

Gastgeber Bayern

Das Magazin
für Gastronomie und
Hotellerie

#02

Ausgabe 2022

DEHOGA Bayern

**MITARBEITERGEWINNUNG
UND -BINDUNG**

Gastro-Frühling 2022
des DEHOGA Bayern
Seite 6

Interview mit Ulrike Scharf,
Staatsministerin für Familie,
Arbeit und Soziales
Seite 22

Neue gastgewerbliche
Ausbildungsberufe
ab August 2022
Seite 38

RE : GUEST



**Ich weiß,
was dein Gast
letzten Sommer
getan hat.**

**Ich bin Re:Guest.
Der digitale Zimmerverkäufer
für das Hotel der Zukunft.**

www.request.io



In serviceorientierten Branchen wie dem Gastgewerbe steht und fällt der Unternehmenserfolg mit einem motivierten, gut ausgebildeten und ausgeglichenen Team. Dabei gehört der vielzitierte „Fachkräftemangel“ seit jeher zu den großen Herausforderungen in Hotellerie und Gastronomie. Freilich haben die Entwicklungen der Covid 19-Pandemie und die damit verbundenen Einschränkungen des Gastgewerbes diese Problematik alles andere als verbessert.

Qualifizierte Mitarbeitende zu gewinnen und sie im Unternehmen zu halten, ist zu einer der größten Aufgaben für Hotels, Restaurants und Gaststätten geworden. Dabei ist das Gastgewerbe noch immer die schönste Branche der Welt, die für jedes Talent einen Platz bietet. Sicherlich müssen in einigen Bereichen Reformen erfolgen, so etwa bei Lohn und flexiblen Arbeitszeiten. Dennoch arbeiten wir dort, wo andere feiern, entspannt zusammenkommen oder Urlaub machen, und bereiten unseren Gästen unterhaltsame, erholsame und gesellige Stunden. Wie diese und weitere Vorzüge unserer Branche auch für künftige Bewerber und Auszubildende aktiv kommuniziert werden können, um die Attraktivität der gastgewerblichen Berufe auch in der öffentlichen Wahrnehmung zu steigern, ist

eines der Hauptthemen dieser Ausgabe. Was ein gutes Team unter anderem ausmacht, darüber sprachen wir in diesem Heft mit Tim Raue, einem der bekanntesten Gastronomen Deutschlands. Bayerns Arbeitsministerin Ulrike Scharf betont im exklusiven Interview in dieser Ausgabe unter anderem die Wichtigkeit der dualen Ausbildung sowie die vielen Möglichkeiten der Talentförderung in der Branche und nimmt dabei auch ausländische Fachkräfte in den Fokus. Und selbstverständlich kommen auch die Mitarbeiter selbst zu Wort und erklären, warum ihnen auch die Hotelklassifizierung Orientierung bei der Stellensuche gibt.

Außerdem finden Sie in diesem Magazin konkrete Tipps für die Gewinnung und Bindung fachkundiger Mitarbeiter, Hintergründe zu einer wertschätzenden Ausbildung, einen Einblick in den Fachkräftenavigator und einen Überblick über die Neuordnung der gastgewerblichen Ausbildungsberufe. Und auch nützliche Hilfestellungen für Ihren Betrieb zur Verbesserung der Preiskalkulation sowie eine süße Liebeserklärung an das Gastgewerbe von Véronique Witzigmann dürfen in dieser Sommerausgabe nicht fehlen. Doch lesen Sie selbst...

Angela Inselkammer
Präsidentin des DEHOGA Bayern

Dr. Thomas Geppert
Landesgeschäftsführer des DEHOGA Bayern



DEHOGA Bayern

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

Inhalt

Ausgabe 02/2022

06	Aus dem Landesverband	
	Gastro-Frühling 2022 des DEHOGA Bayern	Seite 06
	Der Mehrweg-Countdown läuft	Seite 10
	DEHOGA Bayern im Gespräch	Seite 12
	DEHOGA Bayern unterstützt Geflüchtete mit Unterkunft und Arbeitsstellen	Seite 15

17	Mitarbeitergewinnung und -bindung	
	Engagierte Mitarbeiter finden und binden	Seite 17
	Im Gespräch mit Sternkoch Tim Raue	Seite 18
	Interview mit Ulrike Scharf, Staatsministerin für Familie, Arbeit und Soziales	Seite 22
	Social-Media-Kampagne des DEHOGA Bayern	Seite 25
	Kreativität, die sich auszahlt	Seite 26
	Professionelle Partnerschaften erhalten die Gesundheit	Seite 27
	Im Gespräch mit Trendexperte und Speaker Pierre Nierhaus	Seite 28

Aus Gründen
der besseren Lesbarkeit
wird in *Gastgeber Bayern* bei Personen-
bezeichnungen und personenbezogenen
Hauptwörtern auf die gleichzeitige Verwen-
dung 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.

Vom Mitarbeiter zum Mitstreiter	Seite 31
Hotelsterne – ein Zugpferd für die Mitarbeitergewinnung	Seite 32
Im Gespräch mit Prof. Dr. Julian Nida-Rümelin	Seite 34
Eine bewusste Außendarstellung lockt Gäste und potenzielle Mitarbeiter	Seite 37
Neue gastgewerbliche Ausbildungsberufe ab August 2022	Seite 38
Die Arbeitswelt der Zukunft	Seite 40
Eine durchdachte Speisekarte kann die Umsätze spürbar steigern	Seite 45
Schulpartnerschaften und Mitarbeitergespräche	Seite 44
Seminarangebote der Bayern Tourist GmbH	Seite 45
Wie die Jungen Gastgeber Mitarbeiter gewinnen	Seite 46

Bayern und die Welt

48

Sehenswürdigkeiten für Augen und Ohren	Seite 48
Ein Dinner im eigenen Wohnmobil	Seite 50
Hochwertige Fachbücher zu gewinnen	Seite 52

Auf einen Cappuccino mit...

54

Aktuelle Ausstellung bis Dezember 2022 in Regensburg	Seite 56
Ansprechpartner Impressum	Seite 57
Ein Erfolgsrezept von Star-Motivationstrainerin Daniela Ben Said	Seite 58

Wussten Sie schon...

... dass circa 95 Prozent der Unternehmen soziale Medien nutzen, um hierdurch Mitarbeiter zu gewinnen?

... dass engagierte Kellner mehr Umsatz bringen? Bei tatkräftigerem Personal werden mehr Nachtische und alkoholische Getränke gekauft.

... dass im Bereich der Arbeitszeiten neue Wege eingeschlagen werden, zum Beispiel die 4-Tage-Woche?

... dass „New Work“ ein zukunftsweisendes Arbeitsmodell ist, das Arbeit mit mehr Freiheit und Selbstbestimmung verbindet?

... dass Wertschätzung beim Gegenüber Glückshormone auslöst?

... dass 2021 rund 198.5000 Beschäftigte im deutschen Gastgewerbe gearbeitet haben?

... dass Personalkosten im Gastgewerbe bis zu 35 Prozent der Gesamtkosten ausmachen?

... dass in der Beherbergungsbranche weltweit 55 Prozent der Beschäftigten weiblich sind?







GASTRO-FRÜHLING 2022 DES DEHOGA BAYERN

„Bayern steht für Gastlichkeit und Gemütlichkeit!“

Rund 2.500 Gäste des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbands DEHOGA Bayern haben sich beim Gastro-Frühling 2022 erstmals seit Ausbruch der Corona-Pandemie wieder im großen Stil getroffen. Die Mitglieder des Verbands aus Hotellerie und Gastronomie setzten beim Volksfest der Branche ein deutliches Zeichen für den Neustart, auch wenn die Folgen der Krise und die Ausläufer des Ukraine-Krieges deutlich spürbar sind und bleiben. Selbst Ministerpräsident Dr. Markus Söder sowie Teile seines Kabinetts ließen es sich nicht nehmen, gemeinsam mit der bayerischen Gastronomie in eine Zeit nach den bisweilen harten politischen Auflagen der Corona-Politik zu starten, die nicht selten auf Kosten der Gastronomie und Hotellerie gingen.



DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer ging in ihren eröffnenden Worten neben Corona und Ukraine auch auf andere Probleme ein, die die Branche beschäftigen: So stelle der Mitarbeitermangel eine große Herausforderung für das Gastgewerbe dar und auch die momentan steigenden Preise bei Energie und Lebensmitteln würden für Wirte und Gäste gleichermaßen spürbar bleiben. Doch trotz der noch immer merklichen Folgen der Corona-Krise und der neuen Herausforderungen in Zusammenhang mit dem Ukraine-Krieg stimmte die DEHOGA Bayern-Präsidentin die anwesenden Gastgeber zuversichtlich: „Wir jammern nicht, wir handeln. Wir werden noch besser kalkulieren lernen müssen und uns um loyal mitarbeitende Fachkräfte kümmern und darum, wie wir sie noch mehr wertschätzen können.“

POSITIVE SIGNALE FÜR DIE BRANCHE

Ministerpräsident Dr. Markus Söder lobte das Gastgewerbe in seiner Rede für sein Durchhaltevermögen und sein Engagement bei der Umsetzung der hygienerechtlichen Vorschriften im gastgewerblichen Alltag. An der politischen Unterstützung für die Branche ließ er keinen Zweifel. Mit der Entfristung der bisher noch reduzierten Mehrwertsteuerreduzierung auf Speisen und deren geplanter Ausweitung auf Getränke setze sich der Ministerpräsident persönlich für zwei Kernforderungen des DEHOGA Bayern ein. In beiden Punkten versicherte Söder der Branche volle Unterstützung. Auf dem GastroFrühling des DEHOGA Bayern betonte Söder: „Bayern steht für Gastlichkeit und Gemütlichkeit! Gemeinsam haben wir die schwierige Coronazeit überstanden, allein der Freistaat hat die Branche mit rund 4 Milliarden Euro unterstützt. Mein Dank an den DEHOGA mit seiner Präsidentin Angela Inselkammer. Der Verband steht für unser Land.“



Wir bedanken uns für die Unterstützung von:



FLEXIBILISIERUNG DER ARBEITSZEITEN

Im Zusammenhang mit der Gewinnung junger Arbeitskräfte sprach sich Inselkammer unter anderem für die Flexibilisierung der Arbeitszeit aus: „Es ist nicht verständlich und extrem ungerecht, dass wir in unserem Land Homeoffice für jeden als Recht einführen wollen, aber den Menschen, die für Menschen arbeiten und deshalb immer vor Ort sein müssen, das Recht absprechen, sich ihre Arbeitszeit in der Woche selbst einzuteilen. Für die Vereinbarkeit von Beruf und Familie wäre das essenziell.“ Eine weitere Hürde betonte die Präsidentin in den hohen bürokratischen Auflagen, die Bayerns Gastgeber in einem selbstverantwortlichen Handeln hindern.

MEHR EIGENVERANTWORTUNG STATT POLITISCHE VORGABEN

Inselkammer appellierte an die anwesenden Politiker, neben Arbeitsministerin Ulrike Scharf und Justizminister Georg Eisenreich sowie den Entbürokratisierungsbeauftragten Walter



Nussel, insbesondere an Ehrengast Ministerpräsident Dr. Markus Söder und Gesundheitsminister Klaus Holetschek, in Hinblick auf die Corona-Maßnahmen zukünftig auf Eigenverantwortung zu setzen und wieder eine verlässliche Perspektive zu schaffen. Dass für eine langfristige Stärkung der Branche auch die dauerhafte Senkung der Mehrwertsteuer auf Speisen und Getränke unabdingbar und dringend notwendig ist, ist für die Landespräsidenten unumstößlich.

Einen weiteren Schwerpunkt setzte Inselkammer auf das Thema Nachhaltigkeit, das nicht nur, aber vor allem die junge Generation bewege. Ebenso stehe der durch Corona zusätzlich angetriebene Resonanztourismus im Fokus, um die Gäste damit verstärkt emotional zu erreichen. Der GastroFrühling 2022 stand vor allem im Zeichen des Aufbruchs und so betonte auch Inselkammer zum Abschluss ihrer Rede nochmals: „Lasst uns stark nach vorne schauen und gehen! Lasst uns Teil einer wunderbaren Zukunft sein!“



Gemeinschaft und Geschlossenheit auf dem Gastro-Frühling 2022 (v. l.): Thomas Förster, 1. Vizepräsident des DEHOGA Bayern, der Entbürokratisierungsbeauftragte der Bayerischen Staatsregierung Walter Nussel (verdeckt), der Bayerische Gesundheitsminister Klaus Holetschek, DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer, Bayerns Ministerpräsident Dr. Markus Söder, DEHOGA Bayern-Landesgeschäftsführer Dr. Thomas und der 2. Vizepräsident des DEHOGA Bayern, Andreas Brunner.



WEICHEN FÜR GESETZLICHE ÄNDERUNGEN SCHON FRÜHZEITIG STELLEN

DER MEHRWEG-COUNTDOWN LÄUFT

In Deutschland entstehen durch Takeaway-Einwegverpackungen täglich rund 770 Tonnen Verpackungsmüll. Während des Lockdowns mit dem damit verbundenen Boom des Take-away-Geschäfts waren es wahrscheinlich noch mehr. Für wiederverwendbare Kaffee-To-Go-Becher haben sich bereits einige Systeme etabliert. Auch für die Mitnahme von Speisen werden Mehrwegverpackungssysteme angeboten.

Da ab Januar 2023 das Verpackungsgesetz erweitert wird und so zusätzlich neben Einwegbehältern auch Mehrweggeschirr für Fast Food- und To-Go-Essen in der Gastronomie angeboten werden muss, ist es jetzt wichtig, sich mit dem Thema zu befassen. Der DEHOGA Bayern informiert seit dem Jahr 2020 über die Mehrweg-Regelung und steht Mitgliedern und Kommunen bei Fragen zur Seite. Umfassende Informationen bietet der Verband unter untenstehendem QR-Code an.

GESETZLICHE GRUNDLAGEN IN ZWEI SCHRITTEN

Seit dem 3. Juli 2021 ist in der ganzen EU bereits die Produktion und der Handel mit Wegwerfprodukten aus Kunststoff, wie Einweggeschirr, To-Go-Becher und Fast-Food-Verpackungen aus Styropor, Trinkhalme, Rühr- und Wattestäbchen und Luftballonhalter verboten.

Ebenfalls nicht mehr erlaubt sind Einweggeschirr und -becher aus biobasierten oder biologisch abbaubaren Kunststoffen oder diese aus Pappe, die zu einem geringen Teil aus Kunststoff bestehen beziehungsweise mit Kunststoff überzogen sind.

Im zweiten Schritt werden ab 1. Januar 2023 Caterer, Lieferdienste und Restaurants EU-weit verpflichtet, Mehrwegbehälter als Alternative zu Einwegbehältern für Essen und



FÜR WEITERE
INFORMATIONEN SCANNEN!

Getränke zum Mitnehmen und Bestellen anzubieten. Eine Ausnahme hiervon besteht lediglich für kleine Betriebe mit maximal fünf Beschäftigten und maximal 80 Quadratmetern Verkaufsfläche. Aber natürlich darf auch jeder umweltbewusste Gastronom seinen Gästen in einem kleinen Betrieb ein Mehrwegsystem anbieten.

WAS BEDEUTET DIES FÜR DIE GASTGEBER?

Für Gastronomiebetriebe, die größer als 80 Quadratmeter sind und mehr als fünf Mitarbeiter beschäftigen, bedeutet dies, dass sie ab Januar 2023 ihren Kunden Mehrwegbehälter als Alternative zu Einwegbehältern zum Mitnehmen und Bestellen anbieten müssen. Diese Alternative darf nicht teurer als Einwegverpackungen sein. Bitte befassen Sie sich im Rahmen Ihrer Umwelt- und Nachhaltigkeitsstrategie Ihres Betriebs bestenfalls jetzt schon mit der Anschaffung eines Mehrwegsystems, denn die Zeit läuft. Es gibt für jeden Gastronom das passende System mit Pfand oder als Pool-Lösung. Bitte binden Sie Ihre Mitarbeiter aktiv ein, denn der Gast sollte im besten Fall die Speisen und Getränke im Mehrwegsystem bei Ihnen kaufen. Nutzen Sie Werbeartikel der Hersteller (Plakate an der Eingangstür, Flyer, Social Media) zur Information und Sensibilisierung Ihrer Gäste. Ob Sie Einwegverpackungen gänzlich abschaffen wollen, liegt in Ihrer unternehmerischen Entscheidung und Präferenz Ihrer Gäste.

Zusätzlich soll die Kundschaft darauf hingewiesen werden, dass sie ihre Speisen und Getränke auch in selbst mitgebrachte Behältnisse abfüllen können. Hierauf sollen Kunden deutlich hingewiesen werden. Allerdings müssen diese den hygienischen Standards entsprechen.

Tipp: Beraten Sie sich mit weiteren Gastgebern in Ihrer Stadt oder Gemeinde. Vielleicht finden einige in Ihrer Region ein passendes System für Ihre Gäste. Denn der Gast möchte seine Mehrwegverpa-

ckungen auch wieder problemlos abgeben können, bestenfalls hat er hierfür mehrere Gastgeber in seiner Nähe. Kommunen organisieren mit Unterstützung des DEHOGA Bayern auch für Gastgeber regionale Informationsveranstaltungen mit den Mehrwegherstellern. 

HÄUFIGE FRAGEN ZUR ANSTEHENDEN MEHRWEG-PFLICHT

Ab wann müssen Gastronomen ein Mehrwegsystem anbieten?

Ab 1. Januar 2023

Was geschieht dann mit noch vorhandenen Einwegverpackungen?

Diese können Sie aufbrauchen und auch weiterhin als Alternative nutzen.

Wo kann ich mich über Mehrwegsysteme informieren?

Auf der DEHOGA Bayern Homepage unter www.dehoga-bayern.de/aktuelles/fachbereich-gastronomie/mehrweg/

Wie lange ist der Lebenszyklus einer Mehrwegverpackung?

Die DEHOGA Bayern-Partner beziffern diese mit circa 200 Füllungen bis zu 500 Füllungen, je nach Hersteller.

Gibt es ein Förderprogramm in Bayern?

Derzeit nicht, sprechen Sie mit dem jeweiligen Wirtschafts- oder Klimareferenten in Ihrer Stadt oder Gemeinde darüber.

Welche Alternative gibt es zu Pfand-Systemen?

Es gibt Hersteller, die einen QR-Code anbieten, den sowohl der Gast als auch der Gastgeber mit dem Smartphone nutzen kann. Dem Gast entstehen keine zusätzlichen Kosten. Die Mehrwegverpackungen können dann innerhalb von 14 Tagen zurückgebracht werden.

Muss ich kundeneigene Behälter akzeptieren, wenn diese verschmutzt sind?

Nein, wenn die hygienischen Bedingungen nicht passen, können Sie diese Behälter ablehnen.

Muss der Gast die Behälter immer bei mir abgeben?

Nein, einige Hersteller haben digitale Übersichten für die Gäste, wo das jeweilige Mehrweggeschirr alternativ abgegeben werden kann.

MEHRWEGPARTNER DES DEHOGA BAYERN

Der DEHOGA Bayern hat viele Mehrwegsysteme für das Gastgewerbe kennengelernt und eingehend geprüft. Nach Abwägung aller Bewertungskriterien konnten diese drei Partner gewonnen werden:

- Premium-Partner: Recircle Deutschland
- Kompetenz-Partner: Vytal
- Förder-Partner: Recup/Rebowl

Auf unserer Mehrweg-Seite im Internet finden Sie detaillierte Informationen zu jedem der Partner. Alle Hersteller unterstützen Sie bei der Werbung mit Plakaten, Flyern oder auch in der digitalen Darstellung auf Social Media.

1. Bayerisch-Vietnamesische Ausbildungskooperation im Gastgewerbe

Die ersten vietnamesischen Auszubildenden sind in Bayern. Auf dem Einführungs-Event in den Eckert Schulen in Regensburg begrüßten die Kooperationspartner DEHOGA Bayern und die Agentur V-Unité Bayern die neuen Auszubildenden. Danach reisen die vietnamesischen Auszubildenden in ihre Ausbildungsbetriebe weiter – alles Hotels und Restaurants in Bayern.



Wahlen des Tourismus Oberbayern München e.V.

Neben Präsident Klaus Stöttner wurde auch DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer erneut als Vizepräsidentin des Tourismus Oberbayern München (TOM) e.V. für drei Jahre wiedergewählt.

Spargeleröffnung 2022

In Vertretung von Landwirtschaftsministerin Michaela Kaniber eröffnete DEHOGA Bayern-Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert die Abensberger Spargelsaison. Spargel genießt als erstes heimisches Gemüse im Frühjahr bei den Verbrauchern eine hohe Wertschätzung und ist aufgrund der Regionalität sehr gefragt.

Eröffnung der Bayernausstellung „Wirtshaussterben? Wirtshausleben!“

Gemeinsame Eröffnung der Wirtshausausstellung mit dem bayerischen Ministerpräsidenten Dr. Markus Söder, Hubert Aiwanger, Staatsminister für Wirtschaft, Energie und Technologie von Bayern sowie DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer. Vom 30. April bis 11. Dezember findet im Haus der Geschichte in Regensburg die Bayernausstellung zur Wirtshauskultur statt.

11. Ausbildungsbotschaftertag

Austausch mit dem Bayerischen Verein für Heimatpflege

DEHOGA Bayern-Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert gemeinsam mit Frank-Ulrich John, Geschäftsführer Kommunikation des DEHOGA Bayern, im Gespräch mit dem Geschäftsführer des Bayerischen Landesvereins für Heimatpflege, Dr. Rudolf Neumaier, über Brauchtum und Wirtshauskultur.

Beim 11. Ausbildungsbotschaftertag des bayerischen Gastgewerbes, der traditionell vom DEHOGA Bayern in Kooperation mit dem Bayerischen Industrie- und Handelskammertag (BIHK) durchgeführt wird, lautete das Motto „Wir starten durch – Wer, wenn nicht wir?“. Um Auszubildende für die neuen Ausbildungsberufe ab Herbst 2022 zu gewinnen, stand dabei die Ausbildungskampagne der Branche im Fokus.



Im Gespräch mit dem Bayerischen Bauernverband

DEHOGA Bayern-Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert im Gespräch mit Walter Heidl, Präsident des Bayerischen Bauernverbandes, und Stefan Koehler, Bezirkspräsident Unterfranken.

Filmpräsentation „Wirtshaussterben? Wirtshausleben!“

Zur aktuellen Ausstellung im Haus der Bayerischen Geschichte „Wirtshaussterben? Wirtshausleben!“ wurde im Rahmen einer Pressekonferenz der Film mit anschließender Podiumsdiskussion präsentiert. Zur Wirtshauskultur diskutierten (v.l.) Journalist und Filmemacher Dr. Michael Bauer, Angela Inselkammer, Präsidentin des DEHOGA Bayern, Stefan Dettl, Frontmann der Gruppe LaBrassBanda und Dr. Richard Loibl, Direktor des Hauses der Bayerischen Geschichte.

Internorga 2022 in Hamburg

Ralf Barthelmes, Präsidiumsmitglied des DEHOGA Bayern, gemeinsam mit Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert zu Gast auf der Internorga in Hamburg.



Tag des Bayerischen Bieres 2022

Der Bierbrunnen in München sprudelte zum „Tag des Bayerischen Bieres“ mit drei verschiedenen Biersorten. Mit dabei waren (v.l.) Barbara Radomski, Geschäftsführerin BayTM, Landwirtschaftsministerin Michaela Kaniber, Dr. Thomas Geppert, Landesgeschäftsführer DEHOGA Bayern, und Georg Schneider, Präsident des Bayerischen Brauerbundes e.V.



Austausch mit Ulrike Scharf

Ulrike Scharf, Staatsministerin für Familien, Arbeit und Soziales, im Austausch mit DEHOGA Bayern-Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert über die Flexibilisierung der Arbeitszeit.



CSU-Parteitag 2022

Auf dem gemeinsamen Stand mit wichtigen Vertretern des Bayerischen Bauernverbandes, Werkfeuerwehrverbandes Bayern e.V., Handelsverbandes Bayern e.V. sowie des Bayerischen Heilbäder-Verbandes e.V. und des Landesinnungsverbandes für das bayerische Fleischerhandwerk konnte der DEHOGA Bayern seine Interessen auf dem CSU-Parteitag in Würzburg einbringen.

Mehrweg-Offensive in Bayern

Das Bayerische Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz und der Bayerische Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern unterstützen Kommunen und Gastronomie aktiv bei der Umsetzung von Mehrwegangeboten. Mehrweganbieter sowie Vertreter der Abfallwirtschaft und von Kommunen haben sich dazu bei einem „Runden Tisch“ ausgetauscht. Mit dabei waren Präsidiumsmitglied Monika Poschenrieder, Christian Schottenhamel, Bezirksvorsitzender Oberbayern, sowie Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert und Daniela Ziegler, Kreisgeschäftsführerin für München.

GEMEINSAM SIND WIR STARK

DEHOGA BAYERN UNTERSTÜTZT GEFLÜCHTETE MIT UNTERKUNFT UND ARBEITSSTELLEN

Schon Anfang März 2022 hatte der DEHOGA Bayern seine Hoteliers und Gastronomen aufgefordert, freie Übernachtungsmöglichkeiten, aber auch Beschäftigungsangebote für geflüchtete Ukrainerinnen und Ukrainer zu melden.

DIE RESONANZ WAR ÜBERWÄLTIGEND:

- 617 Hotels und Gastronomiebetriebe boten Unterkunft für
- 7.923 Erwachsene und
- 3.987 Kinder sowie für
- 709 Personen Arbeitsplätze an.



Mit der Kombination aus Unterkunft und Arbeit konnten vielen ukrainischen Flüchtlingsfamilien mit Kindern in ganz Bayern nicht nur eine neue Bleibe, sondern gleich auch eine neue Existenz geboten werden, die Gastronomen gewannen neue Mitarbeiter und Freunde. Die

bayerisch-ukrainische Kampagne unterstützt unter anderem Hotelier und Vizepräsident des DEHOGA Bayern Andreas Brunner (Bild), Natur- Wohlfühlhotel Brunner Hof, Arnschwang, „denn wir bayerischen Gastgeber verstehen uns bestens auf Integration. Ich selbst habe mehr als ein Dutzend Nationalitäten bei meinen Mitarbeitern im Hotel. Wir leben tagtäglich dieses internationale Miteinander als großes Team ohne nationale Vorbehalte.“

Hilfreich waren bei diesem Prozess unter anderem die bayerischen Arbeitsagenturen und die zweisprachige vbw Online-Plattform Sprungbrett-into-work mit weitergehenden Informationen rund um das Thema „Einstellung von ukrainischen Geflüchteten“. Letztere bietet obendrein eine deutsch-ukrainische Hotline von Montag bis Freitag von 8.00 bis 18.00 Uhr unter +49 (0)89-189 552 91 11 oder hotline@sprungbrett-into-work.de an. 

EXKLUSIVE INFORMATIONEN FÜR MITGLIEDER

Auch der DEHOGA Bayern bietet seinen Mitgliedern gebündelte Informationen zum Thema „Unterstützung und Integration ukrainischer Geflüchteter“ im Mitgliederbereich unter www.dehoga-bayern.de/ukraine/.

aroma*tisch*
bomba*tisch*
fanta*tisch*
kosmopolit*tisch*
empath*tisch*

Ein großer Tisch, viele offene Menschen. Egal, ob man spontan Gesellschaft sucht oder grundsätzlich den Austausch schätzt – am MISCH*tisch* ist endlich wieder ein Platz für Gemeinschaft und Gespräche frei.

Der MISCHtisch ist eine bayernweite Kampagne, die Gastronomien unterstützt, einen Gemeinschaftstisch unter einheitlichem Label anzubieten. Als Mitmischende erhalten Sie mit dem Starterpaket den Grundstein für die Einrichtung Ihres Mischtschs. Außerdem werden Sie in der offiziellen MISCHtisch-Karte verortet und auf den Social Media Kanälen der Kampagne genannt. Der Preis des Starterpakets beträgt 120 Euro brutto. Mitglieder des DEHOGA Bayern erhalten das Paket zu einem vergünstigten Preis in Höhe von 90 Euro.

Jetzt mitmachen!
Weitere Informationen
unter misch-tisch.de

MISCH*tisch*
www.misch-tisch.de

DIE CORONA-PANDEMIE HAT BESTEHENDE PROBLEME VERSCHÄRFT, ANSTATT NEUE ZU SCHAFFEN

Engagierte Mitarbeiter finden und binden

Die derzeitige Situation für das Gastgewerbe ist wahrlich nicht leicht: Es ist ein steter Spagat zwischen der Wirtschaftlichkeit des eigenen Unternehmens, der Zufriedenheit der Belegschaft und dem Angebot konkurrenzfähiger Preise. Dieser Drahtseilakt wurde durch die Corona-Pandemie und die damit verbundenen Auswirkungen auf das Gastgewerbe und alle zuliefernden Branchen zusätzlich erschwert. Denn neben gestiegenen Produktions- und Produktkosten, welche die Wirtschaftlichkeit ganzer Speisekarten binnen Monaten in Frage stellten, und Belastungen der Branche durch politische Maßnahmen der Corona-Bekämpfung ist auch der Fachkräftebedarf der Branche so hoch wie selten.

Darum befasst sich diese *Gastgeber Bayern*-Ausgabe intensiv mit der Gewinnung und Erhaltung qualifizierten Personals. Denn die künftige Generation der Hoteliers und Gastwirte bildet die Basis für ein erfolgreiches Gastgewerbe von morgen. Doch woran liegt es eigentlich, dass die Gewinnung fachkundiger Mitarbeiter schon vor Corona ein geradezu immerwährenderes Thema des Gastgewerbes war? Welche Voraussetzungen müssen überdacht werden, um heute mehr junge Mitarbeiter als bisher von den Vorzügen der Branche zu überzeugen? Und wie gelingt es, ein aufgeschlossenes und funktionierendes Team am Laufen zu halten, um nicht in einigen Monaten wieder auf Mitarbeitersuche gehen zu müssen?

Diese Fragen beantwortet *Gastgeber Bayern* in einer Reihe hintergründiger – und bisweilen auch kontroverser – Beiträge. Während Prof. Dr. Julian Nida-Rümelin im exklusiven Gespräch mit dem *Gastgeber Bayern* eine gute Entwicklung darin sieht, dass insbesondere bei jungen Generationen mehr Wert auf ein erfülltes Leben gelegt wird, stellt Starkoch Tim Raue klar, dass außergewöhnliche berufliche Erfolge mit einer Vier-Tage-Woche schlicht nicht zu erreichen seien. Auf den Folgeseiten werfen wir einen gemeinsamen Blick auf die komplexen Zusammenhänge zwischen wirtschaftlicher Rentabilität, einer gezielten Außenwirkung, der gekonnten Mitarbeitermotivation, der Rolle des Gastgewerbes bei der Integration zugereister Mitbürger und vieles mehr... 



„Ich habe noch keinen erfolgreichen Menschen kennengelernt, der vor allem in seinen jungen Jahren nicht richtig viel Zeit investiert hat. Mit sechs Stunden am Tag, an vier Tagen in der Woche kann man nichts Außergewöhnliches schaffen, das ist schlicht unmöglich.“

Tim Raue



IM GESPRÄCH MIT STERNEKOCHE TIM RAUE

„DAS SCHÖNSTE IM LEBEN IST ES DOCH, DAS WAS MAN HAT, MIT ANDEREN ZU TEILEN“

Der bekannte Sterne- und Fernsehkoch Tim Raue stammt aus einfachen Verhältnissen und führt trotz seiner medialen Prominenz ein bodenständiges Leben. Den harten und steilen Weg von der Ausbildung zum Starkoch hat er selbst bereits hinter sich. Im Gespräch mit *Gastgeber Bayern* schildert er unter anderem, wie wichtig ein gutes Team für den beruflichen Erfolg und warum eine 4-Tage-Woche nicht vereinbar mit seinen beruflichen Ambitionen ist.

Lieber Herr Raue, Sie sind nicht nur einer der bekanntesten Köche Deutschlands, sondern Ihr Restaurant zählt zu den besten weltweit. Warum ist Ihre Liebe zu Ihrer Leidenschaft, dem Kochen, auch nach vielen Jahren und Herausforderungen wie der Pandemie nach wie vor so groß? Was macht die Branche aus?

Ich koche, weil es mein Beruf ist, weil ich das ganz gut kann und weil ich meine Berufung grundsätzlich nicht in Frage stelle. Ich habe mich dazu entschieden diesen sozialen Job zu machen, weil ich gerne etwas für andere Menschen tue und es mich erfreut, ihnen eine temporäre Freude mit einem unserer Gerichte zu machen. Als Gastronom sollte man generös sein, mit vollen Händen geben und einschenken. Denn das Schönste im Leben ist es doch, das was man hat, mit anderen zu teilen.

Welche Rolle spielt für Ihren Erfolg ein gutes Team?

Das Team ist essenziell, um das jeweilige Konzept administrativ und operativ umzu-

setzen. Ich sehe mich als Teil dieses Teams, meine Aufgaben sind genau wie bei allen anderen klar definiert. Ich kreierte mit den jeweiligen Köchen die Gerichte und nehme sie final ab, ich nutze zudem meine Möglichkeiten in der Öffentlichkeit, um alle Restaurants und Projekte möglichst bekannt zu machen.

Wie schaffen Sie es, Ihr Team zu derartigen Höchstleistungen zu begeistern?

Die Begeisterung und der innere Antrieb müssen bei jedem vorhanden sein. Wie ein guter Trainer gebe ich ihnen eine Struktur für ihre Aufgabe mit. Vor allem stärke ich meine Führungskräfte und lasse sie eigenverantwortlich arbeiten – in dem Wissen, dass ich jederzeit bei Problemen für sie da bin, um mit ihnen Lösungen zu finden. Und ich stehe jederzeit an ihrer Seite, vertraue ihnen. Wenn ich korrigierend eingreife, dann unter vier Augen.

Das Gastgewerbe kämpft derzeit mit massiven Herausforderungen bei der Mitarbeiter-suche. Worauf legen Mitarbeiter Ihrer Sicht nach heutzutage besonders großen Wert?

Die Frage ist nicht einfach zu beantworten, denn das was die Generation der 16 bis 25-jährigen öffentlich einfordert – Work-Life-Balance und eine Vier-Tage-Woche sowie ständige Auszeiten – das ist unternehmerisch nicht zu leisten. Ich habe auch noch keinen erfolgreichen Menschen kennengelernt, der vor allem in seinen jungen Jahren nicht richtig viel Zeit investiert hat. Mit sechs Stunden am Tag, an vier Tagen in der Woche kann man nichts Außergewöhnliches schaffen, das ist schlicht unmöglich. Das Einzige, was man in seinen jungen Jahren reichlich hat, ist Zeit. Und die sollte man nutzen, um sich Wissen anzueignen, in einem handwerklichen Beruf kann man das zu 30 Prozent in der Theorie – den Rest muss man sich mit praktischer Arbeit beibringen. Ich bin ein leistungsorientierter Mensch und suche nach Gleichgesinnten. Was ich den Mitarbeitern anbiete ist eine strahlende Zukunft, weil sie bei uns gefördert und gefordert werden, weil wir sie stetig weiterentwickeln und sie mit Wissen und Fachkenntnissen ausstatten.

Vor welche Herausforderungen stellt das die Unternehmer und wo ist vielleicht ein Umdenken gefragt?



**BIS ENDE 2022
ANMELDEN**

Die Anmeldung zur Blitzlichtberatung kann bis Ende 2022 ganz unkompliziert über das Anmeldetool auf der Homepage www.wirtshauskultur.bayern/blitzlichtberatung erfolgen. Hier erhalten Interessierte auch weitere Informationen zum Thema.

BLITZLICHTBERATUNG DES BAYERISCHEN HOTEL- UND GASTSTÄTTENVERBANDS

KOSTENLOSE ANALYSE ZUR STEIGERUNG DER WIRTSCHAFTLICHKEIT

GERADE IN WIRTSCHAFTLICH SCHWIERIGEN ZEITEN IST ES WICHTIG, DAS EIGENE UNTERNEHMEN KRITISCH AUF FAKTOREN DER EFFIZIENZ UND WIRTSCHAFTLICHKEIT ZU PRÜFEN. HIERFÜR STEHT DER BAYERISCHE HOTEL- UND GASTSTÄTTENVERBAND SEINEN MITGLIEDERN IM RAHMEN SEINER „BLITZLICHTBERATUNG“ MIT RAT UND TAT ZUR SEITE. DIE BERATUNG SOLL DEN GASTGEBERN BAYERNS HELFEN, POTENZIALE, ABER AUCH SCHWACHSTELLEN DES EIGENEN BETRIEBS ZU ERKENNEN UND DIESE GEZIelt ZU BEHEBEN. GLEICHZEITIG SOLL SIE IMPULSGEBER FÜR NEUE IDEEN, KONZEPTE, MASSNAHMEN ODER KOOPERATIONEN SEIN.



ZUR PERSON:

Nach der Ausbildung von Tim Raue im Restaurant Chalet Suisse im Grunewald 1992 folgten Stationen im First Floor und mit 23 Jahren als Küchenchef im Restaurant Rosenbaum. 1998 ging er als Küchenchef zu den Kaiserstuben und wurde er zum Aufsteiger des Jahres (Der Feinschmecker) gewählt. 2002 wechselte er als Küchenchef zum Restaurant 44 im Berliner Swissôtel. 2007 kürte ihn der Gault-Millau zum Koch des Jahres. Seine Küche im 44 wurde mit einem Michelin-Stern und 18 Punkten im Gault-Millau ausgezeichnet. Ebenfalls 2008 wechselte er als Kulinarischer Direktor zu der zur Fundus-Gruppe gehörenden Adlon-Collection, die im Hotel Adlon fünf Restaurants betrieb. Im September 2010 eröffnete Raue Raue gemeinsam mit seiner Geschäftspartnerin Marie-Anne Wild in Berlin-Kreuzberg das Restaurant Tim Raue, dem 2012 vom Guide Michelin zwei Sterne verliehen wurden. 2012 erschien das Restaurant erstmals auf der „The World's 50 Best Restaurants“ Liste. Inzwischen belegt es dort Platz 31 und ist damit das einzige deutsche Restaurant in den Top 50. Vom renommierten Gourmetführer Gault&Millau wurde Raue zum „Restaurateur des Jahres 2014“ ausgezeichnet. Damit wird neben seiner Arbeit als Sternekoch auch seine Tätigkeit als Unternehmer ausgezeichnet. So sagt er selbst: „Mit dem Restaurant Tim Raue habe ich mir einen Lebensraum erfüllt – meine anderen Projekte bedeuten für mich jedoch kulinarische Freiheit und die Möglichkeit, meine vielen Ideen mit Hilfe meiner Küchenchefs voll auszuleben.“ Zurzeit zeichnet er als Kulinarischer Berater für die Brasserie Colette Tim Raue in München, Konstanz und Berlin, für die Hanami by Tim Raue Restaurants auf Schiffen der TUI Mein Schiff Flotte sowie für die Villa Kellermann in Potsdam verantwortlich. Tim Raue ist außerdem Markenbotschafter der METRO.

Man muss immer am Puls der Zeit sein, aber nicht jeden Trend mitmachen.

Corona hat nicht nur die Sicht der Mitarbeitenden auf die Branche verändert, sondern auch die der Gäste. Worin sehen Sie hier die größte Veränderung?

Ich sehe diese Veränderung vor allem bei den deutschen Gästen zwischen vierzig und siebzig Jahren, die haben sich in der Pandemie viel besser ernährt und im Supermarkt sehr gute Lebensmittel eingekauft. Sie sind deutlich anspruchsvoller, wenn sie in ein Restaurant gehen, was die Lebensmittelqualität angeht, das stärkt die ordentlichen Gastronomen.

Wenn Sie selbst einmal als Gast unterwegs sind, worauf legen Sie besonders großen Wert?

Ich trinke meinen Rotwein am liebsten aus Zwiesel Gläsern der Enoteca Serie, und in meinem Lieblingsrestaurants habe ich jeweils einen Karton davon, damit ich mich nicht mit schlechten Gläsern rumärgern muss. Da ich um die ganze Welt reise und ständig essen gehe, bin ich grundsätzlich ein entspannter Gast. Wenn ich glücklich und zufrieden bin, lobe ich und hinterlasse ein saftiges Trinkgeld. Wenn mir etwas nicht schmeckt, es aber dem Stil des Hauses entspricht, dann spare ich mir Kommentare dazu und gehe einfach nicht wieder hin. Handwerkliche Fehler, wie ein übergartes Stück Fleisch, spreche ich freundlich an und bitte um ein erneutes Gericht mit dem bestellten Gargrad. ☺

ONLINE-SHOP  WWW.BIRKENHOF-BRENNEREI.DE

TRADITIONELL
FEINE SPIRITUOSEN

holz fassgereift

Birkenhof
Brennerei
seit 1848



„Wer seine Beschäftigten jetzt qualifiziert, macht sich mit Fachkräften fit für die Zukunft“

Seit Ende Februar 2022 ist Ulrike Scharf bayerische Staatsministerin für Familie, Arbeit und Soziales. Im exklusiven Interview mit *Gastgeber Bayern* erläutert die Staatsministerin unter anderem die vielfach unterschätzten Perspektiven einer dualen Ausbildung im Gastgewerbe. Die Auswirkungen der Corona-Pandemie machen es für Betriebe der Gastronomie und Hotellerie nötig, aktiv um qualifiziertes Personal zu werben. Durch die zielgerichtete Weiterbildung in den Betrieben kann das Gastgewerbe die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft stellen, ist die Ministerin überzeugt.

Frau Ministerin, welchen Stellenwert hat die duale Ausbildung in unserer Gesellschaft?

Die duale Ausbildung hat zahlreiche Vorteile und ist ein Erfolgsgarant für die bayerische Wirtschaft. Auszubildende sind die Rohdiamanten unserer Betriebe. Menschen, die sich für eine duale Ausbildung entscheiden, lernen das Arbeitsumfeld direkt kennen, sammeln erste Erfahrungen, tragen vom ersten Tag an Verantwortung und sind für den Firmenerfolg des Unternehmens von großer Bedeutung. Ich selbst habe eine Ausbildung zur Bankkauffrau absolviert. Davon profitiere ich bis heute. Ohne eine duale Ausbildung und die Fachkräfte, die tagein und tagaus hervorragende Arbeit leisten, hätten wir nicht diesen Wohlstand im Freistaat. Deshalb ist die Antwort ganz einfach: Die duale Ausbildung hat einen riesigen Stellenwert. Das können wir nicht oft genug betonen.

Wie kann es gelingen, dass eine praktische und eine akademische Ausbildung in den Augen der Öffentlichkeit als gleichwertig anerkannt werden?

Damit muss man schon in der Kindertube anfangen. Wenn man bereits als Kind zu hören bekommt, dass man nur erfolgreich ist, wenn man studiert und eine akademische Laufbahn absolviert hat, wird man diesen Weg auch einschlagen. Das ist aber falsch und davon müssen wir uns befreien. Wir sind erfolgreich, wenn wir das finden, was uns Spaß macht und uns begeistert. Dessen müssen wir uns als Gesellschaft bewusst werden – und das müssen wir den jungen Menschen klar kommunizieren. Der Berufsorientierung und der Erforschung von eigenen Interessen und Stärken kommt eine besonders wichtige Rolle zu. Die berufliche Bildung ist extrem vielseitig und bietet spannende Tätigkeiten in den unterschiedlichsten Feldern.

Welche (Aufstieg)-Chancen bietet eine berufliche Ausbildung?

Viele meinen, mit der Gesellen- und der Meisterprüfung ist das Ende der Fahnenstange erreicht. Dabei fällt aber völlig unter den Tisch, dass die duale Ausbildung nur der erste Schritt ist. Es gibt vielfältige Aufstiegschancen im Bereich der beruflichen Bildung, mit denen man sich weiter spezialisieren und auf seinen prak-

tischen Fähigkeiten aufbauen kann. Und was die wenigsten wissen: Mit der Meisterprüfung kann man studieren. Auf dem Fundament einer beruflichen Ausbildung lassen sich die verschiedensten Lebensentwürfe verwirklichen.

Wo positioniert sich Bayern, um die duale Ausbildung zu stärken?

Kaum ein anderes Bundesland setzt sich so stark für die duale Ausbildung ein wie der Freistaat. Gerade weil die duale Ausbildung einen besonders hohen Stellenwert besitzt und den Wohlstand im Freistaat sichert, haben wir schon 2014 die „Allianz für starke Berufsbildung in Bayern“ gegründet. Hier sitzen wichtige Vertreter aus der beruflichen Bildung an einem Tisch und tauschen sich über die Herausforderungen und Chancen aus. Ziel war es, dass alle, die eine Ausbildung absolvieren möchten, auch einen Ausbildungsplatz bekommen. Und das haben wir geschafft. Derzeit kommen auf jede Bewerberin und jeden Bewerber rechnerisch 1,8 Ausbildungsstellen. Es gibt in Bayern über 65.000 offene gemeldete Berufsausbildungsstellen. Aus Sicht der Bewerberinnen und Bewerber ist jetzt der beste Zeitpunkt, ihren Traumberuf zu finden. ►



Wo könnte das Gastgewerbe und die Politik darüber hinaus gemeinsam ansetzen, um mehr Jugendliche für eine duale Ausbildung zu begeistern?

Nach zwei Pandemie Jahren müssen wir bei der Berufsorientierung wieder richtig Gas geben. Wir haben mit unserer Plattform BOBY eine digitale Möglichkeit geschaffen, mit der sich junge Menschen über die duale Ausbildung online informieren können. Aber auch die Berufsorientierung in Präsenz, also zum Mitmachen und Ausprobieren, ist sehr wichtig. Leider war das in der Pandemie-Zeit kaum möglich. Jetzt sind Praktika und Orientierungsmessen aber wieder durchführbar und die Bayerische Staatsregierung veranstaltet mit der „Berufsbildung 2022“ vom 12. bis 15. Dezember 2022 in Nürnberg die größte Berufsorientierungsmesse im ganzen deutschsprachigen Raum. Hier bietet sich für Betriebe die beste Gelegenheit, um mit den Nachwuchskräften von morgen in den Austausch zu gehen und von einer dualen Ausbildung oder einem Praktikum in ihrem Betrieb zu begeistern. Praktika sind wunderbare Gelegenheiten, Einblicke in Berufe und Betriebe zu bekommen. Ausprobieren ist hierbei das A und O.

Was spricht Ihrer Meinung nach besonders für eine berufliche Ausbildung im Gastgewerbe

Eine berufliche Ausbildung im Gastgewerbe ist so vielfältig wie die Kundinnen und Kunden selbst. Wer gerne mit den verschiedensten Charakteren arbeitet, ein gewisses Gastgeber-Gen in sich trägt, und auch dann cool bleibt, wenn es mal schnell gehen muss, ist dort genau richtig. Neben den verschiedensten sozialen Kompetenzen sind wirtschaftliche Kenntnisse und eine Hands-On-Mentalität gefragt. Ein derart breites Spektrum findet man nicht überall.

Wie können wir Flüchtende aus der Ukraine in den bayerischen Arbeitsmarkt integrieren?

Durch den furchtbaren Angriffskrieg Russlands auf die Ukraine gibt es eine große Fluchtbewegung gen Westen – auch nach Deutschland und Bayern. Die Ukrainerinnen und Ukrainer sind oft gut qualifiziert. Wir möchten diesen Menschen Perspektiven geben. Hierzu zählt auch die Integration in den Arbeitsmarkt. Um eine Tätigkeit aufzunehmen, ist oft die Anerkennung der jeweiligen ausländischen Berufsqualifikation erforderlich. Damit sich Geflüchtete im Vorhinein umfassend zum Verfahren und den Anforderungen informieren können, fördern wir Beratungsstellen zur Anerkennung ausländischer Berufsqualifikationen in Landshut, Ingolstadt, Würzburg, Regensburg und Bamberg. Bei den Berufen im Gastgewerbe, zum Beispiel als Hotelfachmann beziehungsweise -frau oder auch als Koch oder Köchin, sind Anerkennungsverfahren nicht zwingend notwendig, da die Berufsbezeichnungen nicht geschützt sind. In diesen Berufen können ausländische Fachkräfte also auch arbeiten, wenn sie kein förmliches Anerkennungsverfahren durchlaufen haben. Oft macht ein Anerkennungsverfahren aber Sinn, damit potenzielle Arbeitgeber das Können der jeweiligen Fachkraft besser einschätzen können. Für Fachkräfte kann eine anerkannte Berufsqualifikation auch Vorteile bei Gehaltsverhandlungen bringen.

Welche Vorzüge hat gerade eine Tätigkeit im Gastgewerbe?

Immer wenn ich in unserem schönen Freistaat in ein Hotel oder ein Restaurant gehe, bin ich von den freundlichen und zuvorkommenden Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern begeistert. „Dort zu arbeiten, wo andere Urlaub machen“ ist ja nicht nur ein schöner Spruch. Er trifft in Bayern absolut zu. Wenn man als Azubi oder als Fachkraft glückliche Menschen um sich herum sieht, ist das die schönste Bestätigung. Ich kann nur empfehlen, es selbst einmal auszuprobieren.

Wie kann es gelingen, das Gastgewerbe und seine Beschäftigten auf die Anforderungen der künftigen Arbeitswelt vorzubereiten? Welche Rolle übernimmt hier die Staatsregierung?

Auch im Gastgewerbe ist die Transformation längst angekommen. Digitale Technologien wie die Online-Tischreservierung oder elektronische Türschilder im Hotel bieten neue Möglichkeiten. Veränderte Arbeitsabläufe und -prozesse erfordern neue Skills. Das ist eine große Chance. Denn wer seine Beschäftigten jetzt qualifiziert, macht sich mit Fachkräften fit die Zukunft und hat einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil. Wir unterstützen Weiterbildungsaktivitäten mit unserem Pakt für berufliche Weiterbildung 4.0 unter anderem durch die kostenlose Beratung der Weiterbildungsinitiatorinnen und -initiatoren und das Portal www.kommweiter.bayern.de, das Interessierte direkt zu passenden Förder-, Beratungs- und Weiterbildungsangeboten führt. 



ZUR PERSON:

Nach ihrem Abitur und einer Ausbildung zur Bankkauffrau studierte Ulrike Scharf Betriebswirtschaftslehre in München und schloss dieses mit einem Diplom (FH) ab. Von 1992 bis 2014 war sie selbstständig im familieneigenen Unternehmen tätig. Seit 1995 ist Scharf Mitglied der CSU, in den Jahren 2006 bis 2008 sowie seit 2013 ist sie Mitglied des Bayerischen Landtags. Seit 2011 ist die Mutter eines erwachsenen Sohnes Mitglied im CSU-Parteivorstand. In die erste landespolitische Reihe trat sie erstmals als Bayerische Staatsministerin für Umwelt und Verbraucherschutz von 2014 bis 2018. Seit 23. Februar 2022 führt sie das Bayerische Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales.



WILLKOMMEN BEI DEN GASTGEBERN DER ZUKUNFT!

Eins haben uns die letzten zwei Jahre gezeigt: Ohne Gastgewerbe geht es nicht! Und ohne die engagierten und fleißigen Mitarbeiter erst recht nicht. Aus diesem Grund heißt es nun: „Willkommen bei den Gastgebern der Zukunft“! Die aktuelle Social-Media-Kampagne des DEHOGA Bayern hat das Ziel, einen Überblick über sämtliche Ausbildungsberufe der Hotellerie und Gastronomie in Bayern zu geben. Ob Spitzenhotels, Gourmet-Restaurants oder der Gasthof ums Eck, gesucht werden echte Macher in Bayern.

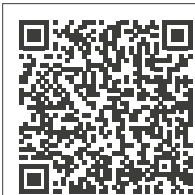


Mit Hilfe der Kampagne sollen die wesentlichen Ausbildungsinhalte, Hintergründe, Arbeitsabläufe, Merkmale und Charakteristika sämtlicher Ausbildungsberufe vermittelt werden. Interessierte Bewerber erhalten hier Einblicke hinter die Ku-

lissen, können mit althergebrachten Klischees aufräumen und die unterschiedlichen Facetten der Gastronomie und Hotellerie kennenlernen. Gelernte Köche, Fachkräfte oder Manager berichten in persönlichen Gesprächen über ihre Erfahrungen und besonderen Erlebnisse. Für die Veröffentlichung wird die volle Bandbreite der gängigen Social Media genutzt: von Facebook über Instagram und YouTube, bis hin zu Snapchat und TikTok. Gepostet werden Video- und Grafik-Formate, sowie Storys und Shorts.

Neben der Übersicht der Berufe soll allen Mitgliedern die Möglichkeit gegeben werden, ihre Ausbildungsberufe öffentlich zu platzieren. Durch den Launch einer eigenen Website mitsamt Filterfunktion der Ausbildungsberufe haben alle Mitglieder nun die Chance, sich und ihre Ausbildungen vorzustellen und direkt mit den Interessenten zu interagieren. Diese werden über Social Media direkt auf die Homepage geleitet.

Auf der Verbandswebsite des DEHOGA Bayern www.dehoga-bayern.de/gastgeber-der-zukunft sind alle Social-Media-Kanäle von „Gastgeber der Zukunft“ zusammengestellt. ☺



Der nebenstehende
QR-Code führt zum
TikTok-Kanal von
„Gastgeber der
Zukunft“



Für Genießer

Munich Dry Aged Beef



Unsere Fleischspezialitäten –
Genussvielfalt für Ihre Gäste

www.siegner-fleisch.de

ARBEITSPROZESSE NEU GESTALTEN UND RESSOURCEN OPTIMAL NUTZEN

Kreativität, die sich auszahlt

Neue Geschäftsfelder, akuter Personalmangel und ein erheblich gestiegener bürokratischer Aufwand fordern von den Unternehmen immer wieder, die eigene Organisation und Arbeitsabläufe anzupassen und zu optimieren. Insbesondere die Küchenorganisation stellt mit dem Fachkräftemangel und immer komplexeren Hygienestandards eine große Herausforderung dar. Aber wie schafft man es diese ins Tagesgeschäft zu integrieren?

Hier können die Betriebs- beziehungsweise die Küchenleitung mit Kreativität glänzen und starre Strukturen aufbrechen. Warum werden Fachkräfte mit Schreibarbeiten und HACCP-Listen beschäftigt, wenn deren so dringend benötigtes Know-how in der Küche verlangt wird? Hier bedarf es eines Umdenkens – es müssen nicht immer Köche sein, die sich um Organisatorisches kümmern. Quereinsteiger sind hier herzlich willkommen. Unabdingbar beim Delegieren dieser Aufgaben ist eine einwandfreie, kompetente Einweisung am besten in Kombination mit einer fachspezifischen Fortbildung.

Führungspersönlichkeiten, deren Stärken eher im operativen Geschäft liegen, sollten administrative Aufgaben wie die Dienstplangestaltung und Urlaubsplanung abgeben, ebenso Inventuren, Bestellungen und die Rechnungsbearbeitung oder Pflege der HACCP-Listen. Ausschlaggebend für die damit zusammenhängenden Optimierungen sollte ein Gespräch mit dem Team sein, in dem die wesentlichen Bedarfe besprochen werden. Vielleicht kann eine unbesetzte Stelle in der Küche und im Service eingespart werden, indem die aktiven Mitarbeiter entlastet werden. So können Tätigkeiten wie die Reservierungsannahme, Warenbestellungen, die Rechnungskontrolle,

die Pflege des Kassensystems und Schreibarbeiten auch von einer Fachkraft ohne einen fachlichen gastgewerblichen Hintergrund erledigt werden. Hier sind der Kreativität keine Grenzen gesetzt. „Schaffen Sie neue Stellen und kreieren Sie neue Berufsfelder!“ Denn wie sagte schon Charles Darwin: „Es ist nicht die stärkste Spezies, die überlebt, sondern eher diejenige, die am ehesten bereit ist sich zu verändern“. ☼

Christian J. Zwarg

Geschäftsführer Gastrocoach Bayern

DAS UNTERNEHMEN:

Die Gastrocoaches Bayern bieten eine individuelle Fachberatung für gastgewerbliche Betriebe an, um sie fit für die Zukunft zu machen. Nach einem ersten Orientierungsgespräch werden die Betriebe durch einen monatlichen Support bei Optimierungsprozessen unterstützt, um dadurch den langfristigen Unternehmenserfolg zu sichern. Zudem bieten die Gastrocoaches Bayern Schulungen für Mitarbeiter im Gastgewerbe an.
www.gastrocoach-bayern.de

VORTEILE FÜR DEHOGA BAYERN-MITGLIEDER

PROFESSIONELLE PARTNERSCHAFTEN ERHALTEN DIE GESUNDHEIT

Die DAK-Gesundheit gehört mit rund 5,5 Millionen Kunden zu Deutschlands größten Krankenkassen: Dabei unterstützt die Kasse ihre Kunden und deren Mitarbeiter auf vielfältige Weise, sowohl beim Gesundwerden, als auch beim Gesundbleiben – und das bereits seit Hunderten von Jahren.

Die DAK-Gesundheit wendet sich unter anderem an Unternehmen und Arbeitgeber. Dabei greift sie auf Erfahrungen zurück, die aus dem Zusammenschluss mit verschiedenen Betriebskrankenkassen resultieren. Als enge Partner beraten die Experten vor Ort nicht nur bei Fragen rund um die Sozialversicherung, sondern unterstützen auch beim Aufbau und der Weiterentwicklung der betrieblichen Gesundheitsförderung. Denn auch das Gesundbleiben der Mitarbeiter liegt der DAK am Herzen.

EXKLUSIVER KOOPERATIONSVERTRAG MIT VORTEILSKONDITIONEN

Die Bayern Tourist GmbH und die DAK-Gesundheit haben einen umfassenden Kooperationsvertrag mit exklusiven Vorteilen für DEHOGA Bayern-Mitglieder geschlossen. Wesentliche Bestandteile der neuen Partnerschaft sind ein spezielles Angebot an betrieblichen Maßnahmen zur Gesundheitsförderung, umfangreiche finanzielle Boni bis zu 3.000 Euro jährlich, Seminare für Mitarbeiter, persönlich abgestimmte Anmeldeprozesse und die Nutzung des DAK-Netzwerks bei der Suche von Fachpersonal. Voraussetzung für die umfassenden Zusatzleistungen ist eine bestehende DEHOGA Bayern-Mitgliedschaft. Mitglieder der DAK-Gesundheit profitieren zusätzlich im neuen Tarif „DAK Fit & Smile“ mit einem Zusatzschutz für bis zu 30 Prozent auf Zahnersatz, Inlays und Implantate.

UMFASSENDE ZUSATZLEISTUNGEN FÜR DAS GASTGEWERBE

„Wir freuen uns, dass wir gemeinsam mit der Bayern Tourist GmbH umfassende Zusatzleistungen im Bereich der betrieblichen Gesundheitsförderung für die Gastronomie

beschlossen haben“, so Heiko Hollenwäger, Bezirksleiter im Kooperationsvertrieb der DAK-Gesundheit Süd. „Der neue Kooperationsvertrag bietet den DEHOGA Bayern-Mitgliedern viele Vorteile wie zum Beispiel attraktive Gesundheitsleistungen und Bonuszahlungen für erfolgreich durchgeführte Maßnahmen. Damit profitieren die teilnehmenden Betriebe sowohl finanziell als auch durch eine verbesserte Gesundheit ihrer Mitarbeiter.“

INDIVIDUELLE KOOPERATIONEN MIT ZUSATZSERVICES

Darüber hinaus bietet die DAK-Gesundheit als DEHOGA Bayern-Kooperationspartner individuelle Lösungen für teilnehmende Unternehmen an. Schwerpunktmäßig betrifft das die Unterstützung bei betrieblichen Gesundheitsmaßnahmen, Seminaren und Weiterbildungen für Führungskräfte, Mitarbeiter und Azubis sowie persönliche, abgestimmte Anmeldeprozesse und Zollbescheinigungen innerhalb von 24 Stunden. „Bei der Suche von Fachpersonal unterstützen wir ebenfalls mit unserem umfangreichen DAK-Netzwerk“, sagt DAK-Bezirksleiter Wolfgang Schmiedkunz.

Interessierte Betriebe erhalten weitere Informationen unter Telefon: 089/260 10 49-11 05 oder via E-Mail an: dehoga.bayern@dak.de.





Signierte Originale zu gewinnen

Unter allen Lesern, die bis 30. Juni 2022 eine E-Mail mit dem Stichworten „Echt freundlich“ oder „Traditionsreich“ an f.john@gastgeber.bayern schicken, werden zwei exklusive signierte Exemplare der gleichnamigen Bücher von Pierre Nierhaus verlost. Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

IM GESPRÄCH MIT TRENDEXPERTE UND SPEAKER PIERRE NIERHAUS

Chefs müssen nicht nur für ihre Gäste geradestehen, sondern auch für jeden einzelnen Mitarbeiter

Im Gespräch mit *Gastgeber Bayern* schildert Trendexperte und Lifestyle-Coach Pierre Nierhaus unter anderem, wie es dem Gastgewerbe trotz eines derzeit schwierigen Marktumfelds gelingen kann, die Krise durch eine geschickte Optimierung bewährter Muster zu überstehen. Außerdem schildert der erfolgreiche Buchautor, warum die Gastfreundschaft im Gastgewerbe keineswegs bei den Gästen aufhören darf, sondern sich ebenso auf die Mitarbeiter eines erfolgreichen Teams erstreckt.

Herr Nierhaus, als Trendexperte und vielbereister Branchenkenner sind Sie bestens mit dem Gastgewerbe vertraut.

Das Gastgewerbe gilt für viele als schönste Branche der Welt. Warum ist die Herausforderung derzeit dennoch so groß, geeignete Mitarbeiter zu finden und zu binden?

Ja, die schönste Branche der Welt. Sicher, wir haben viele Mitarbeiter, die das mit großem Spaß machen und gemacht haben. Aber letztendlich müssen die Mitarbeiter auch ein gutes Auskommen haben. Und das war in den vergangenen Jahren schon grenzwertig. Insbesondere durch die Pandemie wurde vieles auf den Prüfstand gestellt – seitens der Arbeitgeber aber auch der Arbeitnehmer. Gerade in den Zeiten von Kurzarbeit und Betriebsschließungen stellten sich viele Arbeitnehmer Fragen wie „Ist mein Arbeitsplatz noch sicher? Verdiane ich genug? Geht man fair mit mir um?“ Das hat sicherlich einige zur beruflichen Umorientierung bewogen. Zudem

haben wir in Deutschland eine Situation, in der es dem Mittelstand – also dem Gastronom und Hotelier aber auch vielen anderen Mittelständlern – aufgrund diverser Abgaben und Vorgaben kaum mehr möglich ist, wirtschaftlich zu arbeiten. Diese Konstellation macht es – zusätzlich zum schwierigen wirtschaftlichen Umfeld der Corona-Pandemie – auch den Betrieben schwer, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem sich die Arbeitnehmer in voller Bandbreite gewürdigt fühlen.

Wie können sich Arbeitgeber für neue Mitarbeiter attraktiver machen?

Es ist wichtig, sich ein eigenes Geschäftsmodell zu überdenken – auch zum Thema Personal. Das heißt, wenn ich, beispielsweise in einer Gastwirtschaft, an sieben Tagen in der Woche einen gewissen Umsatz generiere, kann es sich lohnen, über eine Reduzierung der Öffnungszeiten auf fünf Werktagen nachzudenken. Ausschlaggebend hierfür ist, welche der Gäste, die

ich durch die Schließung an zwei Werktagen verliere, auch an anderen Tagen vorbeikommen würden. Wenn ein Großteil der Gäste auch auf einen anderen Tag ausweichen kann und will, weil die Dienstleistung per se überzeugt, können Verluste minimiert und gleichzeitig fix geglaubte Kosten deutlich reduziert werden. Grundsätzlich anders verhält sich das natürlich an Hochfrequenz-Lagen wie an einem Bahnhof. Wer hier am Montag vorbeiläuft, kommt am Dienstag nicht zweimal. Hier muss je nach Lokalität unterschieden werden und man muss die richtigen Konsequenzen aus den individuellen Gegebenheiten ziehen.

Können Sie ein konkretes Beispiel nennen, bei dem eine durchdachte Reduzierung der Betriebszeiten zu einer spürbaren Gewinnsteigerung geführt hat?

Ich erinnere mich in diesem Zusammenhang gerne an einen meiner Beratungskunden. Die Situation war diese: Er hatte ein Restaurant,

dass er auf ausdrücklichen Wunsch seines Vermieters mittags und abends geöffnet hatte. Da sich Büros in den Gebäuden befanden war die Argumentation des Vermieters, die Mitarbeiter könnten dort mittags essen gehen. Allerdings wurde das Angebot seitens der Mitarbeiter kaum angenommen und die Auslastung im Mittagsgeschäft tendierte gegen null. Hier haben wir im persönlichen Gespräch eine Kompromisslösung ausgehandelt: Das Restaurant – ein Steakhouse – öffnete künftig nur noch an einem festen Tag pro Woche am Mittag. Neben der Reduzierung der Betriebskosten führte das auch zu dem positiven Nebeneffekt, dass an diesem einen Tag auch spürbar mehr Mitarbeiter aus dem nahen Umfeld präsent waren, als es über die Woche verteilt der Fall war. Unter dem Strich stand einem Umsatzrückgang von 7 bis 8 Prozent eine Verdoppelung des Gewinns gegenüber. Natürlich fielen durch eine solche gezielte Optimierung über 30 Prozent der Mitarbeiterstunden weg und zudem auch der organisatorische Mehraufwand wie das Schreiben von Dienstplänen, die Personaldisposition und vieles mehr.

Wie kann ein gastwirtschaftlicher Betrieb – nicht nur in diesen schwierigen Zeiten – weiter wirtschaftlich optimiert werden?

Ein wesentlicher Punkt der betriebswirtschaftlichen Optimierungen liegt in der Vereinfachung des eigenen Geschäftsmodells. Nehmen wir zum Beispiel die vielzitierte „gut bürgerliche Küche“: Auf vielen Speisekarten kommt jedes Jahr ein neues Gericht hinzu. Und gleichzeitig sagt man: „Von der Karte streichen können wir aber nichts, es gibt ja noch drei Stammgäste, die das so mögen.“ Pardon – aber für ein neues Gericht muss ein altes weichen – die Zahlen sind doch das Entscheidende. Zudem sollte man ein klares Profil haben, und einfach abspecken. Und wenn ich über lange Jahre erfolgreiche Betriebe in der Traditions gastronomie betrachte, haben die auch nicht so viel Gerichte auf der Karte. Die Gäste wissen aber: „Das, was es gibt, das ist richtig gut.“ Ein Amerikaner würde wahrscheinlich „Signature dish“ dazu sagen, zu Deutsch also ein „Signatur Gericht“

(schmunzelt). Ein weiterer wichtiger Punkt in Sachen der Vereinfachung ist, dass Gerichte, die zu aufwendig sind, eventuell von der Karte genommen werden sollten. Die investierten Arbeitsschritte bei einem Gericht müssen aus betriebswirtschaftlicher Sicht in einem gewissen Verhältnis zum späteren Ertrag stehen.

Wie sieht in Ihren Augen eine zeitgemäße und erfolgreiche Mitarbeiter-Führung aus?

Ein guter Vorgesetzter hat zahlreiche Aufgaben. Dazu gehört es in erster Linie, dafür zu sorgen, dass das gesamte Team gut zusammengestellt ist, Prozesse organisiert sind und funktionieren. Gerade junge Mitarbeiter legen einen großen Wert auf die Sinnhaftigkeit ihrer Arbeit. Dazu gehört auch eine gewisse Identifikation mit ihrem Arbeitgeber. Dazu gehört beispielsweise auch die Umsetzung echter Nachhaltigkeit im Betrieb oder das soziale Engagement. Für Chefs bedeutet das: Sie müssen sich erst um die Mitarbeiter kümmern, dann geben diese die Gastfreundschaft an die Gäste weiter. Sie müssen schon bei der Ideenfindung beteiligt und bei der Umsetzung mitgenommen werden. Dazu gehört es auch, kleine Erfolge auf dem Weg zu einem großen gemeinsamen Ziel zu feiern.

Wo liegen die Chancen bei einer Karriere im Gastgewerbe?

Durch die Berufsbildungsreform sowie die neuen Ausbildungsverordnungen werden künftig noch mehr Berufe im Gastgewerbe etabliert. Ich freue mich sehr, dass es durch die Neuerungen nun auch ohne viel Theorie einfachere Zugangsmöglichkeiten gibt. Und all die Neu- und Quereinsteiger brauchen natürlich Anleitung und Vorgaben, auch die Angelernten. Bei all dem darf man nicht vergessen: Wir sind für viele Menschen, die in unser Land gekommen sind, auch eine Start-Branche. Wenn ich den Menschen Chancen gebe, sind sie auch dankbar – sie sehnen sich schließlich nach einer Perspektive, die wir ihnen bieten können. Im Umkehrschluss binde ich motivierte Mitarbeiter an mich und mein Gewerbe und Sorge so für eine gesicherte Personaldecke.

Was macht das Gastgewerbe attraktiver für die Mitarbeit als andere Branchen?

Menschen, die bei uns arbeiten, sind auch gern mit anderen Menschen zusammen. Während andere über „Diversity“ reden, ist das für das Gastgewerbe ein alter Hut. In unserer Branche war eigentlich seit jeher jeder willkommen, der nett ist, der ins Team passt und der sich ein bisschen bemüht, ein guter Gastgeber zu sein. Gastfreundschaft ist eine wirkliche Tugend – und das hat schon Tradition in allen Religionen dieser Welt.

Was würden Sie sagen, sind die wichtigsten Kernelemente im Umgang mit Mitarbeitern?

Die wirtschaftliche Wertschätzung, also die Preise gegenüber unserer Dienstleistung, ist in Deutschland nicht in dem Maße vorhanden wie in anderen Ländern. In Frankreich oder Italien geben die Menschen deutlich mehr Geld für das Essen aus, da sie auch deutlich öfter essen gehen. Gleichzeitig müssen Preise geboten werden, die auch für den Kunden fair sind. Fair für gute, natürliche Produkte und eine artgerechte Tierhaltung und gleichzeitig fair für unseren Betrieb und unsere Mitarbeiter. ☺

WEITERE INFORMATIONEN, TEXTE, VIDEOS UND ANFRAGEMÖGLICHKEITEN FINDEN INTERESSIERTE UNTER WWW.NIERHAUS.COM.

ZUR PERSON:

Pierre Nierhaus ist Trend- und Change-Experte für die Hospitality- und Lifestylebranche. Seine 25-jährige Erfahrung als Unternehmer und internationaler Gastroexperte bündelt er in seinem Tätigkeitsspektrum als Konzeptentwickler, Innovations- und Unternehmenscoach, Trendfachmann, Keynote-Speaker, Fachbuchautor und Gastdozent. Pierre Nierhaus beobachtet und bereist regelmäßig die 30 inspirierendsten Metropolen weltweit, zu denen er für interessierte Unternehmer individuelle Trendexpeditionen anbietet. Als ausgebildeter Change-Coach unterstützt er sie und ihr Unternehmen.

ECHTE MITARBEITER FINDEN, BINDEN UND GEMEINSAM FULMINANT ABLIEFERN

VOM ARBEITNEHMER zum Mitstreiter

Bauchgefühl in allen Ehren. Aber wenn es um aktive Führung und strategisch wichtige Entscheidungen geht, ist man mit handfesten Daten wohl besser beraten. Gut, dass es die passenden Werkzeuge dafür gibt.

PERSONALANALYSE AUF DEM STAND DER ZEIT

MyStaff ist die erste Mitarbeiterumfrage, die unterschiedliche Motive und Motivationsfaktoren mit einbezieht und so eine wertvolle und sehr detaillierte Grundlage für effektives HR-Management schafft.

MyType ist eine smarte und kostengünstige Persönlichkeits-Potenzialanalyse.

MyMatch nennt sich das dazugehörige Soll-Profil. Damit können HR-Verantwortliche gewünschte Eigenschaften, Funktionen im Team, etc. genau definieren und mit den Profilen der Bewerber abgleichen. Damit zusammenfindet, was zusammenpasst.

So ist es nun mal in dieser Branche, daran wird sich nichts ändern.

DIE STÄRKSTEN ARGUMENTE IM WAR FOR TALENTS

Was haben Arbeitgeber davon, wenn sie sich Personal angelacht haben, das alsbald feststellen muss, dass die Arbeitszeiten doch flexibler sind als gedacht und vom „arbeiten, wo andere urlauben“ manchmal nur das Zusehen bleibt? Wer falsche Versprechungen macht, dem laufen die neu gewonnenen Fachkräfte schneller weg, als man „Mitarbeiterbonus“ sagen kann. Also gilt es, die eigenen Vorzüge wahrheitsgemäß auszuspielen und damit diejenigen anzuziehen, die genau das suchen – aber welche sind das? MyStaff stellt dazu gezielte Fragen und bringt die stärksten Argumente auf den Punkt. Denn Attraktivität ist Ansichtssache und kommt von innen.

MITARBEITERBINDUNG MIT DER GIESSKANNE WAR GESTERN

Wer seinem Zitrusbäumchen die gleiche Pflege zukommen lässt wie dem Salatbeet, wird sehr schnell merken, dass das nicht fruchtet. Um eine reiche Ernte einzufahren, geht es im Garten wie auch bei Mitarbeitern darum, unterschiedliche Bedürfnisse zu berücksichtigen. Je nach Lebensphase und Persönlichkeit können diese sehr unterschiedlich gewichtet sein. MyStaff unterscheidet zwischen drei grundlegend unterschiedlichen Motivations- und Belohnungsmodellen. Denn Bindung kann nur über

Faktoren entstehen, die für die Menschen von Bedeutung sind.

DIE MITARBEITER SIND ZUFRIEDEN? DANN GUTE NACHT!

Alle Welt spricht von Mitarbeiter-Zufriedenheit, Aber: Zufrieden ist, wer sein Ziel erreicht hat und sich gemütlich zurücklehnen kann – nicht gerade hilfreich, wenn es darum geht, ein Ziel zu verfolgen, Herausforderungen zu meistern, volle Leistung zu bringen. Um den viel gefürchteten Hängematten-Effekt zu vermeiden, gilt es, mit gezielten Maßnahmen das Engagement hochzuschrauben: Mitarbeiter emotional an Bord holen und mitnehmen. Anreize bieten, um immer wieder anzuspornen. Kleine, greifbare Ziele setzen, um schlussendlich das große Ziel gemeinsam zu erreichen. Erst dann ist Zufriedenheit angebracht – nach Abschluss eines Geschäftsjahres oder einer Saison, für deren Erfolg jeder Einzelne alles gegeben hat.

Wenn man den Stellenanzeigen glaubt, gibt es in Hotellerie und Gastronomie ausschließlich tolle Jobs: Geregelte Arbeitszeiten, gute Bezahlung, nette Teams. Wenn man sich die Zahlen ansieht, ist der vielzitierte Fachkräftemangel mittlerweile zu einem echten Arbeitskräftemangel ausgewachsen. Aber die Kalkulation ist knapp, und Feierabend ist oftmals erst, wenn der letzte Gast freiwillig gegangen ist.

KONTAKT BEI RÜCKFRAGEN:

Weitere Informationen erhalten Interessierte unter:
www.mystaff.team oder
k.glowalla@bws.team

BWS Branding
München & Salzburg
Telefon 0172-2347474

WEIT MEHR ALS EIN QUALITÄTSMERKMAL FÜR DIE GÄSTE

Hotelsterne — ein Zugpferd für die Mitarbeitergewinnung

Jedes Jahr reisen weltweit mehr als eine Milliarde Menschen, Tendenz steigend. Die Reisebranche ist die am schnellsten wachsende Branche des 21. Jahrhunderts und kaum eine andere Branche bietet Arbeitnehmern so viele Möglichkeiten, Perspektiven und Abwechslung. Nicht nur für die Gäste ist kein Tag wie der andere. In einem Team zu arbeiten und von Leuten zu lernen, mit unterschiedlichen Sprachen, Kulturen und Erfahrungen, lässt jeden Tag spannend und einzigartig werden. Und das wird auch ein Virus nicht ändern.

Egal ob an der Rezeption, im Housekeeping, im Service oder im Management, es dreht sich alles um Menschen. In der Hotellerie geht es nicht um Formeln, genaue Strukturen oder Automatismen, es geht darum mit seinem eigenen Talent, seiner Kreativität und seinen individuellen Fähigkeiten andere Menschen glücklich zu machen. Die Hotellerie bietet das

Potenzial für unzählige Karrieremöglichkeiten und großartige Perspektiven. Die junge Generation wünscht sich mehr als ein geregeltes Einkommen. Sie legt ihren Fokus bei der Jobsuche auf Abwechslung und Sinnhaftigkeit und strebt nach Selbstverwirklichung und der Möglichkeit zu wachsen. Insbesondere Hotels mit festgelegten international anerkannten Qualitätsstandards können

in diesem Bereich eine Perspektive bieten. Einen Grundstein hierfür legt beispielsweise die offizielle Deutsche Hotelklassifizierung. Darin liegt ein nicht zu unterschätzendes Potenzial, um mit den offiziellen Hotelsternen die eigene Arbeitgebermarke zu stärken und damit der jungen Generation Sicherheit, Stabilität und ein Aushängeschild im beruflichen Werdegang bieten zu können.

BEWUSSTE ENTSCHEIDUNG FÜR DIE KLASSIFIZIERUNG

Das Kunzmann's Hotel, Wellness- und Ayurvedahotel mit Restaurant und Spa in Bad Bocklet ist ein Familienbetrieb seit 1926 und seit mehr als 20 Jahren ein offiziell klassifizierter Hotelbetrieb. Bereits in der vierten Generation leitet Gregor Kunzmann mit seiner Frau Carolin Kunzmann das 4-Sterne Hotel. „Die Auswahl an freien Stellen auf dem Arbeitgebermarkt hat noch nie dagewesene Dimensionen erreicht, das spürt auch unser Haus. Wir müssen unser hohes Niveau als Arbeitgeber daher umso mehr richtig kommunizieren. Dazu gehört für uns zweifelsohne auch die Hotel-Klassifizierung“, ist sich das Betreiber-Ehepaar einig.





OFFIZIELLE „MASSEINHEIT“ DER BRANCHE

Hotelsterne sind die Orientierungsgröße der Hotelqualität. Über Jahrhunderte sind sie gleichsam zur „natürlichen“ Maßeinheit der gesamten Branche geworden. Das hat sich bis heute nicht geändert, ganz im Gegenteil. Auch für Arbeitssuchende in dieser Branche sind die Hotelsterne eine nicht zu vernachlässigende Orientierungshilfe bei der Jobwahl.

WICHTIGER INDIKATOR FÜR DIE MITARBEITER



„Nach meinem Hotelbetriebs-Studium wollte ich mich bewusst im Bereich Management eines renommierten Familienbetriebs etablieren und meine theoretischen Fähigkeiten in die Tat umsetzen. Die Hotelklassifizierung des DEHOGA ist für meine Wahl ein wichtiger Indikator gewesen“, berichtet Mona Barthelmes, Assistenz der Geschäftsleitung im Kunzmann's Hotel.

VORTEILE DER HOTELKLASSIFIZIERUNG

- Stärkung der eigenen Arbeitgebermarke
- Transparenz und Sicherheit durch international anerkannte Hotel-Standards
- Deutliche Positionierung und bessere Absatzchancen
- Bekannte und anerkannte Kurzbotschaften zur Charakterisierung des Dienstleistungsangebots in digitalen Buchungssystemen
- Gemeinsame Synergien für Marketing- und Öffentlichkeitsarbeit

NÄHERE INFORMATIONEN ZUR KLASSIFIZIERUNG

Wie steht es um Ihre Arbeitgebermarke? Als Hotelier und Gastgeber können Sie auf der Website der Hotelstars.eu unverbindlich und kostenlos eine Testklassifizierung nach den Sterne-Kriterien der Deutschen Hotelklassifizierung vornehmen. Weitere Details und Informationen rund um die Deutsche Hotelklassifizierung finden Sie ebenfalls auf der Website der Hotelstars.eu oder durch Scannen der folgenden QR Codes.



Informationen zur
Testklassifizierung



Informationen zur
Deutschen Hotelklassifizierung

WEICHENSTELLUNG FÜR DIE ZUKUNFT



„Für mich kommt es definitiv in Frage, eines Tages in die Fußstapfen meiner Eltern zu treten, um unseren Familienbetrieb hier in der Region weiterzuentwickeln. Daher war es für mich wichtig, mein Handwerk bei den Besten in einem 4-Sterne-Haus zu lernen“, so Linda Schneider, Auszubildende Köchin im Kunzmann's Hotel. ☺

IM GESPRÄCH MIT PROF. DR. JULIAN NIDA-RÜMELIN

„Es ist eine gute Entwicklung, dass mehr Wert auf ein erfülltes Leben gelegt wird“

Als Mitglied der Europäischen Akademie der Wissenschaften sowie der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften zählt Prof. Dr. Julian Nida-Rümelin zu den international geachteten Spezialisten der Rationalitätstheorie, der politischen Philosophie sowie der Wissenschafts- und Erkenntnistheorie. Im exklusiven Gespräch mit *Gastgeber Bayern* skizziert der ausgewiesene Experte für das deutsche Bildungssystem unter anderem einen regelrechten „Verfall“ des gymnasialen Schulabschlusses in den zurückliegenden 70 Jahren und beschreibt dabei auch die konkreten Folgen einer überbordenden Akademisierung der Gesellschaft für den Sektor der Ausbildungsberufe.

Herr Professor Nida-Rümelin, in den 1950er-Jahren legten 5 bis 6 Prozent der Bevölkerung das Abitur ab, heute sind es rund 50 Prozent. Wie kam es zu dieser Entwicklung und wann hat sich das System stabilisiert?

Ja, in der Tat, Deutschland hatte eine niedrige Abiturientenquote mit anspruchsvollen Gymnasien insbesondere den humanistischen. Ein Studium war in den Nachkriegsjahren fast schon eine Garantie für einen herausgehobene berufliche Stellung. 1964 veröffentlichte Georg Picht seine Thesen zur deutschen Bildungskatastrophe, wonach es dringend erforderlich sei, den Zugang zum Studium zu erleichtern und auszuweiten.

Dem folgte eine etwa zehn Jahre währende Bildungsexpansion, die in der Tat vielen den Aufstieg durch Bildung ermöglichten. 1977 beschlossen die Kultusminister auch aufgrund der Wirtschaftskrise und der Finanznot des Staates den weiteren Ausbau der Hochschulbildung zu stoppen und den sich abzeichnenden Studentenberg zu untertunneln, in der Erwartung, dass sich die Zahlen von allein wieder senken würden. An den überfüllten Universitäten verschlechterten sich daraufhin die Studienbedingungen und für viele platzte der Traum vom Aufstieg durch Studium. In den 2000er-Jahren kam es auch durch die Globalisierung zu einem Anpassungsdruck an internationale Standards. Die Bologna Reform versucht, die ganze Vielfalt europäischer Bildungssysteme dem angelsächsischen Muster

anzugleichen und die hohen Akademisierungsquoten auch in Kontinentaleuropa zu erreichen. Dabei wurde lange Zeit übersehen, dass mit der starken Rolle der beruflichen Bildung insbesondere in Deutschland, Österreich und der Schweiz eine attraktive Alternative zum Weg in den Beruf zur Verfügung steht, während vergleichbare Angebote in den USA oder England nicht existieren. Zwischen 2006 und 2012 schossen die Zahlen der Studierenden um fast 10 Prozent jährlich in die Höhe. Wenn dieser Trend noch weitere Jahre angehalten hätte, wäre die berufliche Bildung auch in Deutschland nur noch ein Restposten und könnte die deutsche Wirtschaft nicht mehr mit hochqualifizierten Fachkräften versorgen. Tatsächlich ist dieser Trend seit Mitte der 2010er-Jahre weitgehend gestoppt. ►

A portrait of Prof. Dr. Julian Nida-Rümelin, a middle-aged man with curly brown hair, smiling and giving a thumbs-up. He is wearing a white button-down shirt. The background is a dark, textured grey.

BUCHTIPP:

PROF. DR. JULIAN NIDA-RÜMELIN HAT ZUM THEMA BILDUNGSEXPANSION UND DEN DAMIT VERBUNDENEN AUSWIRKUNGEN DAS BUCH „DER AKADEMISIERUNGSWAHN. ZUR KRISE AKADEMISCHER UND BERUFLICHER BILDUNG“ (ISBN-10: 389 684 1610/ ISBN-13: 978-389 684 1612) VERÖFFENTLICHT UND HÄLT VORTRÄGE IN UNTERNEHMEN UND VERBÄNDEN.



Das System hat sich stabilisiert, das beständige Werben mittelständischer Unternehmen, der Industrie- und Handwerkskammern, aber wohl auch meiner eigenen Person in Deutschland für berufliche Bildung hat gewirkt. Der Meisterbrief wurde wieder aufgewertet. Aber es bleibt noch viel zu tun.

Vom Jahrhundertdenker Wilhelm von Humboldt stammt der Satz „Auch Griechisch gelernt zu haben, könnte dem Tischler ebenso wenig unnütz seyn, als Tische zu machen dem Gelehrten.“ Was lehrt uns dieser Satz und hat er heute noch seine Berechtigung?

Es geht hier nicht speziell um Altgriechisch oder Tischlerei, sondern um einen umfassenden Bildungsbegriff, der das Handwerkliche gleichwertig miteinbezieht. Eine richtig verstandene humanistische Bildungsidee nimmt den ganzen Menschen in den Blick, mit all seinen Fähigkeiten: den kognitiven, sozialen, handwerklich-technischen und künstlerisch-gestalterischen.

In welchem Zusammenhang stehen die Berufsbildung und die Jugendarbeitslosigkeit?

Dieser Zusammenhang ist völlig eindeutig: Länder mit einer starken beruflichen Bildung haben die niedrigste Jugendarbeitslosigkeit weltweit, dazu zählen besonders Deutschland, Österreich und die Schweiz. Auch wirtschaftliche erfolgreiche Länder wie Großbritannien oder Schweden haben eine sehr viel höhere Jugendarbeitslosigkeit, weil sie ganz auf akademische Bildung gesetzt haben, ähnliches gilt für Frankreich.

Wie entscheidend ist die duale Berufsausbildung für die Wertebildung, das Vertrauen, und den Umgang mit Materialien für junge Menschen?

Der Vorteil der dualen Form der beruflichen Bildung ist, dass die praktische Ausbildung im Betrieb und die theoretische Bildung in den Berufsschulen miteinander verkoppelt ist.

Dadurch lernen junge Menschen Verantwortung für Abläufe und Ergebnisse in ihrem zukünftigen Beruf, erhalten aber zugleich das theoretische Rüstzeug, was für ihren weiteren Weg erforderlich ist. Der Umgang mit Materialien, Stoffen, Formen und Farben, mit Menschen ist für die Persönlichkeitsentwicklung ebenso wichtig, wie Gedichtinterpretationen und Stochastik.

Was muss sich aus Ihrer Sicht verändern, um eine Gleichstellung von beruflicher Ausbildung und akademischer Ausbildung in den Augen der Gesellschaft zu erreichen?

Wenn man in die Einkommensstatistik schaut, ist diese Gleichstellung vielfach schon erreicht. Wer einen Meisterbrief erworben hat und sich selbstständig macht, hat sogar meist eine höhere Einkommenserwartung als Akademiker im öffentlichen Dienst. In manchen großstädtischen Milieus wird die berufliche Bildung aber immer noch abgewertet. Insbesondere im öffentlichen Dienst müssen die Gehaltsstrukturen die Gleichwertigkeit in akademischer und beruflicher Bildung widerspiegeln. Das ist aktuell nicht der Fall. In den allgemeinbildenden Schulen sollte die Berufsorientierung alle Bereiche gleichermaßen umfassen. Das Wichtigste ist

aber eine kulturelle Veränderung, die den ganzen Menschen mit all seinen Fähigkeiten gleichwertig in den Blick nimmt.

Spricht man mit Jugendlichen der vielzitierten „Generation Z“, hört man immer mehr „Es kommt nicht darauf an, was ich mit meiner Arbeit verdiene, sondern dass meine Aufgabe sinnhaft ist und mich zufrieden macht“. Dennoch studieren mehr junge Menschen denn je? Sehen Sie hier einen Widerspruch oder einen inhaltlichen Zusammenhang?

Es ist eine gute Entwicklung, dass mehr Wert auf ein erfülltes Leben gelegt wird. Eltern, Schulen und die Politik sollte darauf hinwirken, dass der Erwartungsdruck in Richtung Abitur und Studium zurückgenommen und den Kindern und Jugendlichen die Botschaft vermittelt wird: „Entfalte deine eigenen Fähigkeiten und Interessen, damit du auf deinem Bildungsweg zu dir selbst findest.“ Die einen finden ihre Erfüllung in höherer Mathematik oder Archäologie, die anderen in sozialen Berufen, dem Umgang mit Menschen im Dienstleistungsgewerbe, wieder andere in der Softwareentwicklung, dem Handwerk, der Kunst. 

ZUR PERSON:

Julian Nida-Rümelin, Jahrgang 1954, wuchs in München in einer Künstlerfamilie auf. Er studierte Philosophie, Physik, Mathematik und Politikwissenschaft. Er ist seit 2004 Professor für Philosophie und politische Theorie an der Ludwig-Maximilians-Universität München, er war zuvor Professor an den Universitäten Göttingen (1993-2003) und Tübingen (1991-1993) und ist seit 2002 Honorarprofessor an der Humboldt Universität zu Berlin. Als Gastprofessor unterrichtete er unter anderem am California Institute of Technology, der Universität St. Gallen und an Universitäten Italiens (Cagliari, Triest, Rom). Er war Kulturstatsminister im ersten Kabinett Schröder, Kulturreferent der LHS München und Präsident der Gesellschaft für analytische Philosophie sowie der Deutschen Gesellschaft für Philosophie. Seine wissenschaftlichen Schwerpunkte liegen in der Rationalitätstheorie, der politischen Philosophie und der Ethik. Er ist Autor zahlreicher Bücher und Aufsätze, Mitglied der Europäischen Akademie der Wissenschaften sowie der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften. 2014 verlieh ihm die Universität Triest die Ehrendoktorwürde, 2016 die Bayerische Staatsregierung die Europa-Medaille. Seit 2018 ist er Direktoriumsmitglied des neu gegründeten Bayerischen Forschungszentrums für digitale Transformation. Seit April 2020 ist er zudem Mitglied des Deutschen Ethikrats.

EINE BEWUSSTE AUSSENDARSTELLUNG LOCKT GÄSTE UND POTENZIELLE MITARBEITER

PROFESSIONELLE MITARBEITER- GEWINNUNG UND -BINDUNG

Nicht erst die nun endlich wieder stattfindenden persönlichen Gespräche auf den einschlägigen Gastro-Messen haben einen Eindruck von den aktuellen Herausforderungen rund um die Mitarbeitergewinnung und -bindung im Gastgewerbe vermittelt. In den letzten zwei Jahren hat sich in diesem Bereich Enormes getan. Viele Unternehmen beklagen einen spürbaren Fachkräftemangel, jedoch ist das Thema vielschichtiger als auf den ersten Blick angenommen.



Zuerst einmal muss die Ist-Situation betrachtet werden: Der jetzige Arbeitsmarkt zeigt vor allem Folgendes auf:

- Verhältnismäßig mehr offene Stellen als der Arbeitsmarkt an Personal bietet
- Mittelmäßiges Employer Branding
- Wenige bis gar keine Mitarbeiteranreize
- Nicht genug qualifiziertes Personal

Zusammenfassend bedeutet das, dass Arbeitgeber vor einer neuen Herausforderung stehen: Sie müssen um die Gunst der Mitarbeiter werben. Dabei ist es wichtig, sich die Frage zu stellen, wie attraktiv das eigene Unternehmen für potenzielle Bewerber als Arbeitgeber wirkt? Dabei ist es wichtig, sich von eigenen Emotionen freizumachen und einen möglichst objektiven Blick auf das öffentliche Erscheinungsbild des eigenen Hauses zu machen. Auch die „Blitzlichtberatung“ des DEHOGA Bayern kann hier wertvolle Dienste vermitteln, indem ein unvoreingenommenes Ist-Bild erstellt und mit den persönlichen Erwartungen der Gäste und der Betreiber verglichen wird. Weitere Informationen zum Thema finden Interessierte im Internet unter www.wirtshauskultur.bayern/blitzlichtberatung.

KEINE ZWEITE CHANCE FÜR DEN ERSTEN EINDRUCK

Wie verschaffen sich unvoreingenommene potenzielle Mitarbeiter einen Eindruck von einem Hotel oder einem Restaurant? Natürlich im Internet – sei es über die eigene Homepage oder zunehmend auch über Social Media-Kanäle. Der kommunikative Trend geht daher in Richtung eines gezielten „Employer Brandings“. Durch eine bewusste Außendarstellung soll neben der Aufmerksamkeit der Gäste auch das Interesse neuer potenzieller Mitarbeiter geweckt werden. Ein möglicher Ansatz ist der bereits angesprochene mediale Außenaustritt: Wie aktuell und ansprechend ist die eigene Website gestaltet, wie zeitgemäß und gepflegt sind die eigenen Social Media-Kanäle und wie steht es um Bewertungen im Internet?

Zudem ist auch die eigene Aktivität auf dem Arbeitsmarkt maßgeblich: Wo inserieren Sie? Immer mehr junge Menschen recherchieren neben den klassischen Arbeitsmarkt-Portalen auch auf verschiedenen Plattformen wie Kununu, wo ehemalige Mitarbeiter ihren Arbeitgeber bewerten. Es ist wichtig, diese Portale zu kennen, um sich ein Bild seiner medialen Präsenz zu verschaffen



PROFESSIONELLE ZEITERFASSUNG FÜR DAS GAST- GEWERBE

Neben der Gewinnung qualifizierten Personals ist – insbesondere in wirtschaftlich anspruchsvollen Zeiten – auch ein gutes Ressourcen-Controlling wichtig für den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens. Spezialisierte Dienstleister wie Rota unterstützen ihre Kunden bei der individuellen Dienstplanung, Zeiterfassung und Arbeitseinteilung. Mit wenigen Klicks erhalten sie einen Gesamtüberblick über ihr Personal sowie die genutzten und verfügbaren Kapazitäten. Mit einem professionellen Zeiterfassungssystem investieren alle Angehörigen des Gastgewerbes in ihre Zukunft und ihr betriebliches Ergebnis. Denn letzten Endes verwalten sie nicht nur ihre Personalkosten, mit den passenden Programmen können sie ihr Personal gleichzeitig aktiv managen. Weitere Informationen zum Thema im Internet unter www.rota-zeiterfassung.com.

– nur so kann man gegebenenfalls gegensteuern und seine Darstellung in der öffentlichen Wahrnehmung gezielt aufpolieren. Denn fest steht: Nur eine professionelle und starke Arbeitgebermarke zieht die Aufmerksamkeit qualifizierter Bewerber auf sich.

NEUE GASTGEWERBLICHE AUSBILDUNGSBERUFE AB AUGUST 2022

Dein Team. Deine Branche. Deine Zukunft!

Ab 1. August 2022 ist es so weit: Die neuen gastgewerblichen Ausbildungsberufe treten in Kraft. Zwei zweijährige und fünf dreijährige Ausbildungsberufe zeigen die Vielfalt der Hotellerie und Gastronomie und bilden die Basis für insgesamt 111 Berufe.

Die zukünftigen sieben Ausbildungsberufe sind:

- Fachkraft Küche (neu – zweijährig) (FK Küche)
- Koch/Köchin
- Fachkraft für Gastronomie (zweijährig) (FK Gastro) mit Schwerpunkt Restaurantservice oder Systemgastronomie
- Fachmann/Fachfrau für Restaurants und Veranstaltungsgastronomie (ReVa)
- Fachmann/Fachfrau für Systemgastronomie (SyFa)
- Hotelfachmann/Hotelfachfrau (HoFa)
- Kaufmann/Kauffrau für Hotelmanagement (HoKa)

WAS ÄNDERT SICH INHALTLICH?

Alle Ausbildungen sind deutlich modernisiert und Metathemen wie Verbraucherschutz, Hygiene, Digitalisierung und Nachhaltigkeit integriert. Auf die vertrauensvolle Zusammenarbeit im Team und den wertschätzenden Umgang mit Mitarbeitern wird ein besonderer Fokus gelegt. Auch sollen sich die jungen Fachkräfte noch besser auf ihre zukünftige Rolle als Führungskräfte vorbereiten, indem sie bereits in der Erstausbildung die Anleitung von Mitarbeitern, Kalkulation, Verkaufsförderung und Vertrieb sowie unternehmerisches Denken erlernen. Aktuelle Trends wie Bar und Weine oder vegetarische sowie vegane Küche sind als Zusatzqualifikation wählbar.

WAS ÄNDERT SICH STRUKTURELL?

Die wichtigste strukturelle Neuerung ist die Einführung der gestreckten Abschlussprüfung (GAP) in den fünf dreijährigen Berufen. Das heißt, es gibt im vierten Ausbildungshalbjahr den ersten Teil



der Abschlussprüfung (GAP 1), der bereits mit 25 Prozent für die Endnote zählt.

WELCHE BERUFE HABEN EIN NEUES PROFIL?

Eine enorme Aufwertung erfahren die bisherigen Restaurantfachleute, die nun zu Fachleuten für Restaurants und Veranstaltungsgastronomie werden. Darin drückt sich aus, dass die Konzeption, Organisation und Durchführung von Veranstaltungen, Tagungen und Banketts sowie die Ausbildung an der Bar wesensbestimmend sind. Das macht die „Re-Va's“ zu echten Event-Spezialisten und die Ausbildung attraktiver.

Auch die bisherigen Hotelkaufleute werden als neue Kaufleute für Hotelmanagement eine echte Alternative zum Studium. Sie erwerben neben dem praktischen Fachwissen im dritten Jahr kaufmännische, analytische und steuerliche Kompetenzen. Die Ausbildung kommt dadurch inhaltlich in die Nähe eines Bachelor-Studiums und bereitet optimal auf die Tätigkeit als zukünftige Hotel-Führungskraft vor. Das betrifft Marketing, Personalprozesse, Einkauf und Controlling. ∞



Hans Schneider,
Koordinator Bundessachverständige Küchenberufe
Vorsitzender Berufsausschuss
DEHOGA Bayern und Bund



Susanne Droux,
Koordinatorin Bundessachverständige Gastronomieberufe
Geschäftsführerin Berufsbildung/
Branchenförderung DEHOGA Bayern

AUF EINEN BLICK: WAS IST NOCH NEU?

- Basis-Inhalte im 1. Ausbildungsjahr: Gästebetreuung – Produkte – Küche – Service – Wirtschaftsdienst
- Beschulung aller Berufe im 1. Ausbildungsjahr ist möglich
- Detailliert formulierte Ausbildungsrahmenpläne
- Gestreckte Abschlussprüfung = Teil 1 wird mit 25% und Teil 2 mit 75% gewichtet
- Bundeseinheitliche Zusatzqualifikationen „Bar & Wein“ oder „vegetarische/vegane Küche“
- Neue Berufsbildpositionen: Hygiene, Anleitung und Führung von Mitarbeitern, Digitalisierung, Nachhaltigkeit & Energie sowie Unternehmerisches Handeln

WEITERE INFORMATIONEN IM INTERNET

Der DEHOGA Bayern informiert gemeinsam mit den Industrie- und Handelskammern bei Präsenz- und virtuellen Veranstaltungen Ausbildungsbetriebe, Ausbildungsberater der IHK und Berater der Arbeitsagenturen in allen IHK-Kammerbezirken über die Neuordnung und deren praktische Umsetzung. Aufnahmen der virtuellen Termine sowie die dazugehörige Präsentation sowie weitere Informationen rund um das Thema Ausbildung & Neuordnung finden Interessierte im Internet unter www.dehoga-bayern.de/karriere.

FACHKRÄFTE-NAVIGATOR – DER WEG ZU MITARBEITERN

Wer um Azubis wirbt, gewinnt!

„Witziges Team und tolle Chefs. So macht Arbeit Laune :-!“ wenn das Ihre Bewertung im Netz ist, dann machen Sie's richtig! Aber wie bekommt man passende Mitarbeiter und hält sie an Bord? Fakt ist, Betriebe müssen heute oft aktiver um Mitarbeiter werben als um Gäste. Dabei hat die althergebrachte Stellenanzeige vielfach ausgedient. Doch was ist eine intelligente Alternative?

Im Fokus steht heute die proaktive Direktsprache von Kandidaten. Das beginnt bereits bei den Auszubildenden mit Schulpatenschaften oder IHK AzubiScouts, führt über Jobbörsen, Social Media, Auslandsvermittlungen und Weiterempfehlungen für ausgebildete Fachkräfte bis hin zu Führungskräften. Die gewinnen Sie entweder aus dem eigenen Haus, über einen Personalberater oder Ihre langjährigen (Online)-Netzwerke.

Dafür bedarf es einer langfristigen Mitarbeiterplanung mit zeitlichem Vorlauf, einem zügigen Bewerbungsverfahren und einer wertschätzenden und zeitgemäßen Mitarbeiterführung. Das und vieles mehr gehören zum alltäglichen Instrumentarium der Personal- beziehungsweise Recruiting-Abteilung, das im DEHOGA Bayern-Fachkräfte-Navigator aufgezeigt wird und Sie bei der Mitarbeitersicherung unterstützen soll.

In unterschiedlichen Schwerpunktbereichen bietet der Navigator praxisbezogene und weiterführende Informationen zu relevanten Fragestellungen rund um die Aus- und Fortbildung von Mitarbeitern. Hierzu zählen unter anderem die Schwerpunkte „Auszubildende und dual Studierende“, die „Starke Arbeitgebermarke“, „Praktikanten und Fachkräfte“, „Internationale Mitarbeiter“, „Der Weg zu Mitarbeitern“, „Personalvermittler“, „Fort- und Weiterbildung“ sowie „Ihr Onlineauftritt als Arbeitgeber“. ∞



Interessierte finden den Fachkräfte-Navigator des DEHOGA Bayern im Internet unter www.wirtshauskultur.bayern/fachkraeftenavigator oder durch Scannen des nebenstehenden QR-Codes.



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



IMAGE UND RECRUITING DER ZUKUNFT ENTSCHEIDEN ÜBER DIE EXISTENZ

DIE ARBEITSWELT DER ZUKUNFT

Die Pandemie hat die Veränderungen der Arbeitswelt sichtbar gemacht und einen Prozess beschleunigt, der davor bereits begonnen hat. Die Branche wird nie wieder so arbeiten wie zuvor. Es ist Zeit über die Zukunft der Arbeit nachzudenken.

MERKZETTEL – CHECKLISTE FÜR NEUES KNOW-HOW

- Was ist im eigenen Betrieb vorhanden, wer kann was einbringen
- Was kann durch Weiterbildung erlangt und wer könnte geschult werden
- Welche Tätigkeiten können von externen Dienstleistern bzw. Profis erbracht werden (z.B. Social Media Marketing, neue Webseite, Digitalisierung)
- Welche Prozesse sollten von einem Berater begleitet werden (Werteprozess, Positionierung, Organisationsänderungen)

Die Anspruchshaltung der Mitarbeitenden ist teilweise mit der aktuellen Arbeitsrealität im Gastgewerbe nicht mehr kompatibel. Flexibilität darf in den Konzepten nicht nur in der Dienstleistung bei den Gästen stattfinden, sondern muss auch im Human Resources umgesetzt werden. Dafür sollen Arbeitsprozesse frisch gedacht, Dienstpläne umgestaltet sowie Entlohnungsmodelle nur konzipiert werden.

TIPPS ZUR GEWINNUNG UND BINDUNG VON MITARBEITENDEN:

SINNFRAGE

Auch die Betriebe bewerben sich bei künftigen Mitarbeitern und die möchten wissen für wen sie arbeiten. Machen Sie sichtbar, warum Menschen in Ihrem Betrieb arbeiten sollen, für was Sie stehen. Werte, Visionen und Spielregeln sollen klar, transparent und authentisch sein.

BEWUSSTE AUSSENDARSTELLUNG

Die Kommunikation in der Außendarstellung – beispielsweise auf Social Media-Kanälen – sollte einfach gestaltet sein und mit aussagekräftigen Bildern erfolgen. Auch kurze Videos sind hilfreich. Die Webseite des eigenen Betriebs muss Professionalität vermitteln. Lassen Sie Ihre Azubis über den Betrieb bloggen und Gleichgesinnte ansprechen. Machen Sie die Kommunikation mit Bewerbern so einfach wie möglich – beispielsweise über soziale Medien oder WhatsApp und antworten Sie rasch auf Anfragen.

FLEXIBILITÄT

Hauptgrund für die Abwanderung von Arbeitskräften im Gastgewerbe sind die Arbeitszeiten. Das Privatleben nimmt einen immer höheren Stellenwert ein und muss planbar sein. Hierzu gehört neben einer möglichst frühzeitigen und verlässlichen Dienstplanung beispielsweise auch die Einführung flexibler Arbeitsmodelle mit 3-, 4- oder 5-Tage-Weeken. Das signalisiert auch potenziellen Arbeitnehmern eine Verhandlungsbasis auf Augenhöhe sowie die vorhandene Kompromissbereitschaft.

REGELMÄSSIGES FEEDBACK

Geben Sie regelmäßig Feedback auch für Routinetätigkeit und erklären Sie das „Warum“ in der täglichen Arbeit. Die neue Generation Arbeitnehmer erwartet klare Regeln sowie Strukturen. Hierzu zählt auch der offene Umgang mit Fehlern und Führungspersönlichkeiten, die auf Augenhöhe als Coach und Mentor agieren. Teamgeist ist dabei ebenso wichtig, wie die Tatsache, den Spaß an der Arbeit zu vermitteln.

DIGITALISIERUNG ALS WETTBEWERBSFAKTOR

Intuitiv anwendbare technische Hilfsmittel bei der Arbeit werden als Selbstverständlichkeit betrachtet. Vorteilhaft ist, dass die Arbeitnehmer damit umgehen können und Prozesse effizienter werden.

MITARBEITERBINDUNG DURCH „ON-BOARDING“

Die Integration im Betrieb ist für die Mitarbeiterbindung entscheidend. Diese soll fachlich, sozial und wertorientiert erfolgen. Liegt zwischen Arbeitszusage und Arbeitsbeginn ein längerer Zeitraum, sollten Sie mit den zukünftigen Mitarbeitenden wöchentlich in Kontakt und im Austausch bleiben.

FACHGERECHTE ENTLOHNUNG

Arbeit muss sich auszahlen, denken Sie in diesem Zusammenhang über neue Entlohnungsmodelle nach. Beteiligen Sie Ihre Mitarbeiter am Erfolg und bieten Sie Benefits (beispielsweise Gutscheine, Transport, Fitnessangebote, E-Bikes und so fort). Dabei ist natürlich auch sinnvoll zu prüfen, welche Möglichkeiten „steuerbegünstigt“ angeboten werden können. Kommunizieren Sie bei Inseraten das maximale Gehalt. Arbeitssuchende achten neben der Position und der Bildsprache zuerst auf das ausgewiesene Gehalt. Unternehmen, die konkrete Gehaltsangaben machen, erhalten nachweislich die meisten Bewerbungen.

Ein zielgerichtetes Recruiting kann also keine Nebensache mehr sein – es entscheidet über den Erfolg.

Die Chance für das Gastgewerbe liegt darin die Vorzüge ins rechte Licht zu rücken. Unsere Berufe bieten täglichen Kontakt mit unterschiedlichen Menschen und die Mitarbeiter erhalten permanent Feedback der Gäste. Die wiederum in unseren Betrieben in den Pausen die erholsamen Minuten jeden Tages, die Belohnungstunden am Ende einer Woche, im Urlaub die Höhepunkte des Jahres sowie die unvergesslichsten Momente ihres Lebens zelebrieren. Wir dürfen dabei sein, arbeiten in familiärer Atmosphäre als Team zusammen – das gibt Halt, Sinn und macht Spaß. 

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
- Wohlfühl-Siegel „Sicherheit bei uns“
- 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
- Corona-Fit-Checks
- Berater-Tage: fachspezifisch, thematisch
- Berater-Package: z.B. Unternehmensnachfolge
- Mystery Checks: der Plus-Check vom Profi für Hotels und Gastronomie

15 MASSNAHMEN ZUR VERBESSERUNG DER
GASTRONOMISCHEN WIRTSCHAFTLICHKEIT

EINE DURCHDACHTE SPEISEKARTE KANN DIE UMSÄTZE SPÜR- BAR STEIGERN

Die Speisekarte stellt mehr als nur eine bloße Preisliste der angebotenen Speisen und Getränke dar. Sie ist auch ein bedeutendes Marketinginstrument, das richtig eingesetzt zu einer spürbaren Umsatzsteigerung führen kann. Dabei gilt es unter anderem, das Interesse der Gäste gezielt auf die umsatzstärksten Speisen und Getränke zu lenken.

15 TIPPS ZUR OPTIMIERUNG DER SPEISEKARTE

1. Jedes einzelne Gericht sollte regelmäßig auf seine Wirtschaftlichkeit geprüft und in regelmäßigen Abständen neu kalkuliert werden. Dies gilt auch für Getränke.
2. Durch eine Auswertung der konkreten Kassendaten können die beliebtesten Gerichte des eigenen Betriebs ermittelt werden. Diese Gerichte sollten den größten Gewinn abwerfen. Wenn nicht, lohnt sich besonders hier eine Neukalkulation.
3. Gerichte, die kaum nachgefragt werden, können bedenkenlos von der Karte gestrichen werden. Auch hierfür dient die Auswertung der Kassendaten.
4. Arbeiten Sie mit einer kleinen Standardkarte und nutzen Sie zusätzlich Wochenkarten, Saisonkarten oder auch Tafeln. Dabei dürfen Gerichte durchaus auch mal vergriffen sein, anstatt durch zu viel beschaffte Ware Abfälle und zusätzliche Kosten zu produzieren. Auch nicht mehr vorrätige Gerichte zeugen von einer frischen Küche.
5. Positionieren Sie Ihre Klassiker bewusst im Zentrum der Aufmerksamkeit Ihrer Gäste. Hierfür eignet sich beispielsweise die optische Hervorhebung durch einen Rahmen oder eine farbliche Untermalung.
6. Bieten Sie auch günstige Gerichte an. Jeder Gast sollte etwas nach seinem Geschmack und Geldbeutel auf Ihrer Speisekarte finden. Wenn jeder Gast die Wahl zwischen zwei Gerichten hat, die ihm persönlich zusagen, genügt dies völlig.

7. Vegetarische beziehungsweise vegane Gerichte sollten auf keiner Speisekarte fehlen. Wer von vornherein auf vegane Gerichte setzt, hat damit automatisch auch etwas für Vegetarier im Angebot.

8. Nutzen Sie Synergien bei den Beilagen. Die gleichen Beilagen können problemlos bei mehreren Gerichten zum Einsatz kommen. Dies reduziert den Kosteneinsatz ebenso, wie den Arbeitsaufwand in der Küche.

9. Versuchen Sie, Beilagen wie Salate separat anzubieten, um den Umsatz zu steigern.

10. Werben Sie auf Ihrer Speisekarte aktiv für Heißgetränke, diese haben in der Regel einen sehr geringen Wareneinsatz.

11. Nutzen Sie Fantasienamen für Ihre Gerichte. Damit entgehen Sie der Vergleichbarkeit mit ihren Mitbewerbern.

12. Verweisen Sie unbedingt auf Ihre Lieferanten, hier können auch kleine Geschichten zum Einsatz kommen und die Authentizität des eigenen Betriebs unterstreichen.

13. Erwähnen Sie Zertifikate und Auszeichnungen, sie sorgen für Vertrauen.

14. Auch weitere Informationen zu Ihrem Betrieb, dem Haus, der Geschichte des Unternehmens, der betreibenden Familie oder den Warenproduzenten vermitteln Transparenz und Leidenschaft für die Bewirtung Ihrer Gäste.

15. Verweisen Sie zusätzlich auch auf weitere Angebote wie Veranstaltungen, anmietbare Räumlichkeiten oder Spezial-Events.

Nur etwa 10 Prozent der Gäste wissen vor dem Besuch eines Restaurants bereits, was sie essen möchten. Die verbleibenden 90 Prozent sind durchaus gewillt, sich länger mit der Speisekarte auseinanderzusetzen. Bei der Erstellung einer Speisekarte sollten Gastronomen und Hoteliers daher nicht nur auf Funktionalität setzen, sondern auch auf eine alltagstaugliche Gestaltung achten. So ist es beispielsweise immer von Vorteil, ein Kartenkonzept zu nutzen, bei dem die einzelnen Seiten schnell und unkompliziert getauscht werden können.

Gerade durch die in der näheren Vergangenheit gestiegenen Einkaufspreise für Lebensmittel und Getränke sowie die gestiegenen Energie- und Personalkosten ist es zudem unabdingbar, die angebotenen Preise in regelmäßigen Abständen hinsichtlich ihrer Wirtschaftlichkeit zu prüfen und gegebenenfalls erneut zu kalkulieren. ☹

Alexander Bauerfeind

HOGA Hotel- und
Gaststätten-Beratungsgesellschaft mbH
Türkenstraße 7 | 80333 München
Telefon: 089/45 74 71-0
www.hoga-muenchen.de



DAS EINMALEINS ZUR LANGFRISTIGEN MITARBEITER-FINDUNG UND BINDUNG

SCHULPATENSCHAFTEN UND MITARBEITERGESPRÄCHE

Um die junge Generation Auszubildender gezielt anzusprechen und damit auch die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft des eigenen Unternehmens zu stellen, gilt es, aktiv um junge Mitarbeiter zu werben. Schulpatenschaften sind eine attraktive und langfristig angelegte Möglichkeit, mit Jugendlichen und auch Lehrern ins Gespräch zu kommen. Sind die Mitarbeiter für das eigene Unternehmen gewonnen, empfiehlt Susanne Droux, Geschäftsführerin Berufsbildung und Branchenförderung sowie Leiterin des Forums Junge Gastgeber, jährlich stattfindende und gut strukturierte Mitarbeitergespräche.

1. SCHULPATENSCHAFTEN ALS KOOPERATION MIT BEIDSEITIGEM NUTZEN

Mit Hilfe einer regionalen Schulpatenschaft können Hotels und gastronomische Betriebe schon im Frühjahr geeignete Auszubildende direkt aus der Nachbarschaft anwerben. Dies funktioniert am besten durch die Kooperation mit einer der allgemeinbildenden Schulen im direkten Umkreis.

Ein weiterer Vorteil ist, dass man durch die regionale „Werbung“ vor Ort neben ansässigen Auszubildenden auch potenzielle neue Gäste auf sich aufmerksam machen kann.

Damit eine Schulpatenschaft gelingt, unterstützt der DEHOGA Bayern unter anderem mit den folgenden Materialien:

- DEHOGA Bayern Ablauf einer Schulpatenschaft
- DEHOGA Bayern Kooperationsvertrag
- DEHOGA Bayern mögliche Aktivitäten im Rahmen einer Schulpatenschaft (zur Auswahl)
- DEHOGA Bayern Urkunde Schulpatenschaft für Schule und Betrieb
- DEHOGA Bayern Anschreiben an Schulen

WEITERE INFORMATIONEN



Weitere Informationen zum Thema Schulpatenschaften erhalten Interessierte durch Scannen des nebenstehenden QR-Codes.

2. STRUKTURIERTE MITARBEITERGESPRÄCHE FÜR GUTES ARBEITSKLIMA

Wenn die Kündigung eines bewährten Mitarbeiters erst einmal auf dem Tisch liegt, ist es meist zu spät. Dabei liegt der Anlass für die Unzufriedenheit oft schon länger zurück und hätte mit einem Mitarbeitergespräch geklärt werden können. Deshalb sollte dieses Gespräch zwischen Unternehmensführung und deren Mitarbeitern mindestens einmal pro Jahr anstehen. Auch wenn so mancher sich gerne davor drücken würde. Gerade die persönlichen Fragen und ein direktes Feedbackgespräch zwischen Chefetage und Belegschaft wirken meist klärend, verbindend und extrem motivierend. Zudem ist es wichtig, guten Mitarbeitern bei positiven Leistungen eine Perspektive aufzuzeigen. Geben Sie Ihrer Wertschätzung Raum und lassen Sie Taten folgen.

Der DEHOGA Bayern unterstützt Mitgliedsunternehmen durch folgende Materialien:

- Einladung und Leitfaden zum Mitarbeitergespräch
- Spinnenkriterien für Mitarbeitergespräche
- Erklärung der Spinnenkriterien und Nachbereitung

WEITERE INFORMATIONEN



Weitere Informationen zum Thema Mitarbeitergespräche erhalten Interessierte durch Scannen des nebenstehenden QR-Codes.

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

JUNI

Krise- und Veränderungsmanagement	01.06.2022
Unternehmenskultur entdecken, kommunizieren und effektiv einsetzen	20.06.2022
Mitarbeiterkommunikation – Der Schlüssel zum Erfolg	22.06.2022
Chancen und Erfolg mit Ihrem perfekten Businessplan	23.06.2022
WOW-Effekte und Verblüffungsmomente schaffen	23.06.2022

JULI

Generation Y und Z	01.07.2022
Zeit-/ Selbstmanagement	04.07.2022
Prozessoptimierung in der Dienstleistung	05.07.2022
Persönlichkeitsentwicklung für Führungskräfte Teil I	06.07.2022
Influencer Marketing für Restaurants und Hotels	07.07.2022
Power Briefing – die initiative Methode für Team Kommunikation	11.07.2022
DSGVO – Meistern Sie Ihren betrieblichen Datenschutz	11.07.2022
Facebook Marketing optimieren	12.07.2022
Erfolgreiche Instagram-Promotion für Gastgeber	12.07.2022
WOW – Geheimnis echter Kundenbindung	18.07.2022
Gesundheitsmanagement	19.07.2022
Kurze Aussagen und klare Texte führen zum Erfolg	25.07.2022
Krise als Chance wahrnehmen	26.07.2022
Innovationswerkstatt: Zeit für Neues!	27.07.2022

SEPTEMBER

Der Preis ist heiß – worauf es ankommt	12.09.2022
Q-Coach – Service-Qualität Deutschland	13.-14.09.2022
Gründerkompakt-Praxisworkshop – Der Einblick	15.09.2022

OKTOBER

Aufzeichnungspflicht im Gastgewerbe – Fit im Dokumentieren von A-Z	04.10.2022
Mitarbeitermotivation im Housekeeping	07.10.2022
Führungs Akademie Modul III	10.-11.10.2022
Führungs-Akademie – Intensiv- und Praxistag	12.10.2022
Qualität- und Konfliktmanagement	13.10.2022
Gastgewerbliche Betriebswirtschaft Teil II	17.-19.10.2022
Allergenmanagement in der Gastronomie	20.10.2022
Future Service Sells – Dienstleistung im Wandel	24.10.2022
Hilaritas – Die Kunst der heiteren Gelassenheit	25.10.2022
Zeit-/ Selbstmanagement	27.10.2022
Zielführend kommunizieren	28.10.2022

Veranstaltungsort

Prinz-Ludwig-Palais
Türkenstraße 7
80333 München

Weitere Informationen unter

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





Dennis Imhof

Attitude:

„Wir arbeiten da, wo andere Urlaub machen.“

Nachhaltigkeit:

„Wir gestalten unsere Benefits und Akquise-Maßnahmen im Einklang mit der Umwelt. Für unsere Azubis gibt es zum Beispiel einen e-Scooter als Willkommensgeschenk.“

Digitalisierung:

„Wir empfangen Bewerbungen über alle Kanäle – auch über WhatsApp!“

Attraktive Ausbildung:

„Willkommensgeschenke, Einführungstage, Azubi-Mentoren, externe Praktika oder Schnuppertage in unserem zweiten Hotel – damit begeistern wir unsere Auszubildenden.“

Labels:

„Wir untermauern unsere Versprechen mit Labels: Darunter zum Beispiel der Umwelt- und Klimapakt Bayern sowie der Top-Ausbildungsbetrieb“

TIPPS UND TRICKS AUS ERSTER HAND

Wie die Jungen Gastgeber Mitarbeiter gewinnen

Dennis Imhof ist Geschäftsführer im Hotel Imhof in Gemünden am Main (Main-Spessart) und „Botschafter Digitalisierung & Umwelt“ der Jungen Gastgeber des DEHOGA Bayern. Stefanie Ferber ist als „Regionalsprecherin Schwaben“ für die Jungen Gastgeber aktiv. Die grundlegenden Eckpfeiler ihrer Strategie zur Mitarbeitergewinnung haben sie in jeweils kurzen Aussagen vorgestellt.



Ihre Erfahrungen bringen die Jungen Gastgeber im Großen Vorstand des DEHOGA Bayern ein.



Stefanie Ferber

Attitude:

„Wir suchen nicht, sondern lassen uns finden.“

Stolz:

„Wir präsentieren unser Unternehmen mit Stolz und sind stolz auf das was wir tun.“

Anspruch:

„Wir nehmen nicht jeden und finden so neben Mitarbeitern auch gute Freunde.“

Werte:

„Wir setzen auf gleiche Wertvorstellungen.“

Bedingungen:

„5-Tage-Woche, Zeiterfassung, feste Ruhetage, Unterstützung in persönlichen Belangen, flexible Urlaubs- und Freizeitgestaltung, Home-Office und Arbeitseinsätze nach Fähigkeiten – diese Arbeitsbedingungen sind für uns maßgebend und selbstverständlich!“

**DU MÖCHTEST AUCH TEIL DES
FORUM JUNGE GASTGEBER SEIN?**

Melde dich per Mail bei:

Susanne Droux, Leiterin (s.droux@dehoga-bayern.de)

Julia Schiffer, Stv. Leiterin (j.schiffer@dehoga-bayern.de)

Monika Prummer, Assistentin (m.prummer@dehoga-bayern.de)



Weitere Informationen zum Forum Junge Gastgeber
finden Sie auf unserer Homepage durch Scannen
des nebenstehenden QR-Codes.



**KROSWANG**
DER FRISCHE-LIEFERANT

Kroswang



Zeit für Frische

Zeit für die frischesten Lebensmittel.
Direkt vom Produzenten in Ihre Küche.
07248 685 94, kroswang.at

Frische bringt's.

DIE BRAUNEN AUTOBAHNSCHILDER HABEN SPRECHEN GELERNT

SEHENSWÜRDIGKEITEN FÜR AUGEN UND OHREN

Jeder Autofahrer kennt die braunen Tafeln entlang der Autobahnen. Sie weisen auf Sehenswürdigkeiten oder Besonderheiten hin – inklusive Bild und Beschriftung. Nun können die bayerischen Tafeln mehr. Die Bayern Tourismus Marketing GmbH hat ihnen zusammen mit verschiedenen Partnern das Sprechen beigebracht. Direkt bei der Fahrt, über eine App oder perspektivisch auch über das Navi.

Sie sind von den Autobahnen nicht wegzudenken – und trotzdem wird ihnen nur mäßige Beachtung geschenkt: die braunen Schilder jenseits der Leitplanken, die auf Sehenswürdigkeiten am Ort hinweisen. Ganze 849 gibt es davon in Bayern, korrekt heißen sie „touristische Unterrichtstafeln“. Doch nun ist etwas geschehen mit diesen statischen 2-D-Gebilden. Sie sind multimedial geworden. Um dies zu ermöglichen hat sich die Bayern Tourismus Marketing mit Maqnify, den Regionalverbänden von Allgäu, Bayerisch-Schwaben, Oberbayern, Ostbayern und Franken sowie Cerence zusammengetan, dem

weltweit führenden Anbieter von KI-gestützten Assistenten für die Automobil- und Mobilitätsbranche.

„Mit der Audio-App ‚Erlebnisguide‘ von Maqnify können sich Reisende nun genau anhören, was es mit den Orten, den sogenannten ‚Points of Interest‘, auf sich hat, warum sich ein Besuch lohnt und welche Geschichten es dort zu erzählen gibt“, erläutert Barbara Radomski, Geschäftsführerin der Bayern Tourismus Marketing. Und durch die Integration mit Cerence Tour Guide, einer KI-gestützten Anwendung für Kfz-Assistenten, die professionelle, geführte Tour-In-



UNTERWEGS
IN BAYERN?
KOSTENLOSER AUDIOGUIDE



halte direkt ins Auto bringt, wird das Angebot sogar noch leistungsfähiger, da der Kfz-Assistent in der Lage ist, gesprochene Informationen über wichtige Orte und Sehenswürdigkeiten zu liefern, während der Fahrer auf seiner Reise voranschreitet.

Sehenswürdigkeiten, Welterbestätten, besondere Landschaften oder historische Orte – das alles kann entlang des Weges entdeckt werden. Und besonders viele dieser Schilder gibt es tatsächlich in Bayern. Allein an einer der wohl meistgenutzten Routen im Freistaat, der Autobahn 8 von München Richtung Salzburg, stehen nach Zählung der Autobahndirektion Südbayern knapp 30 Tafeln. Und es werden mehr: Als die Schilder 1988 zum ersten Mal an der Autobahn erschienen, mussten sie noch in mindestens 20 Kilometern Abstand zueinander aufgebaut werden. Diese Beschränkung gibt es heute nicht mehr.

GESCHICHTEN WERDEN BEIM VORBEIFAHREN ERZÄHLT

Ihre Geschichte erzählen die Tafeln entlang der 2.500 bayerischen Autobahnkilometer genau dann, wenn man an ihnen vorbeifährt. So wird die Fahrt zu einer echten Entdeckungsreise. „Die Hör- und Textbeiträge versorgen die Reisenden mit Information und Inspiration, spannenden Geschichten und abwechslungsreichen Anregungen“, sagt Radomski. Und: „Zukünftig sollen auch weiterführende Informationen, wie Parkplatzauslastungen oder Veranstaltungshighlights für Autofahrer ausgespielt werden, um die komplette Reise des Gastes zu begleiten.“ Ein Mehrwert der App: Sie kann sowohl während als auch schon vor der Fahrt als Reiseplaner genutzt werden. Und noch eine andere Art des Hörens soll in Zukunft möglich sein: Durch die Zusammenarbeit von Magnify mit Cerence werden die Informationen bald direkt in den Autos verfügbar sein. „Bereits in diesem Jahr werden erste Hersteller den Tour-Guide als Integration in den Onboard-Navigationssystemen anbieten“, freut sich Radomski.

UNTERSTÜTZUNG KÜNSTLICHER INTELLIGENZ IM TOURISMUS

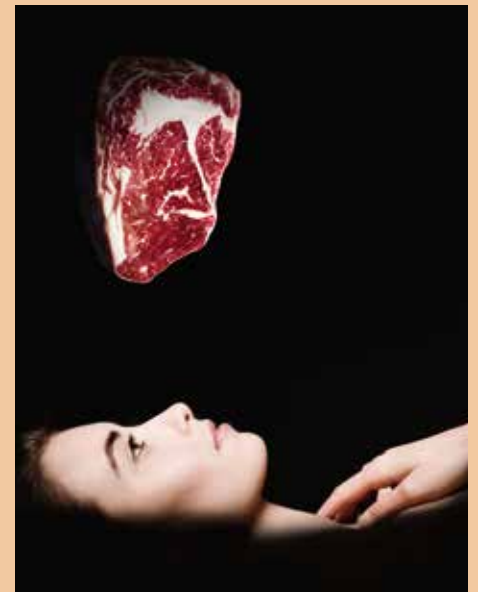
„Wir sind stolz darauf, mit Magnify und der Bayern Tourismus Marketing zusammenzuarbeiten, um Fahrer und Beifahrer durch aufregende neue Reisen zu führen und ihre Zeit auf der Straße zu bereichern“, betont auch Christophe Couvreur, Senior Vice President und General Manager Core Products bei Cerence. Couvreur sieht in dem Produkt Cerence Tour Guide ein hervorragendes Beispiel dafür, dass Sprachtechnologien, die durch künstliche Intelligenz gestützt werden, das Erlebnis im Auto aufwerten können.

Die Audiodateien werden als Open-Data-Files angeboten. „Das Projekt ‚Erlebnissguide‘ ist somit eines der ersten Anwendungsbeispiele für die Nutzung der Bayern-Cloud Tourismus. Für interessierte Nutzer werden die Audiodateien also mit dem Start der Plattform ab Mitte des Jahres 2022 kostenfrei zur Verfügung stehen und können auch für andere Projekte verwendet werden“, so Markus Garnitz, Leiter der Kompetenzstelle Digitalisierung. Zudem sind, analog zu jeder Tafel, ein Bild, Zieladresse und eine Kurzbeschreibung hinterlegt – so dass man gleich ans Ziel jenseits der Autobahn navigieren kann. Und wer noch kein Reiseziel für den kommenden Urlaub in Bayern hat, der kann die App bequem von Daheim aus als Reiseplaner verwenden. 

SALON beef

OBSESSION

Selektiertes
Kalbinnen-
Fleisch der
Premium-Klasse.



—— Unser 21 Tage lang vorge-
reiftes Kalbinnen-Fleisch besticht
durch ein unvergleichliches Aroma
und ist besonders zart und saftig.
Garantiert aus Österreich und ex-
klusiv bei KRÖSWANG. ——

www.salonbeef.at
07248.685 94

GEBOREN / GEMÄSTET /
GESCHLACHTET /
VERARBEITET IN ÖSTERREICH



GUTE IDEEN WERDEN DIE CORONA-KRISE ÜBERDAUERN

Ein Dinner im eigenen Wohnmobil

Die Corona-Pandemie hat vor allem die Gastronomie hart getroffen. Umsätze im Lockdown? Da brauchte es schon gute Ideen. Doch mit kreativen To-go-Konzepten konnten sich findige Betreiber nicht nur über Wasser halten, sondern auch neue Kunden gewinnen. Ein Beispiel hierfür ist das sogenannte „Womo-Dinner“.

Die Idee entstand in der zweiten Phase des Lockdowns, in der Lokale ausschließlich Take-away-Speisen anbieten durften. Auch Wohnmobilmfahrer waren von den Beschränkungen betroffen. Nur zu gern würden sie auf ihren Entdeckungsfahrten halt machen, um die regionale Küche vor Ort zu genießen. Doch es herrscht deutschlandweit Bewirtungs- und Übernachtungsverbot.

Dann hatte ein Gastronom die zündende Idee. Wohnmobil-Gäste dürfen im Lockdown mit ihrem Wohnmobil zwar nicht übernachten, parken aber schon. Was spricht also dagegen, die Speisen an das Wohnmobil zu bringen? Wer der gewitzte Unternehmer war, weiß heute keiner mehr genau. Entscheidend war eher die Facebook-Gruppe Wohnmobil-Dinner, die dieser Idee eine Plattform bot. Die Resonanz unter den Gastronomen wie Campern war beachtlich, die Regeln ganz einfach.

Wie funktioniert ein Wohnmobil-Dinner?

Interessierte Gäste suchen sich auf der Internetseite womo-explorer.de über die Umgebungssuche oder nach bestimmten Kriterien ein Lokal. Und los geht's. Vor Ort erwartet die mobilen Gäste ihr Wunschmenü, das entsprechend verpackt mit echtem Geschirr und Besteck ans Wohnmobil (kurz: Womo) gebracht und dort verzehrt wird. Auf Einwegverpackungen wird verzichtet. Alles soll einem echtem Restaurantbesuch so nah wie möglich kommen, und letztlich soll nicht nur die Idee, sondern auch das Dinner möglichst nachhaltig sein. Die Womo-Fahrer freut's, denn sie müssen ihre Küche und das Geschirr auch nicht selbst reinigen.

Eine Idee über den Lockdown hinaus

Als während des Lockdowns mit den Übernachtungsverboten beim Dinner noch Zurückhaltung mit Alkohol geboten war (es durfte ja nicht übernachten).



tet werden), ist für Gäste mit dem derzeitigen Ende der Beschränkungen auch eine Übernachtung auf dem Parkplatz zur Wiederherstellung der Fahrtüchtigkeit möglich.

Aktuell nehmen 1.083 gastronomische Betriebe am Wohnmobil-Dinner teil und profitieren in mehrfacher Hinsicht davon. Denn unabhängig von den weit angereisten Gästen kommen auch solche aus der nahen Region, die sie früher nie gehabt hätten, und entdecken das Wohnmobildinner als Kurzurlaub um die Ecke, und sparen dabei den aktuell teuren Sprit. Darum könnte sich die Überlegung lohnen, aus dem derzeitigen Parkplatz einen Stellplatz für neue Gäste zu machen.

WEITERE INFORMATIONEN IM INTERNET

Weitere Informationen und Anregungen zum „Womo-Dinner“ finden Interessierte auf der Internetseite www.womo-explorer.de. Auch die Homepage des Caravaning Industrie Verbands (CIVD) unter www.civd.de bietet zahlreiche Tipps und Tricks rund um das Thema „Urlaub mit dem Wohnmobil“.

TREND MEAL FOOD SERVICE GMBH & CO. KG

DER VER- PFLEGUNGS- SPEZIALIST

für frische Convenience Produkte

Trend MEAL Food Service ist Ihr Verpflegungsspezialist für frisch hergestellte Convenience Produkte. Mit einer Erfahrung von über 40 Jahren gehören wir zu den Convenience Pionieren in Deutschland. Wir kochen leidenschaftlich gern.

Überlegen Sie, wie Sie Ihren Gast jetzt und in Zukunft mit frischem und leckerem Essen, wie selbst gekocht versorgen? Haben Sie oder sehen Sie Personalengpässe in Ihrer Küche? Wir unterstützen Sie mit frisch gekochten Menükomponenten und Konzeptlösungen. Die gewünschten Lebensmittel können im Beutel oder in der Menüschale bezogen werden. Zum 1. Juli 2022 erweitern wir für Sie unsere Produktion für den Bezug von Convenience-Produkten im Glas.

- Direktbelieferung für HoReCa, Systemgastronomie und Gemeinschaftsverpflegung
- Produktion in Bayern
- Zertifizierungen: BIO, IFS
- Eigene Marke: mydeli

www.trendmeal.de

Kontakt:

Trend Meal Food Service GmbH & Co. KG

Bestellungen: +49 9604-9203-20

Kontaktformular: www.trendmeal.de/kontakt/

Trend **MEAL**
die Manufaktur

DREI BESTSELLER FÜR DAS GASTGEWERBE

Hochwertige Fachbücher zu gewinnen

Nachdem sich Bücherverlosungen bei den Gastgeber Bayern-Lesern stets großer Beliebtheit erfreuen, gibt es in dieser Ausgabe insgesamt sechs unterschiedliche Fachbücher im Gesamtwert von rund 350 Euro zu gewinnen. Von den untenstehenden drei Fachbüchern aus dem Trauner Verlag wird unter allen Lesern, die bis 30. Juni eine E-Mail mit dem Begriff „Richtig reinigen“, „Meine Gäste – meine Fans“ oder „Rezeption“ an f.john@gastgeber.bayern gesendet haben, je ein Exemplar verlost. Die weiteren verlosteten Fachbücher verstecken sich irgendwo in dieser Ausgabe. Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt, der Rechtsweg ist ausgeschlossen.



Mit gelungenem Housekeeping-Management zum Unternehmenserfolg

BITTE REINIGEN – ABER RICHTIG!

Neue Böden, die nach kurzer Zeit alt aussehen? Steigende Reinigungskosten bei wenig zufriedenstellenden Ergebnissen? Wie es anders

geht und wie Sie mit professionellem Housekeeping-Management sogar Geld sparen können, erklärt Housekeeping-Expertin Andrea Pflieger in ihrem neuen Buch „Bitte reinigen – aber richtig!“

Von Materialkunde über Abteilungsorganisation sowie Betriebs- und Arbeitsmittel bis zu den sensiblen Themen Desinfektion und Reinigung im Wellness-Bereich deckt das Buch alle für das Housekeeping relevanten Themen ab. Professionelles Housekeeping-Management hilft Geld sparen. Denn die richtige Pflege erhöht die Langlebigkeit von Materialien und Ausstattung. Neuanschaffungen sind deshalb seltener nötig. Mittels guter Organisation und effektiver Werkzeuge lassen sich die Arbeitszeit und damit die Mitarbeiterkosten reduzieren. Dank vorausschauender Planung bei Um- und Neubauten oder Renovierungen lässt sich der Arbeitsaufwand verringern, etwa durch die Wahl pflegeleichter Materialien, kurze Arbeitswege und strategisch platzierte Depots.

„Bitte reinigen – aber richtig! Mit gelungenem Housekeeping-Management zum Unternehmenserfolg“ / € 74,90 / ISBN 978-3-99033-465-2

Das „Must-have“ für Rezeptionistinnen und Rezeptionisten und alle, die es noch werden wollen!

#REZEPTION

Der erste Eindruck zählt! Bin ich in einem Hotel willkommen oder nicht? Fühle ich mich hier wohl? Diese Fragen stellen sich Gäste intuitiv in Sekundenschnelle. Deshalb sind gute Rezeptionisten so wichtig! Sie stehen in vorderster Reihe und sind die Botschafter gelebter Gastlichkeit.

Von A wie Abreiseliste bis Z wie Zweibettzimmer: Mit diesem lexikalisch aufbereiteten Buch finden die Leser blitzschnell alle relevanten Informationen zum Thema Frontoffice-Management. Das Buch ist in über 350 Stichwörter unterteilt – von A wie Abreiseliste bis Z wie Zweibettzimmer. Gespickt mit zahlreichen Beispielen aus der Praxis ist dieses Buch ein „Must-have“ für alle Rezeptionisten und sollte an keinem Frontdesk fehlen. Manche Gäste sind eine Herausforderung. Mit zahlreichen Filmen sind die Leser bestens gerüstet, um auch mit schwierigen Gästen professionell umgehen zu können. Zusätzlich gibt es zu allen Dialogen auch englische Übersetzungen.

#rezeption – Das „Must-have“ für Rezeptionistinnen und Rezeptionisten und alle, die es noch werden wollen! / € 64,90 / ISBN 978-3-99033-828-5



Von der Servicewüste zur Gästebegeisterung „MEINE GÄSTE – MEINE FANS“

„Gutes Benehmen macht erfolgreich“, weiß Elisabeth Motsch, Autorin des neuen Buchs „Meine Gäste – meine Fans“. „Es ist der feine Grat zwischen höflicher Leichtigkeit und verkrampftem Bemühen, der zum Erfolg

führt – gerade im Umgang mit Gästen, so die bekannte Trainerin und Speakerin weiter.

Doch der mahnende Zeigefinger hat in diesem Buch abgedankt. Mit Hilfe zahlreicher Geschichten aus der „freien Wildbahn“ machen sich die Leser mit der „Spezies“ Gast zusehends vertrauter und sensibilisieren durch das Nacherleben praxisnaher Alltagsszenen den eigenen Umgang mit dem Gast. „Do-it-yourself“-Übungen schärfen die persönliche Wahrnehmung, zeigen aber gleichzeitig, wie man eigene Verhaltensmuster ändern kann. „Meine Gäste – meine Fans“ ist für alle Mitarbeiter und Führungskräfte – gleich ob Rezeption, Service, Housekeeping oder Wellness-Abteilung – geeignet. Alle Themen sind vollkommen auf den gastronomischen Alltag zugeschnitten.

„Meine Gäste – Meine Fans – Von der Servicewüste zur Gästebegeisterung“ / € 34,90 / ISBN 978-3-99033-108-8

ZU GAST IN OBERHOF

Willkommen am Buffet

Die Eigentümerfamilie des Hotels „Thüringenschanze“ nutzte die vergangen zwei Jahre, um das im Hotel integrierte Restaurant „Bergvagabund“ im neuen Glanz erscheinen zu lassen.

Ziele der neuen Restaurant-Gestaltung für ein „All-you-can-eat-Buffet“ waren neben einer individuellen und ansprechenden Optik, vor allem, dem Personalmangel durch ein ausgeklügeltes Konzept zu begegnen. Überzeugt von dem Messeauftritt auf der letzten „Intergastra“ und der intensiven persönlichen Beratung und Planung, entschied sich die Eigentümerfamilie des Traditionshotels für Grimm Ladenbau. Das Ergebnis ist eine Thekenanlage, die aus drei Stationen besteht.

Einer freistehenden Kaltstation, für ein vielfältiges Salatbuffet oder verschiedenste Nachspeisen, sowie zwei Warmstationen mit integrierter Pizzastation für abwechslungsreiche warme Spezialitäten. Durch Einsatz des Hustenschutzes „Vario-SBS“ mit der integrierten Schiebescheibe, können diese beiden Stationen sowohl als offenes Buffet für die Selbstbedienung, als auch als klassische Bedientheke genutzt werden.

Aufgrund der Frontteilung ist es möglich, Teile der Theke für die Selbstbedienung zu öffnen. Dank dieses Konzepts und dem Einsatz moderner Kühl- und Warmhaltetechnik, kann die Theke sehr individuell und sogar mehrmals täglich unterschiedlich genutzt werden. Durch die Umstellung auf Selbstbedienungs-Buffet, kommt der Hotelier fast ohne Servicepersonal aus. Inspiriert von der Region, setzten die Planer und Handwerker von Grimm das „Thüringer Wald-Panorama“ auf der Verkleidung der Theke um und sorgten damit für ein einzigartiges Design mit einer großen Portion Lokal-Colorit.



© Grimm Ladenbau

GRIMM



LADENBAU – FOOD
GASTROEINRICHTUNG

ihr Spezialist für THEKENANLAGEN

NEUTRAL - KALT - WARMHALTEN - HEIß



NEU



aufgeräumt



Von Beratung bis Übergabe
Alles aus einer Hand



Über 20 Jahre Erfahrung
Inhabergeführt



Top Preis - Leistungs-
Verhältnis



Eigene Fertigung



Koordinierung der
Ausbaugewerke



Zuverlässig & Persönlich

Kontakt - Formular



www.grimm.de

Direkter Kontakt

GRIMM Möbelwerkstätten GmbH
Ulsenheim 112
91478 Markt Nordheim
Telefon: +49 9842 / 98890
E-Mail: ladenbau@grimm.de

Auf einen Cappuccino mit...

... Véronique Witzigmann, Feinkost-Unternehmerin und Buchautorin

LIEBE FRAU WITZIGMANN, SIE SIND ERFOLGREICHE UNTERNEHMERIN UND AUTORIN UND GELTEN NICHT NUR IN GASTRONOMIEKREISEN ALS EXPERTIN FÜR SÜSSES. MAN SPÜRT BEI DEM WAS SIE TUN IHRE LEIDENSCHAFT – WAS MACHT IHRE ARBEIT FÜR SIE ERFÜLLEND?

Das Wort Beruf ist für mich verbunden mit dem Wort Berufung. Ich habe das große Glück, meine Leidenschaft beruflich auszuüben und damit erfolgreich sein zu dürfen. Erfüllend ist für mich der gesamte Prozess, von der Idee über die Konzeption und Kreativität bis hin zum Ergebnis. Für mich gehört das alles zusammen.

IN IHREM BERUFLICHEN WERDEGANG HABEN SIE BEREITS UNTERSCHIEDLICHE BRANCHEN KENNENGELERNT. BEIM GASTGEWERBE SPRECHEN VIELE VON „DER SCHÖNSTEN BRANCHE DER WELT“ – WODURCH ZEICHNET SICH DIE ARBEIT IM GASTGEWERBE AUS?

Wenn man gerne mit Menschen zu tun hat, wenn man gerne Gastgeber ist, ist das Gastgewerbe eine tolle Branche, in der man sich ausleben kann. Die Arbeit im Gastgewerbe birgt so viele kreative und vielfältige Seiten und Möglichkeiten, da ist kein Tag wie der andere. Weil Menschen zusammenkommen und Menschen einfach individuell sind. Ich habe das große Glück, von klein auf in dieser Welt aufzuwachsen zu sein und so sehr früh festgestellt, dass ich da meine Erfüllung finde.

WIR BESCHÄFTIGEN UNS IN DIESER AUSGABE VOR ALLEM AUCH MIT DEN MITARBEITERN IM GASTGEWERBE. AUF WAS LEGEN MITARBEITER IN DER BRANCHE HEUTZUTAGE BESONDERS WERT?

TERN IM GASTGEWERBE. AUF WAS LEGEN MITARBEITER IN DER BRANCHE HEUTZUTAGE BESONDERS WERT?

Ich kann für unsere Mitarbeiter sprechen. Sie haben den Beruf gewählt, weil sie gerne mit Menschen arbeiten. Für sie ist es wichtig, einfach wertgeschätzt zu werden, wenn ihre Arbeit und sie selbst respektiert werden. Allerdings sollte dies selbstverständlich sein in jedem Beruf, nicht nur in der Gastronomie. Während der Lockdowns mussten sich viele Mitarbeiter aus der Gastronomie andere Jobs suchen. Ich habe festgestellt, dass sie häufig auch in Firmen Stellen angenommen haben, in denen sie auch mit Menschen zu tun haben, am Empfang oder im Einzelhandel. Was dann aber als „neuer Luxus“ von ihnen wahrgenommen wurde, waren geregelte Arbeitszeiten und ein gesichertes Einkommen – unabhängig von Wetter oder dem Gästeaufkommen und damit Trinkgeldern. Viele sind im vergangenen Jahr nicht in die Gastronomie zurückgekehrt, weil sie es angenehm empfanden, abends und am Wochenende zu Hause zu sein und Zeit mit der Familie, den Kindern zu verbringen.

WIE KÖNNEN DURCH DIE KRISE VERUNSICHERTE, POTENZIELLE NEUE MITARBEITER AUS IHRER SICHT WIEDER FÜR DAS GASTGEWERBE BEGEISTERT WERDEN?

Das ist sicherlich ein Thema, das nicht in zwei Sätzen abgehandelt werden kann, da es sich schon lange vor der „Krise“ abzeichnet hat, dass es einen Mitarbeitermangel gibt. Das Gastgewerbe ist ein wunderschöner Beruf für Leute, die Spaß haben am Umgang

mit Menschen, die gerne Gastgeber und kreativ im Umgang mit Lebensmitteln sind. Ich denke es fängt hier schon bei der Ausbildung an. Kein Koch, keine Servicekraft, kein Hotelkaufmann ist nach 3 Jahren „fertig“. Vielleicht sollte man darüber nachdenken, für diese Berufe eine Art Akademie zu gründen, in der immer wieder neue Weiterbildungen stattfinden. Eine angemessene Bezahlung, die vielzitierte Work-Life Balance sowie die Wertschätzung und den Respekt für jeden einzelnen Mitarbeiter setzte ich an dieser Stelle voraus. ☕

ZUR PERSON:

Véronique Witzigmann wurde 1970 in Washington, D.C. geboren. Heute lebt die Tochter von Eckart Witzigmann, mit ihrem Mann im Chiemgau. Die österreichische Unternehmerin gilt nicht nur in Gastronomiekreisen als Expertin für Süßes. 2005 gründete Véronique Witzigmann ihr Label für Feinkostprodukte mit der Herstellung von Fruchtaufstrichen und Chutneys. Seitdem erweitert sie ihr Geschäftsfeld im Süßspeisenbereich kontinuierlich. Ihre Erfahrungen im Bereich des sogenannten Frontalkochens lässt Véronique Witzigmann einfließen in ihre Back-Workshops, aber auch in Kochsendungen im Internet und TV. Zudem gibt sie ihr Fachwissen weiter als Autorin von Kochbüchern zur süßen Küche – prämiert zum Teil mit der Silbermedaille der Gastronomischen Akademie Deutschlands e.V., kurz GAD.

Seit 2022 hat sie mit ihrem Mann, dem bekannten Food-Fotograf Volker Debus eine alte Schreinerei am Samerberg zu einer kulinarischen kreativ Werkstatt umgebaut. Hier finden unterschiedliche Kochbuchproduktionen, sowie Rezeptentwicklung und Foodfotografie statt. Ab Herbst/Winter wird es auch Workshops und Seminare geben.



Mitmachen und gewinnen



Unter allen Lesern, die bis 30. Juni 2022 eine E-Mail mit dem Stichwort „Backbuch“ an f.john@gastgeber.bayern schicken, werden zwei Exemplare des neuen Buchs „Süßes“ von Véronique Witzigmann verlost. Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

AKTUELLE AUSSTELLUNG BIS DEZEMBER 2022 IN REGENSBURG

ERÖFFNUNG DER BAYERNAUSSTELLUNG

„WIRTSCHAUSSTERBEN? WIRTSCHAUSLEBEN!“

Seit Ende April 2022 sind die Pforten der neuen Bayernausstellung im Haus der Bayerischen Geschichte mit dem Titel „Wirtshaussterben? Wirtshausleben!“ geöffnet – Ideengeber hierzu war der Bayerische Hotel- und Gaststättenverband. Über 600 Exponate, eine 30-minütige Film-Dokumentation im HdBG-Kino und drei Festwochenenden sind nun bis zum 11. Dezember 2022 für die einmalige kulturhistorische Schau in Regensburg geboten. Die Eröffnung wurde vorgenommen durch den Bayerischen Ministerpräsidenten Dr. Markus Söder, Staatsminister Hubert Aiwanger und Dr. Richard Loibl, Direktor des Hauses der Bayerischen Geschichte.

Der Bayerische Ministerpräsident Dr. Markus Söder resümiert bei der Eröffnung: „Wirtshäuser sind ein zentrales Stück Bayern. Sie sind das Herz unserer Orte, Begegnungsorte und ein Bekenntnis zu Brauchtum und Heimat. Der Freistaat unterstützt seine Gastronomie aus voller Überzeugung. Die Familienbetriebe stehen für das sympathische Gesicht Bayerns und bieten Gastlichkeit zum Wohlfühlen für Urlaubsgäste und Einwohner. Serviert werden regionale Lebensmittel in hoher Qualität aus bayerischer Landwirtschaft, die weltweit beliebt sind.“

WARUM EINE BAYERNAUSSTELLUNG ZUM THEMA „WIRTSCHAUSSTERBEN? WIRTSCHAUSLEBEN!“?

Dr. Richard Loibl erläuterte in seiner Einführung die Idee und den Hintergrund zur neuen Präsentation des HdBG: „Das Wirtshaussterben beschäftigt in Bayern Politik und Medien. Offenbar spielt das Wirtshaus für die bayerische und eingeschlossen schwäbische wie fränkische Kultur eine wichtige Rolle. Sein Niedergang wird sogar als schwerwiegende Beeinträchtigung unserer Lebensart gefühlt. Warum? Das ist eine kulturgeschichtliche Frage, die sich besonders für eine Ausstellung eignet. Wir haben uns im Haus der Bayerischen Geschichte lange damit beschäftigt und dazu viele hundert einschlägige Exponate gesammelt.“ Durch die Bündelung in einer Ausstellung wurde vielfältigen Wünschen aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft entsprochen, dieses Thema aufzugreifen. „Es ist tatsächlich eine ganz besondere Ausstellung geworden“, so Loibl weiter. „Weil wir das Spielerische des Themas, von der Kegelbahn bis zum Flipper, im wahrsten Sinn des Wortes nachvollziehbar machen, mit einem eigens angefertigten Film außerdem das präsentieren, was eine Ausstellung sonst nicht zeigen kann, schließlich mit unserem Begleitpro-

gramm das ganze Regensburger Museumsufer einbeziehen und einen riesigen bespielten Gastgarten gestalten. Über das Wirtshaus, im besten Sinn des Wortes eine Leitkultur, kommen wir dem Kern, hier sind wir uns mittlerweile sicher, bayerischer und süddeutscher Wesensart sehr nahe.“

AKTUELLE BAYERNAUSSTELLUNG BIS ENDE DES JAHRES 2022

Die Bayernausstellung „Wirtshaussterben? Wirtshausleben!“ ist bis zum 11. Dezember 2022 im Haus der Bayerischen Geschichte in Regensburg zu sehen. Zutaten und Beilagen sind die Präsentation mit ihren rund 600 Exponaten, der Film von Journalist und Filmemacher Dr. Michael Bauer, drei große Festwochenenden und ein HdBG-Magazin, das zum Thema der Ausstellung erschienen und für 10 Euro erhältlich ist. Darin beleuchten fünf Essays die Architektur der bayerischen Gemütlichkeit, das Unverwechselbare, den weltweiten Erfolg und die Zukunftsaussichten der bayerischen Wirtshauskultur. 

Weitere Informationen zur Ausstellung und dem Haus der Bayerischen Geschichte finden Interessierte unter www.hdbg.de und www.hdbg.de/museum

ÖFFNUNGSZEITEN:

Dienstag bis Sonntag:
9.00 bis 18.00 Uhr
Montag:
geschlossen

Fällt ein Feiertag auf einen Montag,
so ist das Museum geöffnet.



EINTRITTSPREISE:

Erwachsene:	7 Euro
Ermäßigt	5 Euro
(z. B. Senioren, Gruppen ab 15 Personen)	
Kinder und Jugendliche	Eintritt frei
(bis 18 Jahren sowie Schüler im Klassenverband und Studierende bis 30 Jahre)	

Die Eintrittskarte berechtigt während der Laufzeit der Bayernausstellung „Wirtshaussterben? Wirtshausleben!“ vom 30. April bis zum 11. Dezember 2022 am Tag des Erwerbs zum Besuch der Bayern- sowie der Dauerausstellung.

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),
Louisa Tilly (lt),
Sonja Mai (sm)

Gesamtanzeigenleitung:

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

Layout:

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

Druck & Versandanschrift für Beilagen:

Offizin Scheufele
Druck und Medien GmbH & Co.KG
Tränkestr. 17 | 70597 Stuttgart

Erscheinungsweise:

viermal im Jahr

Preis:

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

Urheber- und Verlagsrecht:

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

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



A woman with dark hair, smiling warmly, is hugging a white donkey from behind. The donkey is facing the camera. They are in a grassy field with a stone wall and trees in the background.

EIN ERFOLGSREZEPT

VON STAR-MOTIVATIONSTRAINERIN DANIELA BEN SAID

Bayerisch Modern

ODER: „Vom sturen Esel“

Es wird wieder Zeit für eine kleine Auszeit auf meinem Bauernhof – diese Mal mit meinen Eseln. Eseln wird nachgesagt, dass sie stur seien. Das ist nicht richtig – sie prüfen nur jedes Angebot, ob es wirklich zu ihnen passt. Sie lassen sich weder von „besonderen Angeboten“ locken, noch mit Androhungen zwingen. Sie gehen ihren eigenen Weg – langsam, aber sehr beständig.

„Das Pferd der Hoffnung galoppiert, doch der Esel der Erfahrung geht im Schritt.“ Welche Oma hat uns diesen Satz nicht schon einmal gesagt, wenn wir wieder von der Karriere als Sängerin oder Schauspielerin zu Träumen anfangen. Sicher ist es richtig, große Träume zu haben und dennoch muss uns klar sein, dass Erfolg seine Zeit braucht. Es kommen die an ihr Ziel, die beharrlich in kleinen aber sehr stetigen Schritten weitergehen. Auf dieser Reise werden wir auch unsere Erfahrungen machen und dabei manchmal gewinnen und manchmal lernen. Ein Esel ist nicht so schnell wie ein Pferd – dafür geht er immer weiter. Schritt für Schritt. Das können Sie auch. Verlieren Sie Ihr großes Ziel nie aus den Augen und gehen Sie einen Schritt nach dem anderen. So wie das Tempo für Sie passt. In kleinen aber beharrlichen Schritten kommen Esel viel weiter als die, die einfach losrennen.

Esel sind immer offen für neue Ideen und Wege. Bevor sie eine Entscheidung treffen, prüfen sie lediglich, wie sie den Weg für sich passend gestalten können. Wir Menschen sind oft anders: „Was der Bauer nicht kennt, futtert er nicht!“ Neues lehnen wir ab – das liegt in unserer Natur. In den Urzeiten war es sicherer, die neue und unbekannte Pflanze nicht zu essen – sie könnten giftig sein. Heute sind wir weiter. Und wenn der Esel neue Wege interessiert beschreitet, können Sie das auch. Also: Seien Sie offen für Innovationen – und gestalte Sie neue Ideen so, dass sie auch für Sie passen. Ein Esel weiß, dass er ein Esel ist und er lebt nach der Maxime: „Ich mache das was ich kann, da wo ich bin, mit dem was ich habe – in meinem Tempo.“ In diesem Sinne tierisch gute Grüße, machen Sie Ihr Ding und bis zur nächsten Ausgabe. ☺

Daniela Ben Said,
Keynote-Speakerin, Autorin und Coach

ICH BIN GERNE MITGLIED – GEMEINSAM SIND WIR STARK

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

CORNELIA BLODAU
RÜCKERT-CENTRUM GMBH,
SCHWEINFURT

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

ANGELA UND ANDREAS WEISSENFELD
HOTEL WÜRMtaler GÄSTEHAUS E.K.

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

FAMILIE WEISS UND TEAM
AUGUSTINER AM WÖRTHSEE



DEHOGA Bayern

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

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

**JETZT
MITGLIED
WERDEN!**

SPRECHEN SIE UNS GERNE AN!

Telefon: 089 28760-0

Fax: 089 28760-111

E-Mail: info@dehoga-bayern.de

Internet: www.dehoga-bayern.de

JETZT MITGLIED WERDEN UND VOM NETZWERK DES DEHOGA BAYERN PROFITIEREN!



VER **SICHER** UNGS
KAMMER
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

DRAG
RECHTSSCHUTZ

 **Finanzgruppe**