebene zu engagieren. Der Bedarf ist da, Frauen haben eine andere Herangehensweise und Sichtweise, das tut uns allen gut. Eine gesunde Mischung macht es aus. Allerdings müssen wir Strukturen schaffen, die es Frauen auch leichter machen, den Einstieg in die Politik zu finden. Junge Mütter können nicht stundenlang in Nebenzimmern und Vereinsheimen sitzen.

DIE GESELLSCHAFTLICHE BEDEUTUNG VON FRAUEN AUF DEM LAND HABEN SIE DIESES JAHR BESONDERS GEWÜRDIGT. NEBEN BÄUERINNEN SIND AUCH UNSERE GASTGEBERINNEN WICHTIGE LEISTUNGSTRÄGERINNEN UND INNOVATIONSTREIBER. WORIN WOLLEN SIE UNSERE BAYERISCHEN UNTERNEHMERINNEN BESONDERS FÖRDERN?

Im Frühjahr dieses Jahrs haben wir zum Beispiel die Bäuerinnen-Studie vorgestellt. Allein hierbei ist die große Bedeutung der Frauen für Betriebe deutlich geworden. Auch das gesellschaftliche Engagement am Ort hängt zu einem hohen Anteil an Frauen. In der Gastronomie erlebe ich oft, dass Frauen als Unternehmerinnen empathischer und mit einem besonderen Gespür für Gastlichkeit und Gastfreundschaft arbeiten. Diese Fähigkeiten braucht es in unseren Unternehmen genauso, wie andere Stärken. Wir setzen in Bayern im Bereich der Ernährung ganz klar auf Premiumqualität. Das liefert den Verbrauchern einzigartige Lebensmittel und den Betrieben bessere Einkommensmöglichkeiten. Das wollen wir gemeinsam mit allen Partnern der Wertschöpfungskette gewinnbringend anschieben. Auch hier sind die Frauen auf dem Land für uns unglaublich wichtig, denn sie sind es, die zumeist den heimischen Hofladen betreuen.

WER IST UND WAR FÜR SIE AUF IHREM LEBENSWEG BISHER EIN VORBILD?

Politisch war das ganz klar Franz Josef Strauß. Mein Opa hat oft Debatten im Fernsehen verfolgt und ich habe dabei zugesehen. Strauß hat mich schon als Kind mit seiner Wortgewalt und seiner Prinzipienstärke überzeugt. Später war es dann Edmund Stoiber. Ich fand es beeindruckend, wie konsequent dieser Zukunftsthemen umgesetzt hat. Ich nenne da nur die High-Tech-Offensive oder die Hochschuloffensive. Die Fachhochschulen in die ländlichen Regionen zu bringen und diese damit zu stärken, war in meinen Augen eine sensationelle Idee. Wir alle profitieren heute davon, dass wir in ganz Bayern eine hohe Lebensqualität haben. Privat war es meine Oma, die für mich immer Vorbild war. Sie hat sich auch von einem autokratischen System damals in Jugoslawien nicht unterkriegen lassen. Sie hat sich ihre Meinungsfreiheit einfach genommen. Die Polizei wollte damals, dass sie im Lokal das Kreuz abnimmt. Denen hat sie gesagt, dass sie lieber das Bild des Kommunisten und jugoslawischen Staatschefs Tito mitnehmen sollen. Solch einen Mut muss man erstmal haben. Egal ob männlich oder weiblich.

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

Leider ist Corona noch nicht vorbei, sondern mit voller Wucht zurück. Aber Corona hat vielen Verbraucherinnen und Verbrauchern bewusst gemacht, wie wichtig eine sichere Versorgung mit heimischen Lebensmitteln ist. Gleichzeitig wissen wir aus unserer Ernährungserhebung in Bayern, dass die Menschen vermehrt regionale Lebensmittel einkaufen, mehr selbst kochen und sich auf ihre örtliche Gastronomie besonnen haben. Die Herausforderung wird darin bestehen, diese neugewonnen Gewohnheiten auch im Alltag nach Corona weiter beizubehalten. Wir müssen diesen Schwung auf jeden Fall aufnehmen und versuchen, ihn weit in die Zukunft zu tragen. Das Schöne ist, dass unsere Landwirtinnen und Landwirte dies zunehmend als Chance für den eigenen Betrieb sehen. Sie differenzieren ihre Produkte und vermarkten diese verstärkt auf regionalen Märkten. Gastronomie, Hotellerie, Gemeinschaftsverpflegungseinrichtungen, aber auch das Ernährungshandwerk sind hierbei wertvolle Partner für mehr Wertschätzung und mehr Wertschöpfung im Lebensmittelbereich. Auch sie greifen gerne auf regionale Produkte zurück. Die Chancen sind noch längst nicht ausgeschöpft. Auf der anderen Seite werden wir in der Landwirtschaft – mitunter auch in Folge der Corona-Krise – mit Marktverwerfungen, insbesondere im Bereich der Schweinehaltung, zu kämpfen haben. Außerdem beschert der Klimawandel unserer heimischen Land- und Forstwirtschaft enorme Herausforderungen. Corona überlagert hier derzeit nur die Debatte.

WIE KANN IHR MINISTERIUM DEN – AUCH DURCH CORONA VERSTÄRKTEN – WUNSCH ZU MEHR REGIONALITÄT IN EINEM AUSGEWOGENEN ZUSAMMENSPIEL VON ERZEUGER-, ANBIETER- UND VERBRAUCHERSEITE FÖRDERN?

Wir haben hierfür mittlerweile ein breites Maßnahmenspektrum auf- und ausgebaut. Dazu gehören auf der einen Seite unsere Zeichen GQ Bayern, Bayerisches Biosiegel oder der EU-Herkunftsschutz. Aber auch unsere drei Plattformen („Wirt sucht Bauer“, „Regionales Bayern – Komm hin, wo´s herkommt“ und „RegioVerpflegung“), unsere investiven Maßnahmen „VuV regio“, „Marktstrukturförderung“, „Diversifizierungsförderung“ sowie die „Regionaltische“ leisten einen wertvollen Beitrag. Zudem hat die Bayerische Staatsregierung beschlossen, dass bis 2025 in allen staatlichen Kantinen 50 Prozent regionale und bioregionale Lebensmittel verwendet werden sollen. Unser Haus unterstützt die Umsetzung mit einer ressortübergreifenden Arbeitsgruppe. Unsere Fachleute coachen derzeit 30 staatliche Kantinen für eine erfolgreiche Umsetzung.

GASTGEWERBLICHE BETRIEBE KÖNNTEN MIT EINER VIEL WEITER GEHENDEN PLATTFORM ALS „WIRT-SUCHT-BAUER“ ES DERZEIT BIETET, DIE DIREKTVERMARKTUNG LANDWIRTSCHAFTLICHER, REGIONALER PRODUKTE ANKURBELN. WARUM GIBT ES EIN SOLCHES ANGEBOT NOCH NICHT?

Hier möchte ich zunächst einmal darauf hinweisen, dass die Vermarktung von Lebensmitteln ureigene Aufgabe der Marktakteure ist. Der Staat kann hier allenfalls subsidiär und flankierend tätig werden. In diesem Sinne schöpft das Staatsministerium seinen Spielraum durch vielfältige Maßnahmen in Initiativen bereits mehr als aus. Unabhängig davon gibt es im Bereich der Direkt- und Regionalvermarktung ganz beeindruckende Aktivitäten der Wirtschaft und der Berufsvertretung, etwa die zahlriechen Regionalinitiativen, die vielen Regionalvermarktungsplattformen oder das Format „Einkaufen auf dem Bauernhof“. Wer hier Regional- und Direktvermarkter-Produkte sucht, wird definitiv fündig.

KÖNNTE DIE POLITIK HIER NICHT UNTERSTÜTZEND TÄTIG WERDEN. EINE ART DIREKTVERMARKTUNGSPLATTFORM MIT EINEM „KÜMMERER“, UM ERZEUGER, VEREDLER UND GASTRONOMIE ZUSAMMENZUBRINGEN?

Die Politik macht hier schon sehr viel, wie aus meinen vorherigen Antworten hervorgeht. Aktuell haben wir an neun Ämtern für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (ÄELF) sogenannte „Regionaltische“ eingerichtet. Das Konzept werden wir zeitnah auf ganz Bayern ausdehnen. An den Regierungen schaffen wir derzeit unter dem Begriff „Heimatagentur“ eine Anlaufstelle für die Regionalvermarktung, die die ÄELF bei ihrem Bemühen, die Marktakteure für gemeinsame Projekt zusammenzubringen, unterstützen sollen. Es wäre schön, wenn alle die bereits bestehenden Angebote promoten würden, damit sie breit genutzt werden. Weil das wieder ein Baustein wäre, Bayern zu einem Genussland mit Premiumproduktion aus der Region zu machen.

GASTBEITRAG VON HAYA MOLCHO, ISRAELISCHE KÖCHIN UND GASTRONOMIN

„Die Zeiten haben sich Gott sei Dank geändert“

ZUR PERSON:

Haya Molcho wurde 1955 in Tel Aviv geboren. Die Tochter eines aus Rumänien stammenden Zahnarztes, der zu Beginn des zweiten Weltkriegs nach Israel flüchtete, blieb jedoch nicht lange dort. Bereits im Alter von neun Jahren zog Haya mit ihrer Familie auf Einladung des Staates nach Bremen, wo sie nach dem Abitur Psychologie studierte. Bevor sich Haya Molcho als Gastronomin etablierte, erkundete sie für einige Jahre ausgiebig die Welt. Seit Anfang der 1970er-Jahre liiert, heiratete sie 1978 den berühmten Pantomimen Samy Molcho und ließ sich mit ihm in Wien nieder. Während der ersten sieben Ehejahre begleitete sie ihn auf all seinen Tourneen und lernte so die Küchen der Welt kennen und lieben. Aus den Anfangsbuchstaben der Namen ihrer vier Söhne ist die Bezeichnung „NENI“ entstanden, unter der ihre bekannten Lokale in Tel Aviv und in ganz Europa eröffnet wurden. Zweigstellen befinden sich in Amsterdam, Mallorca, Paris, Berlin, Hamburg, Köln, München und Zürich – weitere sind bereits in Planung.

Frauen im Gastgewerbe sind wahrlich nichts Neues. Ganz im Gegenteil – es gab schon immer Gastgeberinnen. Doch während sie in der Vergangenheit häufig im Hintergrund gewirkt und gearbeitet haben, treten sie heute in die erste Reihe. Sicher ist in Sachen Gleichberechtigung auch in unserer Branche noch reichlich Luft nach oben. Dennoch hat in den letzten Jahren eine deutliche Verschiebung des traditionellen Rollenmodells stattgefunden – die Zeiten haben sich Gott sei Dank geändert.

Doch für eine stärkere Präsenz in der Gastronomie ist es wichtig, dass wir Frauen ein größeres Selbstvertrauen entwickeln, dass wir selbst im Vordergrund agieren möchten und uns auf unsere Kenntnisse besinnen – sei es fachlich oder zwischenmenschlich.

Ich glaube, Frauen sind multitaskingfähiger als Männer. Sie können drei oder vier Sachen auf einmal machen. Sie sind flexibler als Männer, bedingt durch ihre Erziehung. Die Kindererziehung ist sozusagen der Inbegriff dafür. Es ist schön und wichtig, dass vor allem junge Eltern die Erziehung mehr und mehr gleichberechtigt und fair gestalten. So sollte das auch im Beruf und der Bezahlung sein. Frauen arbeiten genauso hart wie Männer. Mit einem „ich bin zu schwach und kann das nicht" stellen wir unser Licht nur selbst unter den Scheffel.

Heute gleichen sich die männliche und weibliche Rolle in der Gesellschaft immer mehr an. Tatsache ist, dass deutlich mehr Frauen berufstätig sind als Jahrzehnte zuvor. Die gesamte Unternehmenswelt verfügt heute dennoch keineswegs über genügend Frauen in Schlüsselpositionen, ein paar repräsentative Beispiele reichen hier nicht. Gerade in den Führungsriegen gibt es ein noch immer herrschendes Ungleichgewicht, das behoben werden muss. Männer und Frauen ergänzen sich schließlich prächtig: Jeder hat seine individuellen Stärken und Schwächen.

In meinen NENI-Küchen achte ich auf eine ausgewogene Mischung aus Männern und Frauen. Wir planen derzeit die Eröffnung einer neuen NENI Bäckerei in Wien, darauf freue ich mich schon sehr. Auch in der Bäckerei-Branche sind Frauen unterrepräsentiert – es ist nach wie vor eine Männer-Domäne, besonders in Österreich. Darum würde ich mir für diese Bäckerei eine richtige Frauenpower-Mannschaft wünschen. Damit möchte ich ein Zeichen setzen und die Kompetenzen weiblicher Mitarbeiter in den Vordergrund rücken. Auch für die Arbeitsatmosphäre und die Unternehmensdynamik ist ein großer Frauenanteil förderlich. Wenn es allen Beteiligten Spaß macht, entsteht in ausgewogenen Teams ein tolles Miteinander. Um den Anteil weiblicher Arbeitnehmer – gerade in den Chefetagen zu steigern – sind Frauennetzwerke ein besonders guter Weg. Der Anfang ist gemacht, jetzt gilt es für uns Frauen, die nächsten Schritte zu gehen und unsere Zukunft in die eigene Hand zu nehmen.

© Nuriel Molcho

ERFOLGSFAKTOR FRAUEN-POWER

Warum brauchen wir mehr starke Gastgeberinnen?

Diese Frage hat *Gastgeber Bayern* erfolgreichen Gastgeberinnen gestellt. Im folgenden Beitrag antworten Dr. Caroline von Kretschmann, geschäftsführende Gesellschafterin des Europäischen Hofs in Heidelberg, und Anne Maria Gerhardt, die in diesem Jahr als „Gastgeberin des Jahres 2021" ausgezeichnet wurde. Zudem geben Sie Tipps für Kolleginnen, die noch am Beginn ihrer Berufskarriere stehen.

„Weibliche Führung kann ein unternehmerischer Erfolgsfaktor sein"

FRAU DR. VON KRETSCHMANN, WARUM BRAUCHEN WIR MEHR STARKE GASTGEBERINNEN IM GASTGEWERBE?

Schon seit Jahren weisen nationale und internationale Studien nach, dass Unternehmen mit einem höheren Anteil an Frauen in Fach- und Führungspositionen erfolgreicher, kreativer, innovativer und resilienter sind. Männer und Frauen unterscheiden sich immer noch hinsichtlich ihrer Sozialisation und damit ihrer Erfahrungen, aber auch häufig in ihrem (Führungs)-verhalten. Um die Tendenz zur Pauschalisierung und zur Vereinfachung komplexer Phänomene wissend, habe ich dennoch beobachtet, dass Frauen im Durchschnitt emphatischer, kooperativer und teamorientierter agieren. „Emphatisch-weibliche" Führung könnte zu einem unternehmerischen Erfolgsfaktor werden. Zudem: In Zeiten des massiven Fach- und Mitarbeitermangels steigern ein hoher Anteil an Frauen als Fach- und Führungskräfte nachweislich die Attraktivität eines Arbeitgebers. Sie gelten dann als moderner, vertrauenswürdiger, mitarbeiterorientierter, agiler und ganzheitlicher.

WELCHE TIPPS WÜRDEN SIE IHREN KOLLEGINNEN GEBEN, DIE NOCH AM ANFANG IHRER KARRIERE STEHEN?

Mein übergreifender Tipp unabhängig von Mann oder Frau: Suchen Sie sich ein Feld, in dem Sie lieben, was Sie tun. Dann folgt meiner Erfahrung nach alles Weitere von selbst: die notwendige Leidenschaft, Einsatzbereitschaft und Resilienz, aber auch die Freude, Erfüllung, Leichtigkeit und der Erfolg. Vernetzen Sie sich mit anderen Frauen und auch männlichen Kollegen. Durch Vernetzung schließt man sich an ein kollektives Energiefeld an. Zudem erhält man Unterstützung, Inspiration sowie Feedback und kann dies alles auch weitergeben. Das Wichtigste aber ist: Lösen Sie sich aus alten Rollenmodellen.

Dr. Caroline von Kretschmann ist geschäftsführende Gesellschafterin des Europäischen Hofs in Heidelberg.

„Das einzige, das uns Männer voraus haben, ist Selbstvertrauen“

Anne Maria Gerhardt wurde als „Gastgeberin des Jahres 2021“ ausgezeichnet.

FRAU GERHARDT, WARUM BRAUCHEN WIR MEHR STARKE GASTGEBERINNEN IM GASTGEWERBE?

Ich glaube diese Frage betrifft nicht nur das Gastgewerbe. Wir brauchen grundsätzlich viel mehr Frauen in Führungspositionen. Dabei geht es nicht darum, dass Frauen beispielsweise in der Führung eines Hotels oder von Mitarbeitern besser sein könnten als Männer. Es geht vielmehr darum, dass Frauen häufig eine hohe soziale Kompetenz aufweisen, die sich auch in ihrem Führungsstil widerspiegelt. Die besonders emphatischen Reaktionen von Frauen auf verschiedene Situationen sind ein noch viel zu unterschätztes Potenzial weiblicher Führungskräfte. Für den Gast ist schließlich nicht nur die Hardware eines Hotels, sondern gerade die Herzlichkeit entscheidend für einen schönen Aufenthalt und ein positives Erlebnis. Auch in Hinblick auf den Fachkräftemangel, der in diesen Zeiten insbesondere das Gastgewerbe betrifft, kann unsere Branche gerade für diese jungen Frauen interessant sein und werden. Durch flexible Arbeitszeiten und andere Ideen in diesem Bereich kann die Gastronomie in Sachen Vereinbarkeit von Beruf und Familie ein Vorbild in der Dienstleistungsbranche werden – und dadurch auch aktiv für mehr starke Gastgeberinnen sorgen.

WELCHE TIPPS WÜRDEN SIE IHREN KOLLEGINNEN GEBEN, DIE NOCH AM ANFANG IHRER KARRIERE STEHEN?

Sucht Euch für Eure Ziele und darüber hinaus Vorbilder – egal ob Mann oder Frau, aus dem Gastgewerbe oder nicht. Seid selbstbewusst – denn es gibt nichts, was Frauen nicht genauso gut könnten wie ihre männliche Konkurrenz. Männer haben meist ein größeres Selbstvertrauen als Frauen. Wir müssen darum bewusst an unserem Selbstvertrauen arbeiten, um mit unseren männlichen Mitbewerbern Schritt zu halten. Steht für Euch, Eure Ideen und Visionen ein, egal was andere von Euch denken. Und schließlich: Unterstützt auch andere Frauen, die sich im Gastgewerbe in Führungspositionen bewegen. Sei es durch Anerkennung, ein lobendes, motivierendes Wort, ein offenes Ohr oder Eure aktive Unterstützung.

GASTBEITRAG VON GUNILLA HIRSCHBERGER,
VORSTANDSVORSITZENDE DES FRAUENNETZWERKS FOODSERVICE

Eine Gastronomie ohne Frauen ist für mich undenkbar

Warum wir mehr starke Gastgeberinnen im Gastgewerbe brauchen? Stellen wir die Frage doch einmal anders: Wer sind denn meistens die Entscheider, wenn es darum geht, was es zu essen gibt oder in welches Restaurant man geht? Es sind die Frauen. Unsere Branche hat einen hohen Bezug zu den weiblichen Core-Qualitäten „Emotionalität, Kommunikation und Wohlfühlatmosphäre". Ich bin der Überzeugung: Das setzen Frauen ganz anders um als Männer.

Unsere Branche ist immer schon flexibel und innovativ. Der Anspruch an das „Erlebnis" Gastronomie steht derzeit wieder mehr im Vordergrund und dafür braucht es auch Gastgeberinnen, die ihre Gäste wieder emotional mit auf Reisen nehmen können.

MEHR DIVERSITÄT – IN UNTERNEHMEN UND DER GESELLSCHAFT

Den großen Vorteil, den Frauen haben, ist der, dass sie häufig mit Emotionen arbeiten und führen. Das schafft Kreativität und Bindung und trägt zu ganz anderen Teamzusammensetzungen und Leistungen im Unternehmen bei. Das bedeutet nicht, dass erfolgreiche Teams „nur" aus Frauen bestehen müssen – auch hier gilt der Grundsatz: „Die Mischung macht's".

GEEIGNETE RAHMENBEDINGUNGEN SCHAFFEN

Wir müssen Frauen nicht mehr coachen, sich nach oben zu entwickeln. Vielmehr müssen wir Rahmenbedingungen schaffen, damit alle die gleichen Möglichkeiten haben sich zu entscheiden, ob sie ins Top Management wollen oder nicht. Die Gleichstellung ist ein wichtiger Motor unserer Gesellschaft. Deshalb ist es in der Foodservice-Branche wichtig, dass Frauen im Dialog bleiben, auf Augenhöhe mit ihrer männlichen Konkurrenz sind und so auf konkrete Lösungsansätze aufmerksam machen können. Die Förderung von Female Leadership, Mentoring Programmen und flexiblen Arbeitsbedingungen, das sind alles Maßnahmen, die für ein erfolgreiches Unternehmen entscheidend sein können.

FRAUENNETZWERK BÜNDELT WEIBLICHE KOMPETENZEN

Deshalb haben wir damals das Frauennetzwerk „Foodservice" gegründet. Unser Ziel war es, den Anteil von Frauen in Führungspositionen in der Gastronomie zu erhöhen und die Branche damit weiterzuentwickeln. In einem starken Netzwerk können wir uns gegenseitig helfen und stärken, damit immer mehr von uns die „gläserne Decke" durchbrechen und ihre Kompetenzen voll einbringen können. Doch Diversität ohne Anstrengung ist leider nicht zu haben. Zumal mehr Frauen gleichzeitig mit weniger Männern an der Spitze der Unternehmen einhergehen. Das heißt, weniger qualifizierte Männer werden qualifizierteren Frauen weichen müssen. Das ist aus meiner Sicht völlig in Ordnung, denn es ist im Interesse von Unternehmen und Gesellschaft, dass jede Stelle vom kompetentesten Mitarbeiter besetzt wird – ganz gleich, welches Geschlecht er hat. Und genau so sollte es sowohl in einem Unternehmen wie auch gesellschaftlich kommuniziert werden.

WENIGER BEQUEMLICHKEIT, MEHR MUT

Daher mein eindringlicher Appell an alle Unternehmen: Traut Euch, Führungspositionen weiblich zu besetzen. Dabei sollte zwingend auf die Vereinbarkeit von Beruf und Familie geachtet werden. Die Kombination aus beruflicher Karriere und einem erfüllten Privatleben darf kein Karrierekiller sein. Dies gilt natürlich auch für männliche Angestellte – gerade in Zeiten des Fachkräftemangels müssen auch Unternehmen kompromissbereit sein, um gute Mitarbeiter für sich zu gewinnen. Zudem ist das aktive Coaching der Beschäftigten und Führungskräfte wichtig. Die Sensibilität für einen gleichberechtigten Umgang mit männlichen und weiblichen Kollegen kann und muss geschärft und von allen Beteiligten verinnerlicht werden.

An alle Frauen kann ich nur sagen: Unterstützt Euch gegenseitig und sagt „ja", wenn Euch mehr Verantwortung angeboten wird. Auch wenn Ihr nicht alle Punkte eines Jobprofils erfüllt – traut Euch, den nächsten Schritt Eurer beruflichen Karriere zu gehen. Unterstützt andere Frauen auf ihrem Karriereweg, meldet Euch bei Netzwerken an und lernt von- und miteinander. Außerdem gilt: Wer Beruf und Familie unter einen Hut bringen möchte, darf nicht nur einen Plan A haben – man braucht auch einen Plan B und C. Etwas Unvorhergesehenes kann immer passieren, darauf vorbereitet zu sein, hält uns flexibel. Bleibt offen für die Möglichkeiten, die sich Euch bieten und seid mutig.

ZUR PERSON:

Als Gründerin bei der „Hans im Glück" Franchise GmbH war Gunilla Hirschberger für die Ausrichtung und Führung der Marke verantwortlich. Sie hat bereits verschiedene Systemgastronomie-Betriebe geleitet. Ihre Passion für Innendesign macht sie ebenfalls zu einem unverzichtbaren Bestandteil des Unternehmens. Berufliche Inspiration und die Fähigkeit, über Tellerränder blicken zu können, holt sich die Mutter von drei Kindern durch regelmäßiges Reisen und den Austausch mit anderen Kulturen und deren Einflüssen. Über ihre fundierte gastronomische Erfahrung hinaus hat bei der erfolgreichen Geschäftsfrau der Netzwerkgedanke einen hohen Stellenwert. Sie war mitverantwortlich für die Gründung des „Leaders Club Deutschland". Zudem ist sie Gründungsmitglied und derzeitige Vorstandsvorsitzende des Frauennetzwerks „Foodservice".

IM GESPRÄCH MIT BARKEEPERIN ISABELLA LOMBARDO

"Mit Freundlichkeit gegenüber dem Gast steht und fällt ein gelungener Barbesuch"

Isabella Lombardo ist eine bekannte Barkeeperin in der »Lvdwig Bar« am Wiener Naschmarkt. In Cocktail-Workshops gibt sie ihr Wissen rund um gute Drinks und deren Zusammensetzung weiter. Die Powerfrau wurde 2021 zur „Barfrau des Jahres" gewählt. *Gastgeber Bayern* hat mit ihr über ihr persönliches Erfolgsrezept gesprochen.

LIEBE ISABELLA, IN DEINEN JUNGEN JAHREN BLICKST DU SCHON AUF EINE BEACHTLICHE LAUFBAHN ALS BARKEEPERIN ZURÜCK. WIE BIST DU DARAUF GEKOMMEN, BARKEEPERIN ZU WERDEN?

Um ehrlich zu sein, hatte ich das nie vor. Das ist eher aus der Not heraus entstanden. Da meine Mutter alleinerziehend war, habe ich schon früh in der Schulzeit mit Nebenjobs angefangen. Bei meinem ersten Job verdiente ich für Kellnern in einer Pizzeria 4,50 Euro in der Stunde. Dann habe ich die Möglichkeit bekommen, eine Ausbildung zur Barkeeperin zu machen. Das lag mir und hat mir auch wirklich Spaß gemacht. Eigentlich wollte ich Psychologin werden, aber mein jetziger Beruf ist davon auch gar nicht so weit entfernt (lacht).

DU BIST EINE ECHTE POWERFRAU MIT EINER ENORM POSITIVEN AUSSTRAHLUNG. WORAUS ZIEHST DU DEINE KRAFT UND ENERGIE?

Jedem passieren gute und schlechte Dinge im Leben. Das Geheimnis liegt darin, sich nicht an den unangenehmen Ereignissen festzuhalten, sondern aus Fehlern zu lernen und wieder aufzustehen, wenn man gefallen ist. Auch schwierige Zeiten machen einen zu dem Menschen, der man ist. Es nützt nichts, Vergangenes zu bereuen – man muss seine Schlüsse daraus ziehen und seine Zukunft aktiv gestalten. Diese Überzeugung gibt mir die Kraft, die vielen schönen Facetten des Lebens zu genießen und gleichzeitig auch die weniger angenehmen Erfahrungen zu schätzen.

DU WURDEST MIT DEM TITEL „BARFRAU DES JAHRES 2021" AUSGEZEICHNET. WAS GEHÖRT FÜR DICH ZU DEN AUSSCHLAGGEBENDEN FAKTOREN, DIE MAN NEBEN DEM COCKTAIL-MIXEN ALS ERFOLGREICHE BARKEEPERIN MITBRINGEN SOLLTE?

Ich glaube, in meinem Beruf geht es nur am Rande um die Drinks. Gute Drinks können viele Barkeeper mixen. Im Fokus steht der Gast – schließlich sind wir eine Dienstleistungsbranche. Das vergessen einige Kollegen leider allzu oft im permanenten Wettbewerb mit ihrer Konkurrenz. Letztendlich ist es völlig egal, wie viele Auszeichnungen man erhalten hat. Wenn sich der Gast nicht wohl fühlt, wird er nicht in Deine Bar kommen. Wenn die Gäste kommen, sich wohlfühlen und im Idealfall auch wiederkommen, ist es die größte Auszeichnung für unsere Arbeit.

GIBST DU DIESES WISSEN AUCH IN DEINEN WORKSHOPS WEITER?

Definitiv und was ich immer sage: Wenn Du shakest und es weh tut, dann machst Du es richtig. Gleichzeitig musst Du aber immer lächeln und so tun, als wäre es das Schönste, das Du Dir vorstellen kannst (lacht).

WIE DU WEISST, WIDMEN WIR DIESE AUSGABE INSBESONDERE DEM WEIBLICHEN BLICK AUF DIE BRANCHE. WARUM IST ES SO WICHTIG, ALLE GESCHLECHTER IN DER UNTERNEHMENSWELT, VOR ALLEM AUCH IM GASTGEWERBE, ZU FÖRDERN?

Ich denke, es ist völlig unerheblich, ob ein Mann oder eine Frau hinter der Bar steht. Man muss für den Job gemacht sein. Die Gastronomie ist ein extrem hartes Pflaster, an dem sehr viele Menschen zerbrechen – Männer und Frauen. Man muss das mit Leidenschaft machen, was man tut. Da geht es nicht darum, welchem Geschlecht man angehört.

WAS WÜRDEST DU JEDER JUNGEN FRAU ANS HERZ LEGEN, DIE GERNE HINTER DER BAR ARBEITEN MÖCHTE, BISHER ABER VIELLEICHT NOCH ZÖGERT?

Dass sie erst einmal was Gescheites lernen sollte (lacht). Nein, Spaß beiseite: Man muss sich dessen bewusst sein, dass dieser Job nicht aus Parties, Trinken und guten Trinkgeldern besteht. Auch das gilt übrigens für Frauen und Männer. Der – im Vergleich zu „konventionellen" Jobs – andere Lebensrhythmus wirkt sich auch sehr auf das Privatleben aus: So wird es beispielsweise nicht leicht sein, bisherige Freundschaften aufrecht zu erhalten, da wir arbeiten, wenn die anderen frei haben und umgekehrt. Auch wenn der Partner nicht in der Gastro arbeitet, kann das zu Spannungen führen. Dessen sollte man sich bewusst sein. Darum glaube ich, dass man diesen Beruf nicht ausüben sollte, um Geld zu verdienen, sondern weil man das wirklich lebt und gerne macht.

WIE DU GERADE GESAGT HAST, SIND DIE ARBEITSZEITEN IN DER GASTRONOMIE EINE ENORME HERAUSFORDERUNG. WAS IST DEIN GEHEIMTIPP FÜR EINE AUSGEWOGENE WORK-LIFE-BALANCE?

Ich persönlich habe mir angewöhnt, alle zwei bis drei Monate einen kleinen Kurzurlaub zu machen. Das muss wahrlich keine Weltreise sein, aber ein wenig rauszukommen und frische Luft zu genießen, macht den Kopf frei. Hier kann man auch Inspirationen für seinen Berufsalltag sammeln. Von diesen Kurztrips bringe ich fast immer Ideen für neue Drinks mit. Zudem macht es den oft mühsamen Arbeitsalltag leichter, wenn man sich auf etwas freuen kann. Sowohl als Chefin als auch als Arbeitnehmerin bin ich ein großer Freund der Vier-Tage-Woche. Ich habe kein Problem damit, zehn bis zwölf Stunden am Tag zu arbeiten, aber vor allem in der Nachtgastronomie ist es wichtig, wieder runterzukommen. Ein Tag frei nützt hier nichts. Wenn man drei Tage frei hat, hat man die Zeit, ein wenig zu entspannen, alltägliche Dinge zu erledigen oder auch wegzufahren. Das ist wichtig, um den Spaß am Leben nicht zu verlieren.

Daran orientiere ich mich auch beim Schreiben unserer Dienstpläne. Davon profitieren die Unternehmen, die Mitarbeiter und letztendlich auch die Gäste.

ALS ERFOLGREICHE BARKEEPERIN WEISST DU NATÜRLICH, WORAUF ES BEI EINEM BAR-BESUCH ANKOMMT. WAS MACHT FÜR DICH DEN PERFEKTEN BAR-ABEND AUS UND WORAUF LEGST DU BEIM BESUCH NEUER LOCATIONS BESONDEREN WERT?

Ganz zentrale Elemente, um sich wohlzufühlen, sind für mich das Licht und die Musik. Das Licht darf nicht zu grell und nicht zu düster sein und die Lichtfarbe muss stimmen. Hinsichtlich der Musik werde ich wahnsinnig, wenn die ganze Zeit nur die Spice-Girls laufen (lacht). Es spricht ja nichts gegen die 90er – aber der Mix muss stimmen. Ich persönlich bevorzuge eine Mischung aus Jazz und modernen Titeln. Das ist aber auch abhängig von der Uhrzeit. Wenn man gemütlich mit Freunden beisammensitzt, möchte man vielleicht auch nicht dauernd Frank Sinatra hören. Es ist schon eine Kunst für sich, das passende Ambiente für einen gelungenen Bar-Aufenthalt zu schaffen. Am wichtigsten ist aber das Personal: Die Gäste verzeihen schon einmal einen schlechten Drink, was sie nicht verzeihen, ist eine unhöfliche Bedienung. Natürlich sind handwerkliche Fähigkeiten wichtig, aber mit der Freundlichkeit gegenüber dem Gast steht und fällt ein gelungener Bar-Besuch.

Das Interview führte Melanie Walz

2021 VON FALSTAFF UND ROLLING PIN ZUR „BARKEEPERIN DES JAHRES" GEWÄHLT.

ROLLENBILDER IN DER GASTRONOMIE

Stereotypen müssen überwunden werden

Gastgeber Bayern hat mit Prof. Dr. Heike Schinnenburg über Rollenbilder, Quoten und Traditionen gesprochen. Die Leiterin des Studiengangs „Master Business Management" der Hochschule Osnabrück setzt sich für ein gendergerechtes Talent-Management ein, in welchem Rollenstereotypen möglichst vermieden werden. Sie ist davon überzeugt, dass die Unternehmenskultur von einem höheren Frauenanteil in Spitzenpositionen profitiert.

FRAU PROF. DR. SCHINNENBURG, WÄHREND IN DER ÄLTEREN GENERATION ROLLENBILDER NOCH SEHR STARK VERANKERT SIND, ZEIGT SICH BEI DER JUNGEN GENERATION EINE DEUTLICHE TENDENZ HIN ZU VIELFÄLTIGEN LEBENSENTWÜRFEN. WELCHE CHANCEN ERGEBEN SICH, WENN MAN SICH VON GÄNGIGEN ROLLENKLISCHEES ABWENDET?

Mit Blick auf die Lebensplanung und Entwürfe junger Frauen lässt sich feststellen, dass es eine höhere Erwartungshaltung gibt und nicht einfach den traditionellen Wegen gefolgt wird. Familiäre Aufgaben sollen gleichberechtigter aufgeteilt werden. Es gibt einen großen Wunsch, im Beruf zu bleiben und sich auch professionell weiterzuentwickeln. Also für mich liegen die Chancen auf der Hand: Wenn Frauen im Beruf bleiben, erhalten sie ihre Kompetenz und sie bauen eigene Ansprüche für ihre Altersabsicherung auf. Das ist nicht trivial angesichts der Probleme, die wir im Rentensystem haben. Und das ist auch für die Arbeitgeber im Gastgewerbe eine gute Nachricht. Denn, wenn es gelingt, flexible Lösungen für die junge Generation von Frauen anzubieten, dann lässt sich somit auch eine ungewollte Fluktuation vermeiden.

DAS SERVICEPERSONAL IM GASTGEWERBE IST OFTMALS IN DER TRADITIONELLEN TRACHT GEKLEIDET: KELLNER IN LEDERHOSEN UND KELLNERINNEN IM DIRNDL MIT AUSSCHNITT. SEHEN SIE HIERBEI EINEN KONFLIKT IN DER BEDIENUNG VON ROLLENBILDERN ODER DEN ERHALT VON TRADITION?

Meine persönliche Erfahrung zeigt, dass die traditionelle Tracht als Dienstkleidung meistens mit viel Stolz getragen wird. Was mir wichtig erscheint ist, dass die Mitarbeiterinnen – in diesem Fall ganz bewusst im Service – nicht zu tiefen Ausschnitten verpflichtet werden. Es gibt viele Varianten von sehr schönen Dirndln. Und meiner Ansicht nach sind Dresscodes nicht in Stein gemeißelt. Ich glaube, es muss auch ein bisschen ausgehandelt werden. Und selbstverständlich gibt es Servicebetriebe, für die eine Tracht zum traditionellen Gesamtkonstrukt gehört. Das wird vom Gast auch so wahrgenommen.

WAS HALTEN SIE VON DER FRAUENQUOTE?

Für eine Quote spricht natürlich, dass wir trotz der öffentlicher Diskussion, die wir seit über 20 Jahren führen, nur sehr zaghafte Veränderungen wahrnehmen, während andere Ziele im Management konkret vereinbart und konsequent verfolgt werden. Trotzdem: Mir persönlich wäre es lieber, wenn man Chancengerechtigkeit über Veränderung von Unternehmenskulturen und ohne Quoten erreichen würde. Eine Quote ist auch mit vielen Nachteilen verbunden, deswegen habe ich hierzu keine eindeutige Antwort. Wir brauchen die öffentliche Diskussion über dieses Thema aber definitiv auch in Zukunft, um für mehr Chancengerechtigkeit zu sorgen.

WORIN UNTERSCHEIDET SICH – IHRER MEINUNG NACH – DER FÜHRUNGSSTIL VON FRAUEN UND MÄNNERN?

Das lässt sich pauschal tatsächlich gar nicht beantworten. Wenn man das versucht, gerät man häufig in die gängigen Stereotypen, wie „Frauen sind fürsorglicher" oder Ähnliches. Ich persönlich kann das nicht bestätigen; auch die Forschung zeigt hier keine eindeutigen Ergebnisse. Was wir wissen ist, dass ein größerer Frauenanteil an der Spitze von Organisationen die Unternehmensleitung verbessert und auch die Unternehmenskultur positiv verändert. Doch woran liegt das? Für mich erscheint plausibel, dass Unternehmen, in denen Talente gleiche Chancen haben – und zwar ganz unabhängig vom Geschlecht – einfach aus einem größeren Pool an gut qualifizierten und engagierten Nachwuchskräften auswählen können. In der Gastronomie sind noch immer viele Frauen im Servicebereich tätig. Je weiter es nach oben geht, desto mehr Männer werden es.

WIE KÖNNEN SICH FRAUEN GEHÖR VERSCHAFFEN?

Männern wird sozusagen vorab Kompetenz unterstellt, während sich Frauen erst einmal beweisen müssen. Wir sehen das auch in Talkshows, dass Frauen, selbst wenn sie als hochrangige Expertinnen eingeladen wurden, eher unterbrochen werden als ihre männlichen Kollegen. Letztendlich funktioniert nur Beharrlichkeit und eine geschickte Rhetorik, z.B. „Ich freue mich, wenn Sie mich genauso ausreden lassen wie ich das bei Ihnen tue." Durch derart pointierte Formulierungen wird das Gegenüber auf die Ungleichbehandlung aufmerksam. Zudem sind natürlich auch die Führungskräfte gefragt, in Meetings diese Machtspiele zu reduzieren.

DIE VEREINBARKEIT VON BERUF UND FAMILIE STELLT NACH WIE VOR EINE GROSSE HERAUSFORDERUNG DAR. WAS MUSS SICH GESELLSCHAFTLICH ÄNDERN, UM DIE HÜRDEN FÜR FRAUEN IN DER ARBEITSWELT UND BEI IHREM KARRIERESTART ZU REDUZIEREN?

In den letzten Jahren ist diesbezüglich viel passiert, zum Beispiel im Bereich der Kinderbetreuung. Allerdings sind unsere Steuer- und Sozialversicherungssysteme, wie etwa das Ehegattensplitting statt Familiensplitting, noch immer auf die traditionelle Rollenverteilung ausgerichtet. In Deutschland wird so belohnt, wenn ein Partner – klassisch die Frau – zu Hause bleibt. Die Erwartungen an Frauen lassen sich auch nicht in wenigen Jahren und Jahrzehnten komplett verändern. Oft sind sie selbst in diesen Rollen verhaftet und stellen ihre beruflichen Interessen zugunsten von Familie und der Karriere des Mannes zurück. Das ist die Normalität, die viele Frauen erleben, auch für sich selbst. Es geht in diesem Fall also weniger um Hürden beim Karrierestart. Die Forschung zeigt, es geht vor allem um den sogenannten Karriereknick. Sprich: Frauen steigen für eine längere Zeit aus der Berufstätigkeit aus und arbeiten nach dem Wiedereinstieg häufig nur in Teilzeit oder gar als Minijobber weiter. Ist frau erst einmal im Minijob gelandet, dann ist die Wahrscheinlichkeit, an ihre frühere Karriere und ursprüngliche Qualifikation anzuknüpfen, sehr gering.

WAS HALTEN SIE VON GENDERGERECHTER SPRACHE?

Ich halte es für wichtig, bewusst und sensibel mit der Sprache umzugehen, um mehr Chancengerechtigkeit herzustellen. Allerdings erscheinen mir viele Ansätze, die jetzt diskutiert werden, sprachlich nicht gelungen. Ich selbst bin auch keine Verfechterin des Gendersternchens.

Das Interview führte Melanie Walz

HÜTTENWIRTIN SILVIA BEYER GEHT NEUE WEGE

Vegetarisch schlemmen auf der Berghütte

Schon einmal von „Krautkrapfen“ oder „Nonnenfürzle“ gehört? Diese typischen Allgäuer Gerichte und weitere fleischlose Leckereien können Bergtouristen auf der „Hündeleskopfhütte“ bei Pfronten genießen. Silvia Beyer ist die erste Hüttenwirtin der Alpen, bei der kein Fleisch mehr auf den Tisch kommt. Und: Sie hat damit Erfolg.

1216602781

Die „Hündeleskopfhütte“ auf 1.180 Meter Höhe liegt traumhaft schön und auf den ersten Blick wirkt sie wie eine traditionelle Bergwirtschaft. Doch das Speiseangebot ist anders als in anderen Berghütten. Statt Schnitzel und Speckplatte stehen beispielsweise Allgäuer Kässpatzen oder eine vegane, glutenfreie Zucchini-Lasagne auf der Speisekarte.

VOM TRAUM ZUM KONZEPT

Die Hüttenwirtin Silvia Beyer hat mit ihrem für Berghütten ungewöhnlichen Konzept ganz neue Wege beschritten und sich ihren eigenen Traum verwirklicht. „Die Zeit dafür war reif“, davon ist sie überzeugt. Vegetarisches Essen und traditionelle bayerische Küche schlössen sich auch nicht aus, ganz im Gegenteil. Viele Allgäuer Gerichte seien ohnehin oft fleischlos. „Für mich war immer klar, wenn ich mich selbstständig mache, dann möchte ich voll und ganz hinter meinem Konzept stehen. Nachdem ich selbst vegetarisch lebe, will ich auch so kochen und diese Lebensweise meinen Gästen nahebringen – nur dann ist es für mich stimmig.“, erklärt die Pächterin und Hauswirtschaftsmeisterin. Trotzdem wolle sie keinen ihrer Gäste missionieren: „Jeder soll so essen und leben, wie er es für richtig hält“.

Silvia Beyer kocht am liebsten Gerichte aus ihrer Kindheit und verfeinert diese mit modernen Rezepten. Auf einem traditionellen Allgäuer Bauernhof aufgewachsen, entschied sie sich schon mit zwölf Jahren, auf Fleisch zu verzichten – aus Liebe zu den Tieren. Später machte sie eine Lehre zur ländlichen Hauswirtschafterin auf einem Demeterhof auf der Schwäbischen Alb. Auch ihre Großmutter und Mutter lebten schon vegetarisch: Ihre Oma betrieb eine Pension und servierte ihren Gästen ausschließlich Gerichte ohne Fleisch, Fisch, Zucker oder Weißmehl.

HÜTTENZAUBER IM SOMMER UND IM WINTER

Die „Hündeleskopfhütte“ vermittelt Gemütlichkeit, Gemeinschaftsgefühl und Gastfreundschaft. Im Sommer machen viele Familien einen Ausflug hierher. Der Weg lässt sich auch mit dem Kinderwagen meistern. Das Gipfelkreuz schon vom Weg aus fast immer in Sichtweite. Das motiviert auch gehfaule Kinder zum Durchhalten. Im Winter können sich Gäste einen Schlitten ausleihen und den Hang hinabsausen. Für eine angenehme und familiäre Atmosphäre sorgen Silvia Beyer und ihr Team: „Der direkte Kontakt zu den Gästen ist sehr beflügelnd für mich. Sie erzählen mir tolle Geschichten und wir führen regelmäßig interessante Gespräche, die mir neue Perspektiven aufzeigen und mir Kraft und Energie geben. Der Kontakt mit dem Gast ist das sprichwörtliche ‚Salz in der Suppe‘“, so die Hüttenwirtin.

© Foto: erlebe.bayern - Gert Krautbauer

WILLST DU WEITERMACHEN WIE BISHER?

Sinalco geht neue Wege

Sinalco Deutschland startet gerade mit einer signifikanten Profilschärfung der Marke auf dem deutschen Markt: Mut zu Neuem, Zeit für eine Auszeit und der Dialog mit der jungen Zielgruppe stehen im Mittelpunkt der neuen Kampagne.

Mit Hilfe eines Videos riefen Mitarbeiter aus verschiedenen Bereichen der Getränkegruppe Hövelmann Sinalco-Fans zur Teilnahme am neuen Spot auf. Ziel der neuen Sinalco-Positionierung ist, die Relevanz bei der jüngeren Zielgruppe zu erhöhen und ihre Themen aufzugreifen, gleichzeitig jedoch den Werten des Familienunternehmens und dem Markenkern des Limonadengetränks treu bleiben. „Wir freuen uns sehr, beides miteinander verbunden zu haben und nun mit einer Plattform zu starten, über die alle relevanten Themen lanciert werden können“, sagt Geschäftsführer Alexander Kolb. Durch die verstärkte Ansprache der jungen Generation auf deren Kanälen soll eine noch größere Nähe zur Zielgruppe aufgebaut werden, was sich auch positiv auf die Nachfrage im Gastronomie-Markt auswirken wird.

Egal ob Sinalco Orange oder Zitrone, Sinalco Cola, Cola Zero zuckerfrei, Cola Light oder 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 und frei von Gluten oder Laktose. Die konsequente Mehrwegorientierung macht Sinalco zu einem nachhaltigen Genuss. Der Betreiber wird in die Lage versetzt, die optimalen Gebinde für sein Objekt auszuwählen – ganz gleich ob Szene-Gastronomie, Top-Hotellerie, Restaurants oder System-Gastronomie, ob charakteristische, weltweit geschützte 0,2 Liter-Mehrweg-Formflasche oder Softdrink-Keg für den Pre- oder Postmix-Offenausschank.

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

EIN BUNT GEMISCHTES TEAM FÖRDERT DEN ZUSAMMENHALT UND GLEICHT SCHWÄCHEN AUS

Ist gute Führung *weiblich?*

In kaum einer anderen Branche sind so viele Führungspositionen von Frauen besetzt wie im Reise- und Dienstleistungssektor. Welche Fähigkeiten und Eigenschaften werden den Frauen zugeschrieben, die in der Mitarbeiterführung eine so entscheidende Rolle spielen? Isabella Hren, Vorstand der Bayerischen Gastgeber AG und Geschäftsführerin der BTG, über die Sehnsucht nach Zugehörigkeit und Beachtung und worin gerade jetzt die große Chance für weibliche Führungskräfte besteht.

Im Gastgewerbe und im Umgang mit Mitarbeitenden sowie Gästen sind Eigenschaften wie Flexibilität, Kreativität, Leidenschaft, Miteinander, Empathie, soziale und gesellschaftliche Verantwortung sowie die persönliche Wertschätzung besonders gefragt. Attribute, die man überwiegend mit Frauen in Verbindung bringt. Sie achten gerne auf Details, kreieren Atmosphäre und setzen auf Qualität. Dabei sind ihnen soziale Kompetenzen genauso wichtig wie Fachwissen und Erfahrungen. Allesamt Erfolgsfaktoren, die Gäste sowie Mitarbeitende gleichermaßen begeistern und anziehen.

„Unsere Betriebe sind eine Plattform der Begegnungen und Emotionen. Wir müssen es schaffen sowohl Mitarbeiter als auch Gäste auf eine emotionale Unternehmensreise mitzunehmen, sie begeistern", sagte Gunilla Hirschberger, Vorstandsvorsitzende des Frauennetzwerks Foodservice, in ihrer Ansprache beim diesjährigen Kongress mit 200 weiblichen Führungskräften aus der Foodservice Branche.

Menschen haben generell ein ausgeprägtes Bedürfnis nach Zugehörigkeit und Beachtung, das durch die Entbehrungen rund um die Corona-Pandemie zum Sehnsuchtsfaktor Nummer eins wurde. Das ist die große Chance für das Gastgewerbe – das haben wir zu bieten. Wir begegnen täglich Menschen, die ihre Pausen, schönsten Stunden und Wochen oder unvergesslichsten Momente des Lebens in den Betrieben erleben. Die Mitarbeiter bereiten den Gästen diese unvergesslichen Momente, spüren dabei die Emotionen und erhalten täglich Feedback bei ihrer Arbeit. Dabei agieren sie als Team mit andern, arbeiten in der Gemeinschaft und finden Anschluss.

In der Regel ist die Gästenachfrage höher als das Angebot – wer also tolle Mitarbeiter hat und ein authentisches Konzept umsetzt, wird zwangsläufig erfolgreich sein. Doch wie fördert man die notwendigen Kompetenzen im eigenen Unternehmen, vermittelt Zugehörigkeit und Beachtung sowie den Mitarbeitenden das vielzitierte „Du bist die Firma-Gefühl"?

FAIRE RAHMENBEDINGUNGEN ALS BASIS DER ZUSAMMENARBEIT

Die Einhaltung von gesetzlichen Vorgaben, frühzeitige Dienstplanung, leistungsgerechte Entlohnung, ein unterzeichneter Vertrag bei Arbeitsbeginn, der alle im Vorfeld vereinbarten Punkte widerspiegelt, Entlohnung der Mehrarbeit sowie flexible Arbeitszeiten und Mitsprache bei Frei- und Urlaubszeiten sind heutzutage eine Selbstverständlichkeit. Wer sich nicht daran hält, wird es am Markt schwer haben, langfristig gute Mitarbeitende zu finden.

VERANTWORTUNG DER FÜHRUNG – WOFÜR STEHT DER BETRIEB

Arbeitnehmer suchen bei ihrer Tätigkeit nach dem „Warum" – diese Frage sollten Unternehmer für ihren Betrieb also zuerst selbst beantworten können. Gibt es ein Leitbild? Welche Werte werden gelebt oder wie werden Unternehmensziele definiert sowie kommuniziert?

MITARBEITERGEWINNUNG – UM MITARBEITENDE WERBEN WIE UM GÄSTE

Die Branche befindet sich in einem regelrechten Wettbewerb um qualifizierte Arbeitnehmer und für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance. Arbeitgeber sollten sich auf der Suche nach geeignetem Personal unterschiedlicher Medien bedienen, seien es soziale Netzwerke, Inserate, Kooperationen mit Bildungseinrichtungen, die Agentur für Arbeit oder aus-

gewählte Messen. Zudem sollten sie selbst Fachkräfte ausbilden und ihr Branchennetzwerk aktiv nutzen. Sobald die ersten Bewerbungen erscheinen, ist ein professionelles und zügiges Handeln gefragt. Antworten Sie rasch auf Bewerbungen, bereiten Sie sich auf Vorstellungsgespräche vor, nehmen Sie sich Zeit und definieren Sie einen Standard für die Gesprächsführung bei allen Beteiligten. Zeigen Sie Ihren Betrieb, stellen künftige Kollegen vor und werben Sie mit den Vorzügen Ihres Betriebs. Selbst wenn sich ein Bewerber nicht für Ihr Unternehmen entscheidet, bedeutet das positives Image und Reputation, wenn der Eindruck ein guter war.

EINARBEITUNG NEUER MITARBEITER – VON ANFANG AN ERFOLGREICH DURCHSTARTEN

Der Arbeitsbeginn sollte so terminiert werden, dass Zeit für die Einarbeitung bleibt und der direkte Vorgesetzte im Haus ist. Erklären Sie die Standards und Arbeitsabläufe, das schafft Sicherheit und erleichtert den neuen Mitarbeitern den Einstieg. Im Idealfall erhält das neue Teammitglied für die Einarbeitungszeit einen konkreten Ansprechpartner, einen „Paten", an den es sich jederzeit mit seinen Anliegen wenden kann.

MITARBEITERFÜHRUNG UND MOTIVATION: ALLES TUN, DAMIT DIE EIGENMOTIVATION DES TEAMS BLEIBT

Führung hat viel mit Strukturen und Regelmäßigkeiten zu tun. Gibt es wiederkehrende Teambesprechungen, finden kurze Briefings statt, sind für die Arbeit relevante Informationen rechtzeitig und für alle zugänglich? Erhalten die Mitarbeitenden stets Feedback für Geleistetes? Fördern Sie den Gemeinschaftssinn und Teamaktivitäten auch im Alltag beispielsweise durch gemeinsame Essen. Das bindet die Mitarbeiter auch untereinander und somit an das eigene Unternehmen. Feiern Sie Erfolge, honorieren Sie außergewöhnliche Leistungen und evaluieren Sie rechtzeitig mögliche Demotivationsfaktoren. Das signalisiert dem Team Bedeutsamkeit sowie dessen Wahrnehmung und Wertschätzung und steigert die Motivation jedes einzelnen.

WEITERENTWICKLUNG – EINE INVESTITION IN DIE ZUKUNFT

Bei den jüngeren Generationen liegt die Möglichkeit zur Weiterbildung bei den Motivations- und Bindungsfaktoren unter den fünf wichtigsten Punkten für die Auswahl des künftigen Arbeitgebers. Sprechen Sie mit Ihren Mitarbeitern im Rahmen des – mindestens jährlich stattfindenden – Entwicklungsgesprächs über Weiterbildungswünsche und erarbeiten Sie einen Plan, wann welche Maßnahme umgesetzt werden kann. Überlegen Sie gemeinsam, wie neue Erkenntnisse im Betrieb implementiert werden können und auch die Kollegen davon profitieren.

MITARBEITERFÜHRUNG WILL GELERNT SEIN

Professionelle Führung will – wie jedes Handwerk – gelernt sowie geübt sein. Die BTG bietet sowohl in Präsenz als auch in Web-Formaten die Möglichkeit diese Fähigkeit bei themenbezogenen Trainings wie der „Führungsakademie" in mehreren Modulen, der „Persönlichkeitsentwicklung", dem „Employer Branding" oder der „Mitarbeiterkommunikation" zu lernen und zu vertiefen.

Am Ende darf auch ein Appell an die Diversität der Belegschaft nicht fehlen: Nachweislich sind branchenübergreifend die erfolgreichsten Teams solche, die unterschiedliche Stärken und Blickwinkel zulassen, fördern und vereinen. Ein verbindender Arbeits-Ethos, gemeinsame Ziele und das Vereinen von unterschiedlichen Erfahrungen, Wahrnehmungen und Kulturen unter einer professionellen Führung ist der Erfolgs-Cocktail für ein zukunftsfähiges Unternehmen. Wer es schafft, diese Faktoren in seinem Team zu vereinen, wird auch in Zeiten des Fachkräftemangels gute Chancen haben, qualifiziertes Personal zu finden.

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

- Web-Seminare
- 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 Gastronomie

WERTSCHÄTZUNG UND VERLÄSSLICHKEIT ALS BASIS FÜR EIN GELUNGENES MITEINANDER

Vier-Säulen, die Mitarbeiter an ein Unternehmen binden

Insbesondere Unternehmerinnen müssen häufig das Kunststück vollbringen, dem Betrieb und der Familie gerecht zu werden, ohne dabei selbst zu kurz zu kommen. Das gelingt nur mit den richtigen Prioritäten und der gemeinsamen Zusammenarbeit in einem motivierten Team.

Unternehmerisch zu handeln bedeutet für Hoteliere Gabi Dreisbach, die in der vierten Generation das Best Hotel Zeller und das Best Western Hotel am Europaplatz in Königsbrunn führt, ihre Mitarbeiter wertzuschätzen und den Personalbedarf frühzeitig zu planen. Mitarbeiter-Marketing ist für sie daher eine strategische Planungsaufgabe. „Für mich haben Mitarbeiter und Gäste einen gleich hohen Stellenwert, denn es sind meine Mitarbeiter, die die Atmosphäre im Haus ausmachen und mir Freizeit ermöglichen", so die Hoteliere.

Mit dieser Einschätzung ist Gabi Dreisbach, Mutter von vier Kindern, nicht alleine, denn neben ihrem Mann Christian stehen ihr auch ihre Schwester Gudrun Mitzel und seit Kurzem ihre Tochter Maria Schuler zur Seite. Letztere hat ein abgeschlossenes Dualstudium im Fach Tourismuswirtschaft mit Schwerpunkt Hotelmanagement und ist damit die erste Vertreterin der fünften Generation im Hause Zeller.

Gabi Dreisbach verwirklicht in ihren beiden Häusern das DEHOGA Bayern-Vier-Säulen-Modell für den wertschätzenden Umgang mit Mitarbeitern und Auszubildenden. Die vier Säulen verdeutlichen, dass nur das Zusammenspiel mehrerer Faktoren Garant für eine emotionale Verbundenheit und langfristige Beschäftigung sind.

FAIRE BEZAHLUNG ODER SACHLEISTUNGEN

Dabei bildet ein faires Gehalt die erste Säule. Im Haus Zeller gilt für die Mitarbeiter mindestens der Tariflohn – häufig liegt die Entlohnung auch höher. Zusätzlich werden Jahresprämien gezahlt. Allerdings ist das Gehalt nicht für jeden Mitarbeiter gleichermaßen ausschlaggebend, um sich an das Unternehmen zu binden. Um hier die individuellen Bedürfnisse der Belegschaft zu kennen, werden mindestens jährlich – meistens zwei Mal im Jahr – Personalgespräche mit jedem Mitarbeiter geführt. Nur so können die individuellen Lebensumstände in Erfahrung gebracht und nachfolgend berücksichtigt werden. Oft sind

Faires Gehalt

Tarifgehalt, Sachzusatzleistungen und Weiterbildung

Faire Arbeitszeiten

Fairer Überstundenausgleich durch digitale Zeit- und Pausenerfassung

Unternehmerpersönlichkeit & Unternehmenskultur

Verlässliche Führungsperson auf Augenhöhe sein. In Mitarbeitergesprächen die Beschäftigten und ihre persönlichen Bedürfnisse kennenlernen.

Emotionale Heimat

Betrieb und Team geben sich gegenseitig Halt und stehen füreinander ein.

Gabi Dreisbach, Geschäftsführerin Best Hotel Zeller und Best Western Hotel am Euopaplatz (rechts) mit Schwester Gudrun Mitzel (links) und Tochter Maria Schuler. Und auch die nächste Generation der Geschäftsführung steht bereits in den Startlöchern.

es auch steuerfreie Sachzusatzleistungen, wie ein Firmenhandy oder ein Laptop, die gerade von Auszubildenden oder jungen Kollegen geschätzt werden.

ARBEITSZEIT, DIE LUFT ZUM LEBEN LÄSST

Die zweite Säule „faire Arbeitszeit" ist heute wichtiger denn je. Für die Generationen X, Y und Z sind die Frei- und Familienzeiten häufig der eigentlich empfundene Lebenszweck. Arbeit dagegen ist meist nur der Weg, um dieses Leben zu finanzieren. Das klingt gerade für Unternehmer der „alten Schule" hart, ist aber zunehmend Realität. „Frühzeitige Dienstpläne und die exakte Abrechnung der Überstunden sind heute reine Hygienefaktoren, die entstehenden Unzufriedenheiten entgegenwirken", weiß Geschäftsführerin Dreisbach aus vielen Personalgesprächen. Ein pünktliches Arbeitsende und eine individuelle Arbeitszeitgestaltung können beispielsweise gerade für junge Mütter entscheidend für die Wahl ihres Arbeitsplatzes sein.

PERSÖNLICHE UND EMOTIONALE BINDUNG

Eine echte Bindung zum Betrieb schaffen erst die beiden letzten Säulen: Unternehmerpersönlichkeit, -kultur und emotionale Heimat. Wie in kaum einer anderen Branche erleben die Mitarbeiter im Gastgewerbe echte Vorgesetzte zum Anfassen. Es sind diese Unternehmerpersönlichkeiten, die tagtäglich mit ihrem Team Hand in Hand zusammenarbeiten und Erlebnisse gestalten. Sie allein bieten Verlässlichkeit und eine emotionale berufliche Heimat – oft über Jahrzehnte. Bindung entsteht, wenn ein Betrieb und seine Belegschaft vertrauensvoll zusammenarbeiten, sich gegenseitig Halt geben und füreinander einstehen, oft nicht nur beruflich, sondern auch darüber hinaus. Diesen emotionalen Wert der beruflichen Heimat – und damit die vierten Säule – empfindet Gabi Dreisbach mit ihren 50 Mitarbeitern als das wichtigste Element, um dauerhaft und erfolgreich zusammenzuarbeiten. Und diese emotionale Bindung könne nur von Dauer sein, wenn sie auf Gegenseitigkeit beruht.

Mitarbeiterführung ist ein nachhaltig angelegtes Projekt, das eine ständige Nachjustierung erfordert. So könne ein Betrieb erfolgreich sein und Früchte tragen, ist die erfahrene Gastronomin überzeugt. Das Vier-Säulen-Modell kann daher durchaus als Vorbild für alle gastgewerblichen Betriebe gelten.

Die ganze Welt der Gastlichkeit

INTERGASTRA

Leitmesse für Hotellerie & Gastronomie

5.–9.2.2022 | Messe Stuttgart

Entdecken Sie neueste Produkte, digitale Lösungen und zukunftsweisende Ideen – von Küchentechnik und Food, Einrichtung und Tischkultur, Getränken und Kaffee. Tauschen Sie sich mit Top-Experten aus und knüpfen Sie wertvolle Kontakte. Auf der INTERGASTRA finden Sie alle Zutaten für Ihren Erfolg!

www.intergastra.de #intergastra2022

5. BIS 9. FEBRUAR 2022

INTERGASTRA – ES IST ANGERICHTET!

Innovationen, Produktneuheiten und Konzepte für dauerhaften Geschäftserfolg: Auf der INTERGASTRA, Leitmesse für Hotellerie und Gastronomie, gibt es zwischen dem 5. und dem 9. Februar 2022 wegweisende Ideen und die Trends von morgen zu entdecken. Neben der lange vermissten Live-Atmosphäre erwartet die Besucher ein vielfältiges Rahmenprogramm und persönliche Begegnungen, die ihnen neue Impulse für die Arbeit geben.

Für die Entwicklung des eigenen Betriebs ist die INTERGASTRA der Messe Stuttgart ein idealer Impulsgeber. Die Messebesucher können Produkte probieren, sich über digitale Lösungen informieren und ihre speziellen Anforderungen im persönlichen Gespräch mit Fachleuten diskutieren. Die Messe eröffnet ihnen zudem ein einmalig breites Angebot zu allen wichtigen Bereichen ihres beruflichen Alltags: von Küchentechnik und Food über Einrichtung und Tischkultur bis zu Getränken und Kaffee.

Ergänzt wird der umfassende Marktüberblick durch die „Gelatissimo". Die größte Fachmesse für handwerklich hergestelltes Speiseeis nördlich der Alpen bietet alles, was Gastronomen für ein erfolgreiches Eisgeschäft benötigen: Rohstoffe, Toppings und Waffeln, Eismaschinen und Equipment für das Eislabor, Kühltheken und Vitrinen, Eiskarten, Becher und Zubehör, dazu Ladenbau und Einrichtung.

HIGHLIGHTS FÜR IDEENHUNGRIGE

Auf der INTERGASTRA trifft sich die Branche zum intensiven fachlichen Austausch. Vorträge, Workshops, Tastings und Wettbewerbe – das Programm unterstützt die Branche auf vielfältige Weise dabei, Wege zum Kunden und zum Geschäftserfolg zu finden. Beim „DEHOGA-Forum" profitieren die Teilnehmer von einer hochkarätigen Mischung aus Unterhaltung, Diskussionen und Wissensvermittlung. Das umfangreiche Programm beinhaltet echten Mehrwert und wichtige Impulse für die Zukunft der Branche. Auf der Sonderschau „Fokus Hotel" entdecken die Messebesucher Einrichtungstrends, Praxisbeispiele und smarte Lösungen für die Hotelbranche. Ihr Kaffeegeschäft können sie mit einem Besuch des „Stuttgart Coffee Summit" erweitern, bei dem Geschmackserlebnis und Zubereitungsvielfalt von der Bohne bis zur Tasse im Mittelpunkt stehen.

Ihr Besuch beim „Food & Concept Court" verschafft dem Publikum spannende Einblicke in die Zukunft von Foodservice-Markt und Einzelhandel. Hier werden ganzheitliche Lösungen und bis ins Detail durchdachte Konzepte präsentiert, die in kurzer Zeit erfolgreich um- und eingesetzt werden können. In den „Newcome Areas" finden sich die Erfolgsrezepte der Zukunft – aus erster Hand von Start-ups, die Appetit auf die Gastronomie und Hotellerie von morgen machen. Und bei der Sonderschau „Outdoor.Ambiente.Living." machen neue Systeme für Sonnen- und Wetterschutz deutlich, welche Chancen ein überzeugender Auftritt in der Außengastronomie eröffnet.

SICHER FÜR DIE MENSCHEN. GUT FÜR DIE WIRTSCHAFT

Die INTERGASTRA kann sicher durchgeführt werden. Dafür sorgen ein detailliertes Hygienekonzept und eine überarbeitete Hallenstruktur mit großzügig gestalteten Gängen. Die Veranstalter freuen sich auf ein persönliches Wiedersehen.

18. BIS 22. MÄRZ 2022, MESSE HAMBURG

MIT DER INTERNORGA ‚ZURÜCK IN DIE ZUKUNFT'

Zurück in die Zukunft! – unter diesem Leitgedanken kehrt die INTERNORGA 2022 als Präsenzveranstaltung zurück. Die coronabedingte Zwangspause haben die Veranstalter genutzt, um den Hamburger Branchentreff mit all seinen Events und Formaten zukünftig noch erfolgreicher zu positionieren. Ein Portfolio aus bewährten Ausstellungsbereichen, aktuellen Trendthemen, einem abwechslungsreichen Rahmenprogramm und einer neu angelegten Hallenstruktur, macht die internationale Leitmesse für den gesamten Außer-Haus-Markt vom 18. bis 22. März 2022 wieder zum Pflichttermin für die gesamte Branche.

Nationale und internationale Aussteller präsentieren an fünf Tagen Produktneuheiten, Trends und visionäre Konzepte. Dabei trägt die überarbeitete Hallenstruktur dazu bei, das Messeerlebnis noch stärker in den Mittelpunkt zu rücken und ermöglicht gleichzeitig den langersehnten, persönlichen Austausch und das Netzwerken vis-à-vis. Die INTERNORGA wird unter der 2G-Regelung auf Basis eines individuell erarbeiteten Hygienekonzepts durchgeführt, sodass allen Teilnehmenden ein sicherer und erfolgreicher Messebesuch in Hamburg ermöglicht wird.

„Die Pandemie und die vielen Monate des Lockdowns haben gezeigt, wie wichtig der persönliche Austausch und der Wunsch nach einer Plattform ist, um sich persönlich zu treffen, Neues zu entdecken und sich einfach begeistern und inspirieren zu lassen. Genau dies bieten wir allen Fachbesuchern und Aus-

stellern. Besonders die moderne Hallenplanung sorgt für ein abgestimmtes Messeerlebnis, das Seinesgleichen sucht. Wir freuen uns, dass die Zeit des Stillstands nun vorbei ist und sich die gesamte Hospitality-Branche endlich wieder in unseren Hamburger Messehallen trifft", so Claudia Johannsen, Geschäftsbereichsleiterin bei der Hamburg Messe und Congress GmbH.

SAFETY FIRST: 2G-REGEL AUF DER INTERNORGA

Die Sicherheit von Besuchenden und Ausstellenden steht für die INTERNORGA an oberster Stelle. Die Messe wird daher unter 2G-Zugangsregeln stattfinden: „Im Sinne unserer Kunden und Partner sind wir an einer zügigen Rückkehr zu möglichst normalen Verhältnissen interessiert. So sind beispielsweise Bewirtung und Verkostungen auf den Ständen ohne Einschränkungen möglich, die Maskenpflicht entfällt. Wir werden daher ausschließlich geimpften oder genesenen Personen den Zugang auf die Internorga ermöglichen", sagt Bernd Aufderheide, Vorsitzender der Geschäftsführung der Hamburg Messe und Congress GmbH. Dass die 2G-Regelung auch von den bereits angemeldeten Ausstellern favorisiert wird, unterstreichen die Ergebnisse einer zuvor durchgeführten Umfrage: „Das Resultat war eindeutig mit 72 Prozent Zustimmung für 2G. Wir haben uns anschließend gemeinsam mit unserem Ausstellerbeirat und Partnern intensiv beraten und uns schließlich für die aktuell sicherste Variante entschieden", so Aufderheide weiter.

Für die Besuchenden und Ausstellenden hat die 2G-Regelung unter anderem weitere Vorteile:

- Auf dem gesamten Messegelände entfällt das Abstandsgebot komplett.
- Die Maskenpflicht ist aufgehoben.
- Auf den Messeständen ist der Betrieb von Gastronomie sowie die Ausgabe von Kostproben ohne Einschränkung möglich.
- Auf den Messeständen sind keine Mindestabstände zwischen den Tischen erforderlich und die Personenanzahl pro Tisch wird nicht eingeschränkt.
- Die Teilnehmendenzahl in den Hallen muss nicht beschränkt werden.

NEUE HALLENSTRUKTUR BIETET MEHR RAUM ZUM ENTDECKEN UND FÜR NEUHEITEN

Lange Schließungsphasen durch die Pandemie, disruptive Konzepte und globale Food-Trends haben die Branche verändert und fordern mehr denn je dynamische Marktbegleiter. Die vor diesem Hintergrund von der INTERNORGA umfassende strategische Neugestaltung der Hallen wird im März 2022 erstmalig zu erleben sein. Neue Präsentationsmöglichkeiten und eine stringentere Besucherführung machen die INTERNORGA interessanter, vielfältiger und spiegeln die aktuellen Marktgegebenheiten zeitgeistig wider. Die Bereiche „Nahrungsmittel und Getränke", „Restaurant und Hotelausstattung", „Küchentechnik und -ausstattung", „Bäckerei- und Konditoreibedarf" sowie die Themenwelten „Digitales", „Packaging und Delivery" sowie „Outdoor" rücken das Erlebnis Messe für alle Besucher stärker in den Mittelpunkt.

Weitere Informationen zur INTERNORGA 2022 finden Interessierte auf der Website **www.internorga.com/** sowie auf den Social Media Kanälen.

GRENZÜBERSCHREITENDE ZUSAMMENARBEIT ZUM WOHLE DER GÄSTE UND DER BETRIEBE

DIE ALPENÜBERQUERUNG

Als Gastgeber mit dem Tourismus vor Ort auch über die Grenzen seiner Region hinweg zu denken und zu agieren, bedeutet keine Einbahnstraße. Ganz im Gegenteil – die Gäste kommen dann auch umgekehrt, sodass keiner etwas verliert, sondern alle dazugewinnen.

Einmal zu Fuß über die Alpen wandern – was für ein Traum. Für viele bleibt es ein Traum, weil sie glauben die lange, zum Teil beschwerliche Strecke nicht zu schaffen, zwar gerne wandern, aber sich den Fernwanderweg nicht zutrauen. Doch was viele nicht wissen: „Die Alpenüberquerung" lässt diesen Traum wahr werden. Die Route vom Tegernsee über den Achensee und das Zillertal nach Sterzing verläuft auf leichten bis mittelschweren Wegen, vorbei an traumhaften Seen, Bächen und Wasserfällen und ist für jeden machbar. Egal ob als Familie mit lauffreudigen Kindern oder auch noch im hohen Alter.

Es gibt viele Routen über die Alpen. Am bekanntesten ist sicherlich die Strecke von Oberstdorf nach Meran entlang des Europäischen Fernwanderwegs Nr. 5 und die Strecke von München nach Venedig. Doch diese Routen sind zum Teil konditionell anspruchsvoll und herausfordernd. Die Alpenüberquerung macht die Fernwanderung von Anfang Juni bis Anfang Oktober dagegen für jeden möglich. Übernachtet wird dabei in Gasthöfen, Pensionen oder Hotels in Orten entlang der Strecke begleitet von regionalen, kulinarischen Genüssen. Viele gastgewerblichen Betriebe der Regionen sind Teil dieses einzigartigen Projekts, das auch durch die vorbildliche grenzübergreifende Zusammenarbeit der zuständigen Tourismusverbände 2014 zustande gekommen ist. Alle Beteiligten profitieren von diesem ganzheitlich gedachten, touristischen Konzept. Genusswandernde allerorts führt das kleine „Ü", welches die Wegstrecke auf Pfeilen und Schildern markiert, vom Tegernsee in Etappen bis nach Sterzing.

Die Idee zur Route hatte Georg Pawlata aus Innsbruck. Als Planer, Geograph und Bergwanderführer ist er der Kopf hinter diesem überaus erfolgreichen Projekt. Die Umsetzung erfolgte schließlich in Zusammenarbeit mit der Alpenregion Tegernsee Schliersee, dem Tourismusverband Achensee, der Zillertal Tourismus GmbH und der Tourismusgenossenschaft Sterzing-Ratschings – Pawlata brachte alle an einen Tisch. „Es gab kaum Widerstände, eher im Gegenteil. Die Idee dieser Tour wurde von den Tourismusverbänden begeistert aufgenommen" und dass ein grenzübergreifendes Konzept wie dieses erfolgreich und gewinnbringend sein kann und gleich mehrere Regionen davon profitieren, hat die Alpenüberquerung in über sieben Jahren mit zahllosen begeisterten Wandernden bewiesen. Das genussreiche Wandererlebnis liegt dabei voll im Trend der Zeit: Entschleunigen im Einklang mit der Natur, regional genießen und authentisch Erleben. Pawlata rät Hotels- und Gaststätten, die ihr Angebot in Zusammenarbeit mit dem

Tourismus vor Ort gerne erweitern würden, auf ihre Tourismusverbände einzuwirken, um den Tourismus vor Ort auch über die eigenen Grenzen hinaus attraktiver zu gestalten. So können Tagestouren im Wander- und Bikebereich auch mal über die Grenzen der Tourismusverbände hinweg verlaufen: „Es ist ja keine Einbahnstraße, sondern die Gäste kommen ja auch umgekehrt, sodass keiner etwas verliert, wenn der Gast mal ‚auswärts' isst. Leider wird dieser Punkt von den meisten Tourismusverbänden noch nicht erkannt und es sind auch die Gastwirte, die meinen, dass ihnen dadurch ein Paar Euros durch die Lappen gehen". Pawlata weiß, wovon er spricht. Der 48-Jährige ist heute als Tourismusberater vornehmlich in den Bereichen Wandern, Mountainbike und Langlauf tätig und arbeitete in dieser Funktion unter anderem für die Tirol Werbung sowie regionale Tourismusverbände. Dazu kommen Beratung und Kriterienüberprüfungen bei Beherbergungsbetrieben.

Die durch die Zusammenarbeit entstandene Route selbst ist in sieben Tagesetappen untergliedert. Die Abschnitte sind nicht zu lang und man überwindet nie mehr als 1.000 Höhenmeter an einem Tag. Die längste Etappe ist 20 Kilometer lang, allerdings kann man längere Strecken auch beliebig mit dem Bus abkürzen, ebenso kann ein Gepäcktransport genutzt werden. Das Schöne ist außerdem: Die Alpenüberquerung kann vollumfänglich und bequem gebucht werden, die Homepage bietet mit den dort umfänglich zugänglichen Informationen für alle aber auch die Möglichkeit, die Tour individuell zusammenzustellen.

Los geht es dann von Gmund am Tegernsee nach Wildbad Kreuth entlang des Tegernseer Höhenwegs. Sicherlich der Höhepunkt dieser malerischen Route ist die Überfahrt mit der Ruderfähre von Tegernsee nach Rottach-Egern. Mit Blick auf das Bräustüberl – eine besondere Perspektive vom Wasser aus, die man so auch nicht alle Tage erlebt. Tag drei begeistert mit einer unvergleichlichen Panoramatour entlang des Achensees. Wer hier lieber mit dem Schiff fährt – dessen Hupen von den felsigen Steinwänden zurück über den See hallt –, hat ebenso die Möglichkeit, das kristallklare Wasser nicht nur von herrlichen, schattigen Wurzelwegen aus zu bestaunen, sondern von oben hinabzusehen auf den unvergleichlich schönen Achensee umrahmt von den Alpen. Sicherlich ein Highlight ist der Weg über den Alpenhauptkamm an Tag sechs, wenn es entlang eines Traumpfads hoch hinauf zum Pfitscherjochhaus geht. Oben belohnt, wird man mit einem unvergleichbaren Blick und dem überragenden Gefühl, die Grenze von Österreich nach Italien vorbei am Grenzstein aus eigener Kraft passiert zu haben.

Dass das über Grenzen greifende, sanfte Tourismuserlebnis besonders hier beeindruckt, weiß auch Pawlata: „Die meisten Besucher kommen aus Tirol, die Hütte liegt 200 Meter hinter der Grenze in Südtirol. Die Gäste finden diese Grenzüberschreitung spannend, machen Fotos vom Grenzstein mit ‚Italia' drauf und genießen echten italienischen Kaffee und Pasta." Auch die Kulisse passt: Die Blätter wild wachsender Preiselbeeren färben die Hänge im Herbst eindrucksvoll in ein atemberaubendes Rot und sorgen für ein spektakuläres Farbenspiel. Über weite Wiesen, vorbei an Bächen und durch Wälder geht es hinab ins Südtiroler Pfitschertal. Tag sieben deutet das Ende der Tour an und auch das kleine Stempelheft zu dieser Route der Alpenüberquerung ist nun fast voll. Durch das Pfitschertal geht es hinab zum Ziel des Fernwanderwegs nach Sterzing. Ein buntes Treiben in der Fußgängerzone der historischen Altstadt lässt die Atmosphäre der Südtiroler Kleinstadt schnell spürbar werden. Der letzte Stempel am Rathaus macht das Stempelbüchlein und damit auch die Tour komplett. Zurück bleibt die Erkenntnis, dass das Erlebnis Alpenüberquerung für jeden erreichbar ist, vor allem, wenn man sich von dem ehrgeizigen Antrieb löst, wirklich jeden Meter zu Fuß gehen zu wollen. Die Überquerung der Alpen muss nicht immer nur beschwerlich und mühsam erarbeitet sein. Mehr Zeit für Genuss steht bei dieser Route im Vordergrund und richtet sich damit an den durchschnittlich trainierten Wanderer, der mit dieser Route viel gewinnt an Eindrücken, Erkenntnissen und Erfahrungen. Betriebe, welche die Route säumen, profitieren ebenso von diesem nicht ganz so überlaufenen Weg von Bayern in Richtung Süden. Das Konzept zeigt: Das gemeinschaftlich gedachte Zusammenwirken über Grenzen hinaus, kann für Gäste und Akteure des Tourismus gleichermaßen funktionieren und lockt Gäste für Tourismus im Einklang mit Natur und den Strukturen vor Ort auch an entlegenere, äußerst reizvolle Orte mit Charme. Weitere Informationen über „Die Alpenüberquerung" finden Interessierte im Internet unter www.die-alpenueberquerung.com/.

Ein Erfahrungsbericht von Karolina Wojdyla

GUTER KAFFEE IST IMMER EINE SÜNDE WERT

Milchschaumkrone
für den perfekten Kaffeegenuss

Die klaren Gewinner beim Kaffeegenuss sind seit Jahren die mit Milchschaum veredelten italienischen Varianten: Cappuccino oder gerne auch Latte Macchiato. Sie werden groß, mittel und klein, wo nötig auch laktosefrei angeboten. Aufgepeppt mit Flavors wie Vanille, Karamell oder Amaretto finden sie vor allem bei den Jüngeren großen Anklang.

DER PERFEKTE MILCHSCHAUM

Es ist eine echte Philosophie geworden, wie er gelingt, der perfekte Milchschaum. Milch ist ein Eiweißschaum und daher gilt: Weniger ist mehr. Ganz wenig Fett und viel wertvolles Milcheiweiß ist das Geheimnis. Fettarme Milch sichert daher beste Milchschaum-Menge. Manch Barista schwört trotzdem auf Vollmilch, weil diese das Kaffeearoma ideal unterstützt.

DIE BESTE MILCH

Wer weiß, woher die Milch kommt, dass die Landwirte nachhaltig wirtschaften und dafür auch einen fairen Milchpreis erhalten, der kann seinen Caffè Latte erst richtig genießen. Egal ob Bergbauern-Milch oder Bio-Alpenmilch, Frischmilch oder H-Milch, herkömmlich oder laktosefrei: Für den perfekten Milchschaum-Genuss ist Berchtesgadener Land die erste Wahl.

KONTAKT

Milchwerke
Berchtesgadener Land Chiemgau eG
Gastro-Verkauf: Pirmin Gollinger
www.bergbauernmilch.de

Advertorial

„Nachhaltige Argumente für edle Designs und Unifarben!“

Mit dem eigenen Label ROYAL Collection bietet PAPSTAR eine natürliche Vielfalt an hochwertigen Servietten, Tischdecken und Tischläufern an – was genau macht dieses Sortiment so besonders?

Christoph Stahlhacke (Sales Manager bei der PAPSTAR GmbH): Qualität, Funktionalität, modernes Design und Umweltfreundlichkeit, um es mit wenigen Worten zu sagen. Das verarbeitete Tissue ist FSC®-zertifiziert. Die Produkte tragen sowohl das Nordic Ecolabel ‚Svanen‘, ein internationales Öko-Siegel für beste Umweltperformance innerhalb der gesamten Lieferkette, als auch - mit wenigen Ausnahmen - den Keimling zur Bestätigung der Kompostierbarkeit der verwendeten Werkstoffe. Darüber hinaus sind die Servietten äußerst weich im Hautkontakt, geruchsneutral, gut faltbar, formstabil und in ihrer Optik kaum von einer gewebten Stoffserviette zu unterscheiden.

Wir greifen den Punkt „modernes Design“ auf – gibt es Neuheiten für den Herbst/Winter 2021?

Christoph Stahlhacke: Ja, es gibt eine ganze Reihe neuer Designserien. ‚Rose‘ beispielsweise überzeugt mit einem edlen blumigen Motiv - und das in vier modernen dezenten Farben. Dazu gibt es viele optisch abgestimmte Ergänzungsartikel für einen stilvoll gedeckten Tisch.

Neben den Designs: Gibt es weitere Neuheiten im ROYAL-Collection-Sortiment?

Christoph Stahlhacke: Da fallen mir auf Anhieb 13 starke Unifarben im wiederverschließbaren Karton ein - bei dieser Verpackungsvariante verzichten wir komplett auf Plastik. Generell lässt sich sagen, dass mittlerweile 75 Prozent der **PAPSTAR**-Produkte aus dem Bereich ‚Gedeckter Tisch‘ aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellt werden und biologisch abbaubar sind.

www.papstar.com

PAPSTAR

10% Rabatt*

ROYAL Collection

ELEGANT.
HYGIENISCH.
NACHHALTIG.

Grün, blau, bordeaux oder sandfarben?
Mit unseren stoffähnlichen Premium-Servietten lässt sich jeder gedeckte Tisch (herbstlich-) schön in Szene setzen.

GREEN BRAND Germany 2020 / 2021

FSC www.fsc.org FSC® C106789 Das Zeichen für verantwortungsvolle Waldwirtschaft

NORDIC SWAN ECOLABEL 3005 0051

7P0458

PAPSTAR.COM | PAPSTAR-SHOP.DE

*Geben Sie auf **www.papstar-shop.de** bei der Registrierung Ihres Kundenkontos im Feld „Partner-Code“ einfach den Code **BHG-Partner10** ein und Sie erhalten automatisch bei jedem Einkauf **10 % Rabatt.**

VERBRAUCH REDUZIEREN UND AUF ALTERNATIVE ENERGIETRÄGER UMSTEIGEN

STEIGENDEN ENERGIEPREISEN KÖNNEN BETRIEBE AKTIV ENTGEGENWIRKEN

Die Preise für Strom und Gas sind in den vergangenen Monaten regelrecht explodiert. Auch wie sich die Preisspirale insbesondere bei den fossilen Energieträgern unter der künftigen Bundesregierung entwickeln wird, steht in den Sternen. Mit massiv fallenden Energiekosten wird aber sicher nicht zu rechnen sein. Darum ist es für die Unternehmen in der Gastronomie und Hotellerie gerade jetzt an der Zeit, über Energiesparmaßnahmen sowie über eine alternative Energieversorgung nachzudenken. Die bewusste Reduzierung des Energieverbrauchs und ein Umstieg auf regenerative Energien können sich nicht nur im Sinne der Umwelt, sondern auch aus wirtschaftlicher Perspektive lohnen.

Welche Schritte hierfür für die unterschiedlichen Betriebe sinnvoll sind, hängt in erster Linie von der Betriebsform, ihrer Größe und der Lage ab:

Das lohnt sich für Eigentumsbetriebe:

PHOTOVOLTAIK-ANLAGE

In aller Regel lohnt sich eine Photovoltaik-Anlage zur Stromerzeugung. Dabei ist es am besten, den Strom selbst zu verbrauchen und nur wenig einzuspeisen. Bei guten Voraussetzungen kann mit einer Amortisationszeit von 10 Jahren gerechnet werden. Dem steht eine durchschnittliche Anlagenlebensdauer von über 20 Jahren gegenüber.

BLOCKHEIZKRAFTWERK (BHKW)

Für Betriebe, die zusätzlich einen hohen Wärmebedarf haben, bietet sich unter Umständen der Einsatz eines Blockheizkraftwerks an. Dies sollte so konzipiert sein, dass damit die energetische Grundlast abgedeckt werden kann. Eine Überdimensionierung sollte vermieden werden. Kalkulatorisch sollten Laufzeiten von über 5.000 Vollbenutzungsstunden pro Jahr angestrebt werden. Bei Anlagen in der Größe ab beispielsweise knapp 10 Kilowatt elektrischer Leistung sind Amortisationszeiten von unter 10 Jahren möglich. In die Kalkulation müssen selbstverständlich auch die anfallenden Wartungskosten einbezogen werden.

PELLETHEIZUNG

Eine Pelletheizung ist besonders für ländliche Standorte mit einer großen Lagermöglichkeit geeignet und auch eine Option für kleinere Betriebe. Die Holz-Pellets werden in Tankwagen geliefert und in ein Lager geblasen, das auch in einem alten Öltankraum untergebracht werden kann. Genormte Holzpellets, die über eine automatische Beschickung in den Kessel gefördert werden, ermöglichen einen unproblematischen Betrieb mit wenig Wartungsaufwand. Um zum Beispiel 30.000 Liter Heizöl zu ersetzen, sind circa 100 Kubikmeter Pellets nötig. Diese sind derzeit um etwa 30 Prozent günstiger als Heizöl.

THERMISCHE SOLARANLAGE

Eine thermische Solaranlage zur Heizungsunterstützung ist ebenfalls denkbar. Ihr Einsatz ist selbstverständlich abhängig von den erwartbaren Sonnentagen. Mit einer jährlichen Energieausbeute von durchschnittlich 50 bis 80 Liter Erdöl pro Quadratmeter Kollektorfläche empfiehlt sich diese Energieversorgung allerdings oft nur als zusätzliche Option.

SANIERUNG DER GEBÄUDEHÜLLE

Der Wärmeverbrauch des gesamten Gebäudes kann durch gezielte Investitionen zur

Verbesserung der Gebäudehülle deutlich gesenkt werden. Hierzu zählen unter anderem Fenster mit einer Wärmeschutzverglasung oder die zusätzliche Dämmung der Fassaden oder des Dachs. Die typischen Amortisationszeiten sind mit einer Dauer von häufig über 20 Jahren allerdings verhältnismäßig hoch. An dieser Stelle ein Hinweis: Bei geplanten Großsanierung sollte unbedingt mit der Ertüchtigung der Gebäudehülle begonnen werden, da die Heizungsanlage durch die damit verbundenen Energieeinsparungen häufig kleiner konzipiert werden kann.

LÜFTUNGSANLAGEN MIT WÄRMERÜCKGEWINNUNG

Sehr große Wärmeeinsparungen in Höhe von 70 Prozent und mehr sind möglich, wenn alte Lüftungsanlagen ohne Wärmerückgewinnung durch neue Modelle mit Wärmerückgewinnung ersetzt werden.

OPTIMIERUNG VON KÄLTEANLAGEN

Circa 20 Prozent des gastronomischen Energieverbrauchs fließen in Kleinkälte und Kühlhäuser. Mit Verbundkälteanlagen kann auch hier die Effizienz gesteigert werden, indem überalterte Einzelaggregate durch drehzahlgesteuerte Kompressoren zusammengefasst werden.

HIER KÖNNEN PACHTBETRIEBE SPAREN

Nachdem Pachtbetriebe „große" Investitionen in die Gebäudesubstanz nur in Absprache mit dem Hauseigentümern durchführen können, richtet sich hier der Blick in erster Linie auf Maßnahmen zur Energieeinsparung. Selbstverständlich sind diese Maßnahmen ebenso empfehlenswert für Eigentümer des eigenen Betriebs, da sie die Energiekosten zusätzlich senken können. Schließlich ist immer die Energie am günstigsten, die überhaupt nicht benötigt wird.

WASSERVERBRAUCH VON SPÜLMASCHINEN SENKEN

Bei alten Spülmaschinen wird das Wasser häufig elektrisch erhitzt. Je nach Anzahl der Spülgänge kann sich ein Warmwasseranschluss lohnen. Auch der Wasserverbrauch ist meist sehr hoch. Im Vergleich zu sehr alten Modellen ist durch ein neueres, sparsames Modell eine Halbierung des Verbrauchs möglich. Da gleichzeitig mit einer Reduzierung von Wartung und Reparaturen zu rechnen ist, sollten die alten Maschinen auf den Prüfstand.

INDUKTIONSFELDER STATT ELEKTRO-KOCHPLATTEN

Wer alte Elektro-Masse-Kochplatten durch Induktionskochfelder ersetzt, kann 30 bis 70 Prozent Energie einsparen.

UMSTELLUNG DER HEIZUNGSPUMPEN

Wer noch alte Heizungspumpen im Keller hat, sollte auf den aktuellen Standard hocheffizienter Heizungspumpen umstellen und kann so oft zwischen 30 und 60 Prozent sparen.

LEUCHTSTOFFRÖHREN DURCH LEDS ERSETZEN

LED-Lampen sind schon lange flächendeckend in Gebrauch. Bisweilen wird aber übersehen, dass insbesondere in nicht öffentlich zugänglichen Bereichen wie in der Küche, im Büro oder der Tiefgarage noch veraltete Leuchtstoffröhren im Einsatz sind. Auch hier lohnt sich der Austausch gegen energieeffiziente LED-Lichtschienen.

SPARSAME ARMATUREN

Der Warmwasserverbrauch lässt sich durch den Einsatz sparsamer Armaturen deutlich senken.

AUF ENERGIEEFFIZIENZKLASSEN ACHTEN

Auch bei kleineren Ersatzinvestitionen in Kleinkühlgeräte oder TV-Geräte spart der Blick auf die Energieeffizienzklasse A+++ über die Jahre bares Geld.

UNTERSTÜTZUNG ZUR VERBESSERUNG DER ENERGIEBILANZ

Wer professionelle Unterstützung zur Verbesserung der eigenen Energiebilanz sucht, kann in der Regel eine geförderte Energieberatung in Anspruch nehmen. Dabei wird untersucht, wieviel Energie wofür verbraucht wird, wo man konkret Energie sparen kann und inwieweit sich das rechnet. Fördervoraussetzungen und weitere Informationen zum Thema finden Interessierte im Internet unter www.bafa.de. Bei der Antragstellung unterstützt auch gerne die IMET GmbH (info@imet-gmbh.de).

ALTFETTRECYCLING LESCH

Wir sind der Dienstleister **für termingerechte Abholung** und **professionelles Recycling von gebrauchtem Speisefett bzw. Speiseöl** in Süddeutschland.

Als **Partner der Gastronomie** stellen wir rund 25.000 Gaststätten, Kantinen und anderen gastronomische Betrieben unseren **Sammelbehälter – die Fettbox.**

Lassen auch Sie Ihr **Altspeisefett professionell und sauber entsorgen**!

Neu: Unsere Fettbox-App

Die Entleerung Ihrer Fettbox anfordern – mit nur einem Klick!

Link öffnen und die Fettbox-App mit wenigen Schritten auf Ihrem Android-Smartphone oder iPhone installieren. Ihre Daten müssen nur einmal eingegeben werden. **Um eine volle Fettbox zu melden, reicht dann ein Klick!**

Weitere Infos unter **www.altfettlesch.de/app/**

ALTFETTRECYCLING LESCH

Äussere Nürnberger Straße 1
91177 Thalmässing
Tel. 09173 - 874
info@altfett-lesch.de
www.altfett-lesch.de

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 7090600
Fax +49 941 70906010
oberpfalz@dehoga-bayern.de
Bezirksgeschäftsführerin: Andrea Kramer

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 & Schwaben
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

IMPRESSUM

Gastgeber Bayern
Das Magazin für Gastronomie und Hotellerie

Hier finden Sie uns online:
www.gastgeber.bayern

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

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

PresseCompany GmbH
Kommunikationsagentur

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

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

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

Redaktion:
Karolina Wojdyla (kw),
Sabine Wächter (sw),
Melanie Walz (mw)

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. Zustellungsgebühr und 7 % MwSt. Mitglieder des DEHOGA Bayern erhalten diese Zeitschrift im Rahmen Ihrer Mitgliedschaft.

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

Gedruckte Auflage 1. Quartal 2021:
15.500 Exemplare
Deutsche Post AG
Entgelt bezahlt

HERZLICH WILLKOMMEN IM SCHUSTER OBJEKTFORUM IN BERNAU AM CHIEMSEE

ALLES NEU: OBJEKTE, RÄUME UND TOLLE IDEEN

Sie planen ein neues Hotel, eine Renovierung oder erweitern Ihre Hotelkette um einen neuen Standort? Und suchen nach einem erfahrenen Vollausstatter mit kreativen Ideen und idealerweise auch interessanten Finanzierungsmöglichkeiten? Dann sind Sie im Objektforum von Schuster Hoteleinrichtungen in Bernau am Chiemsee genau richtig – einem Ort, wo innovatives Denken und moderne Fertigungsabläufe Hand in Hand gehen mit der gewachsenen Erfahrung eines traditionsreichen Familienunternehmens.

Inmitten einer herrlichen Umgebung direkt am Chiemsee entstand der neue Firmensitz von Schuster Hoteleinrichtungen, der zugleich ein Platz der Inspiration ist: Zum Beispiel in den aktuellen Showrooms aller Stilrichtungen, die von romantisch über modern bis hin zu traditionell und trendig reichen und dank raffinierter Beleuchtungskonzepte perfekt in Szene gesetzt werden. Selbstverständlich ist nicht nur für jeden Geschmack, sondern auch für jedes Budget das Richtige dabei, denn bei Schuster erhält man von Konzept und Design bis hin zu Fertigung und Montage alles aus einer Hand. Schauen Sie doch einfach mal vorbei. Wir freuen uns auf Sie und heißen Sie schon jetzt im Schuster Objektforum, direkt an der A8 /Ausfahrt Felden gelegen, herzlich willkommen.

SCHUSTER-HOTELEINRICHTUNGEN.DE

EINRICHTUNG EINFACH LEASEN STATT KAUFEN.

Leasing light: Einfach ganz locker bleiben! Bereits ab 2,50€[1] pro Hotelzimmer.

Die einfachsten Ideen sind oft die besten. Hotelzimmer-Leasing, zum Beispiel. Weil es die Ressourcen schont. Ein schickes und trendiges Hotel-Interieur ist einfach ein echter Gästemagnet! Dank unserer cleveren Leasingmodelle geht beides: Finanzielle Engpässe vermeiden und gleichzeitig in Sachen Hotelzimmer-Look & Feel auf dem neusten Stand sein. Mit unseren flexiblen Leasingraten ist das einfach – und Sie bleiben dabei ganz locker und entspannt.

Lassen Sie sich überraschen, wie mit nur wenig Aufwand ein eindrucksvolles Make-over Ihres Hauses gelingen kann. Wir beraten Sie gerne, welche Trends, Farben und Materialien für Ihre Bedürfnisse und Anforderungen geeignet sind. Am besten direkt an unserem neuen Standort, dem Objektforum in Bernau am Chiemsee, wo man unseren Showroom live und in aller Ruhe ansehen kann.
Rufen Sie uns einfach an - wir freuen uns auf Sie.

Robert Danner
Leitung Vertrieb

Tel.: +49 (0)8051 961 60 0
Danner.Robert@schuster-hoteleinrichtungen.de

[1] Preisbeispiel pro Zimmer und Tag bei einer Laufzeit von 72 Monaten

3% RABATT

CODE DEHOGA221

Gültig bis zum 28.02.2022. Einlösbar per Telefon, E-Mail, WhatsApp oder in unserem Showroom in Fürstenfeldbruck.
Öffnungszeiten: Mo. – Fr. 8:30 – 17:30 Uhr.

SASPG2

Saftspender – 2x 6 Liter

B 450 x **T** 340 x **H** 590 mm

Inkl. Kühlelement (Zylinder für Eis). Deckel und Behälter abnehmbar.

MUSPDRG3

Müslispender - dreifach

Ø 120 mm

Pulverbeschichteter Edelstahl. Deckel und Behälter abnehmbar.

CDEDG11

Elektro Chafing Dish – GN 1/1

B 740 x **T** 370 x **H** 570 mm

Pulverbeschichteter Edelstahl. GN Behälter bis max. 100 mm Höhe.

ETBSG333

Etagere / Buffetständer

Schalenmaß **B** 300 x **T** 300 mm

Pulverbeschichteter Edelstahl. Inkl. 3x Melaminschalen.

✓ Kostenfreie Lieferung ✓ 5 Mio. Artikel lagernd & sofort lieferbar ✓ 1 Mio. zufriedene Kunden

MEVA2#SET12

Menage im Ständer – 12 Stück

H 200 mm

Essig und Öl Spender. Aus Glas und pulverbeschichtetem Edelstahl.

HOSPHG

Honigspender

B 310 x **T** 310 x **H** 600 mm

Pulverbeschichteter Edelstahl. 4,7 Liter Füllvolumen.

NEIN2011

Buffettheken Maxim

B 2000 x **T** 1000 x **H** 900 mm

Abstellfläche aus schwarzem Granit. Stauraum dank 4 integrierter Türen.

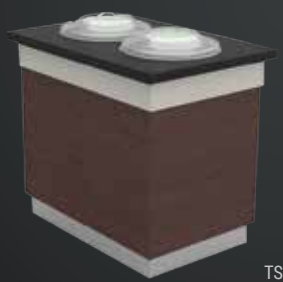
BRIN2011

Brotregale Maxim

B 2000 x **T** 1000 x **H** 1450 mm

Abstellfläche aus schwarzem Granit. Integriertes Schneidebrett.

FRANK ROSINS
FAVORITEN



TSBIN719

Beheizter Tellerspender

B 700 x **T** 1000 x **H** 900 mm

Für 100 Teller. Arbeitsfläche aus schwarzem Granit. Mit Rollen.

WAEEJ1

Waffeleisen für 4 Waffeln

B 310 x **T** 410 x **H** 250 mm

Perfekte Ergänzung des Frühstücksangebotes. Temperatur einstellbar bis 300 °C.

CGK40-1

Crêpe/ Pancake Gerät – 40 cm

B 450 x **T** 480 x **H** 235 mm

Perfekte Ergänzung des Frühstücksangebotes. Temperatur einstellbar bis 300 °C.

Besuchen Sie unseren Showroom und lassen Sie sich beraten.

Am Fuchsbogen 7
82256 Fürstenfeldbruck

+49 (0) 8141 348 07 20
+49 (0) 170 741 66 55

munich@ggmgastro.de

ggmgastro MUNICH

Mit GGM Gastro perfekt aufgestellt für Buffet, Weihnachtsmarkt & Co.

Selbst ist der Gast! – Die richtige Ausstattung für jedes Buffet

Buffets, oder auch bekannt als „all you can eat“ Angebote, sind bei vielen Gästen sehr beliebt. Egal zu welcher Tageszeit und ob im Hotel oder im Restaurant, entscheidend für den Erfolg und die Zufriedenheit der Gäste ist stets die passende Ausstattung!

Ggm Gastro ist Europas Marktführer, wenn es um Gastronomiebedarf für Restaurants, Cafés, Hotels und Co. geht. Mit über 50.000 Produkten für jede Branche deckt das internationale Unternehmen jeglichen Bedarf von Gastronomen und Hoteliers ab.
Auch für eine moderne Buffet Ausstattung ist gesorgt. Selbstverständlich isst das Auge vor allem beim Buffet mit. Eine ansprechende Präsentation des gesamten Angebots ist hier von besonderer Bedeutung. Mit dem richtigen Equipment kann man den Gästen auch bei der Selbstbedienung die Speisen und Getränke in bester Qualität anbieten, egal ob warm oder kalt. GGM Gastro bietet deshalb innovative Produkte, die die nötigen Bedingungen für Speisen und Getränke von Buffets jeder Art erfüllen. Ein echter Hingucker ist die Leonardo Serie, die von Chafing Dishes, über Etageren, bis hin zu Müsli- und Saftspendern alles umfasst, was man braucht.
Das absolute Highlight ist es, vor den Augen der Gäste frische Speisen zuzubereiten, wie z.B. Waffeln oder Crêpes mit frischem Obst. Für all jene, die es gerne besonders süß mögen, sind auch Schokobrunnen ein absolutes Must-have.
Diese und weitere Produkte sind natürlich auch echte Klassiker, wenn die Weihnachtsmarktzeit bald wieder startet!

Ihr neues Buffetkonzept

3% RABATT
CODE DEHOGA221

Gültig bis zum 28.02.2022. Einlösbar per Telefon, E-Mail, WhatsApp oder in unserem Showroom in Fürstenfeldbruck. Öffnungszeiten: Mo. – Fr. 8:30 – 17:30 Uhr.

Besuchen Sie unseren Showroom und lassen Sie sich beraten.

Am Fuchsbogen 7
82256 Fürstenfeldbruck

+49 (0) 8141 348 07 20
+49 (0) 170 741 66 55

munich@ggmgastro.de

ggmgastro MUNICH

Auf einen Rotwein mit...

Franziska Schömig,

Gelernte Winzerin

LIEBE FRANZISKA, WANN HAST DU DEINE LEIDENSCHAFT FÜR WEIN ENTDECKT?

Nach dem Abitur war ich mir nicht sicher, was ich studieren oder machen sollte. Meine Brüder haben alle eine Ausbildung gemacht und das Thema Wein hat mich schon immer interessiert. Ich wollte es dann einfach versuchen. Beim Weingut Max Müller I in Volkach habe ich dann meine Ausbildung zur Winzerin gemacht. Dort ist meine große Liebe zum Wein entstanden. Ich durfte viel ausprobieren und habe viel Verantwortung bekommen. So habe ich richtig Blut geleckt (lacht).

WÜRDEST DU DEN WEG HEUTE WIEDER EINSCHLAGEN?

Definitiv, ja.

WELCHE HÜRDEN GAB ES BEI DER AUSBILDUNG ZU MEISTERN?

Die Ausbildung umfasst ziemlich viel: den Weinberg draußen, die Bewirtschaftung, viel technischen Input rund um den Weinkeller sowie die Vermarktung. Das kann einen erst einmal ganz schön überrumpeln und man denkt: „Wie soll ich das alles unter einen Hut bringen?" Ein wirkliches Verständnis für das, was man tut, tritt auch erst nach der ersten Vegetationsperiode im Weinberg ein.

HAST DU DEN EINDRUCK, DASS DU DICH ALS FRAU ANDEREN HERAUSFORDERUNGEN STELLEN MUSST ODER DICH ANDERS DURCHSETZEN MUSST ALS MÄNNLICHE KOLLEGEN?

Die körperliche Voraussetzung ist auf jeden Fall eine andere. Auch die Außenwirkung als Frau in diesem Beruf ist anders. Wenn beispielsweise auf Präsentationen mein Vater oder mein Partner neben mir stehen, werden sie meist zuerst angesprochen. Das löst sich dann aber immer schnell auf.

IST DAS VERHÄLTNIS VON MÄNNERN UND FRAUEN IN DEINEM BERUFSFELD AUSGEWOGEN?

Weinbau ist definitiv eine Männerdomäne. Gerade, was die Produktion betrifft. Frauen arbeiten meist im Marketing oder im Büro. Ich denke, da ist aber etwas in Bewegung.

ZUR PERSON

Franziska Schömigs Weingut liegt in Markt Rimpar, nördlich von Würzburg. Die 33-jährige Winzerin kam über ihren Vater zum Weinbau. Nach ihrer Ausbildung zur Winzerin im Weingut Max Müller I folgte ein Studium in Weinbau und Oenologie. 2017 übernahm sie das väterliche Weingut. Sie betreibt ausschließlich ökologischen Weinbau und setzt damit die Tradition fort, die ihr Vater bereits Anfang der 1990er-Jahre als Verbandsmitglied von Naturland begonnen hat.

WOHLFÜHL-SIEGEL – SICHERHEIT BEI UNS!

Mit dem Wohlfühl-Siegel unterstützt die Bayern Tourist GmbH in Zusammenarbeit mit dem DEHOGA Bayern dessen Mitgliedsunternehmen, um dem Gast deutlich kenntlich zu machen, dass er sich in diesem Unternehmen sicher fühlen kann und die Gesundheit, Sicherheit und der Schutz der Gäste gewährleistet wird. Die Kosten für die Antragsprüfung und Bereitstellung des Siegels belaufen sich einmalig auf 49 Euro (zzgl. MwSt.). Das nötige Antragsformular sowie der Erhebungsbogen zur Selbstauskunft stehen auf der Homepage btg-service.de/wohlfuehl-siegel zum Download bereit.

Um die Teilnahme am Wohlfühl-Siegel zu beantragen, senden Sie das Antragsformular sowie den Erhebungsbogen ausgefüllt und unterzeichnet per Post, Fax oder Email an:

Bayern Tourist GmbH (BTG)
Tel. 089 28098-99
Fax 089 28099-31
E-Mail: info@btg-service.de

ABLAUF DER ZERTIFIZIERUNG

- Antragsformular und Erhebungsbogen ausfüllen und einreichen
- Erhalt der Rechnung über die Teilnahmegebühr
- Prüfung der Unterlagen durch die Bayern Tourist GmbH
- Nach positiver Prüfung der Selbstauskunft und Zahlungseingang, erfolgt die Zusendung des Logos sowie eines Aufklebers „Wohlfühl-Siegel“ zur werbewirksamen Nutzung.

DIE GESUNDHEIT DER GÄSTE ÖFFENTLICHKEITSWIRKSAM IN DEN FOKUS RÜCKEN

Berchtesgadener Land
Echt. Gut.

DIE KLEINEN FÜRS BUFFET

NEU

Unser milder Fruchtjoghurt in vier Sorten jetzt im 100 g Becher!

Herkunftsgarantie: Unsere Milch stammt aus der Berg- und Alpenregion zwischen Watzmann und Zugspitze.

Zeigen Sie Ihren Gästen und Kunden, dass Ihnen Herkunft, Qualität und Nachhaltigkeit wichtig sind!

HERGESTELLT IM BERCHTESGADENER LAND – Milch aus der Alpenregion

Für mehr TIERWOHL

WIR GARANTIEREN EINEN FAIREN MILCHPREIS für unsere Landwirte

www.bergbauernmilch.de