



# Gastgeber Bayern

Das Magazin  
für Gastronomie und  
Hotellerie

## #01

Ausgabe 2023

DEHOGA Bayern

### DER KAMPF UM GUTE MITARBEITER

Interview mit  
Bundesfinanzminister  
Christian Lindner

**Seite 8**

Gastronomen müssen  
dem Mitarbeitermangel  
aktiv entgegenreten

**Seite 36**

Mit Familienfreundlichkeit  
Arbeitskräfte finden  
und binden

**Seite 40**

*Wo ist es*

*wie im Bilderbuch,  
nur in echt?*

**Träum' dich in eine Landschaft, die Bayern unverkennbar macht:**

Das können nur Bayerische Streuobstwiesen.



#DIE IDYLLE



*Wäre es nicht verrückt, auf  
das Besondere zu verzichten?*

**streuobst-blueht.de**



„Mitarbeiter finden und binden“ – die dringende Bedeutung dieser Aussage wird seit der Pandemie immer klarer. Daher widmen wir uns nach einem Magazin zu diesem Thema im vergangenen Jahr auch mit dieser Ausgabe dem Mitarbeiter- und Fachkräftemangel und der Zukunftssicherung im Gastgewerbe.

Was erwarten junge Generationen von ihrem Arbeitgeber? Wie kann man den Onboarding-Prozess effektiv und modern gestalten? Wie sehen innovative Ansätze aus? Ist KI die Lösung? Oder Integration? Dazu haben Experten wie Jürgen Pichler von Rolling Pin eine klare Haltung. Und was sagt die Politik? In exklusiven und ausführlichen Interviews äußern sich Bundesfinanzminister Christian Lindner und Staatsministerin Ulrike Scharf über die Rolle der Politik bei der Mitarbeitersuche. Der Fokus liegt bei ihnen dabei auf der Flexibilisierung des Arbeitszeitgesetzes und dem Ansatz „Mehr Netto vom Brutto“.

Zusätzlich blicken wir mit Staatsminister Hubert Aiwanger auf den Freistaat und seine vielseitige Tourismusbranche. Wir sprachen mit ihm über die neue, multimediale Imagekampagne für den bayerischen Tourismus. Aiwanger bezeichnet diese als „Paradebeispiel für die zielgerichtete Zusammenarbeit zwischen Politik und Tourismusbranche“. Außerdem kommen auch starke Stimmen aus der Praxis, wie etwa Nina Mahnke, Leiterin Personal und Qualitätsmanagement beim Platzl Hotel und Gewinnerin beim Hospitality HR Award, zu Wort und schildern ihre Sicht auf das Thema Mitarbeiter in der Branche. Daneben gibt auch diese Ausgabe allgemeine Tipps und Hilfestellungen zum Thema an die Hand. 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 01/2023

### 06 **Aus dem Landesverband**

Eine Mitgliedschaft, die schützt	Seite 06
Im Gespräch mit Bundesfinanzminister Christian Lindner, MdB	Seite 08
DEHOGA Bayern im Gespräch	Seite 12

### 16 **Messen & Veranstaltungen**

Ein positiver Jahresauftakt für Gastgeber	Seite 16
Gastro Innovation Award 2023	Seite 18
Gemeinsam die Zukunft gestalten	Seite 20
Schlaubergerwissen	Seite 22

### 24 **Der Kampf um gute Mitarbeiter**

Der Kampf um gute Mitarbeiter wird zum echten Erfolgsfaktor	Seite 24
„Ohne Tourismus wäre Bayern in vielerlei Hinsicht ärmer“	Seite 26

Neue Kampagne: „Wir machen Urlaub“	Seite 28
Starke Partner für das Personalmanagement	Seite 30
Im Gespräch mit Ulrike Scharf, Staatsministerin für Familie, Arbeit und Soziales	Seite 32
Kreative Ideen zur Verbesserung der Mitarbeiterbeziehung	Seite 34
„Gastronomen müssen dem Mitarbeitermangel aktiv entgegenreten“	Seite 36
Küchenchef Nils Henkel im exklusiven Interview	Seite 38
Familienpakt Bayern	Seite 40
So geht Azubi-Marketing heute	Seite 41
Zwei Personalerinnen tauschen sich aus	Seite 44
Im Gespräch mit Isabella Hren, Geschäftsführerin BTG	Seite 48
Seminarangebote der Bayern Tourist GmbH	Seite 50

### **Bayern und die Welt**

## 53

Jugendcamp Bayern 2023	Seite 53
Darf man mal fragen...?	Seite 54
Aktuelle Beitragsordnung 2023	Seite 54

### **Auf einen Cappuccino mit...**

## 56

Dieter Janeczek	Seite 56
Ansprechpartner   Impressum	Seite 58

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

# Wussten Sie schon...

... dass 61 Prozent der 14- bis 21-Jährigen die offiziellen Webseiten potenzieller Arbeitgeber als Hauptinformationsquelle nutzen?

... dass **Praktika mit 54 Prozent das wichtigste Mittel zur Jobsuche für die 14- bis 21-Jährigen darstellen? Daneben sind Empfehlungen von Familie und Freunden ebenfalls ausschlaggebend.**

... dass eine gute Arbeitsatmosphäre und ausgewogene Balance von Arbeit und Freizeit für 65 Prozent der Generation Z ausschlaggebend für einen guten Arbeitgeber sind?

... dass für **58 Prozent der Generation Z „Spaß“ den größten Motivationsfaktor am Arbeitsplatz darstellt?**

... dass der Begriff „War for Talents“ erstmals im Jahr 1997 in einer Studie der Unternehmensberatung McKinsey & Company verwendet wurde? Hierbei ging es um die zunehmende Schwierigkeit von Unternehmen, geeignetes und qualifiziertes Personal zu finden.



ALLE DEHOGA BAYERN-MITGLIEDER SIND RECHTSCHUTZVERSICHERT

# Eine Mitgliedschaft, die schützt

Seit dem 1. Januar 2022 ist der Leistungskatalog für Mitglieder des DEHOGA Bayern durch eine umfangreiche Rechtsschutzversicherung ergänzt. Diese ist im Mitgliedsbeitrag inkludiert und schützt Betreiber von Hotel- und Gastronomiebetrieben vor rechtlichen Risiken, die sich nicht zuletzt aus der zunehmenden Fülle aktueller Verordnungen und Auflagen ergeben. Vor allem die Ereignisse der vergangenen Jahre haben gezeigt, wie wichtig ein guter Rechtsschutz für die Branche ist.



Der Gruppenvertrag, der mit der Versicherungskammer Bayern, einem Premium-Partner des DEHOGA Bayern, und deren Rechtsschutzversicherer ÖRAG vereinbart wurde, bringt den rund 12.000 Verbandsmitgliedern jede Menge Vorteile. Denn der „DEHOGA-Rechtsschutz“ beinhaltet eine breite Palette von Leistungsarten, die über die bisherigen Vorteile für Mitglieder des DEHOGA Bayerns hinausgehen. Dabei kann die ÖRAG auf ihre langjährige Erfahrung mit mittlerweile fünf weiteren DEHOGA-Verbänden zurückgreifen, die mit dem Düsseldorfer Rechtsschutzversicherer kooperieren.

„In vielen Fällen hat der DEHOGA-Rechtsschutz unseren Mitgliedern schon helfen können“ weiß auch Angela Inselkammer, Präsidentin des DEHOGA Bayern. „Denn die betroffenen Mitglieder können einen Rechtsanwalt beauftragen, der sie in der streitigen Sache vertreten kann. Dabei werden die Rechtsanwalts- und Gerichtskosten von der ÖRAG übernommen“, so Inselkammer weiter.

Beispiele gibt es dabei viele. So erfolgte in einem Betrieb beispielsweise eine Kontrolle durch den Zoll. Daraufhin wurde dem Inhaber vorgeworfen, die Arbeitszeiten seiner geringfügig beschäftigten Arbeitnehmer nicht innerhalb des vorgegebenen Zeitraums von sieben Tagen aufgezeichnet zu haben. Gegen den Inhaber wurde daraufhin ein Ordnungswidrigkeitenverfahren aufgrund des angeblichen Versäumnisses eingeleitet. In diesem Verfahren konnte sich der Inhaber mithilfe eines Rechtsanwalts sinnvoll verteidigen.

Auch bei Pacht- und Mietverträgen droht Ärger. So kam es vor Kurzem zu einem Fall, bei dem nach einer einvernehmlichen Beendigung eines Pachtvertrages über ein Restaurant der Inhaber Ersatz für die umfangreichen Umbauarbeiten erhalten möchte, die er zuvor zur Verbesserung des Lokals aufgebracht hat. Der Verpächter meinte jedoch, diese Kosten seien nicht von ihm zu tragen. Nachdem eine Einigung auch durch Einschaltung eines Rechtsanwalts nicht erreicht werden konnte, werden sich die Parteien demnächst vor Gericht treffen. Allein der Vorschuss für die Gerichtskosten betrug mehr als 12.000 Euro.

Als weiterer Vorteil hat sich in der Vergangenheit auch der unkomplizierte Umgang mit der Schadenmeldung erwiesen. Diese läuft über die Verbandsgeschäftsstelle in München. Gerne können Mitglieder sich aber auch zunächst an Ihre Bezirksgeschäftsstelle wenden, die schon in vielen Fällen weiterhelfen kann und bei Themen rund um den DEHOGA-Rechtsschutz an die Verbandsgeschäftsstelle in München weiterleitet. Von dort wird dann der Kontakt zur ÖRAG hergestellt und auf Wunsch eine Anwaltskanzlei empfohlen.

## WEITERE EXKLUSIVE LEISTUNGEN FÜR MITGLIEDER

Weil im Geschäfts- und Privatleben noch weitere juristische Risiken bestehen, bietet die ÖRAG eine individuelle Ergänzungsabsicherung an, die – falls gewünscht – zusätzlich zum DEHOGA Rechtsschutz abgeschlossen werden kann – auch hier selbstverständlich zu günstigen Sonderkonditionen. Damit können der Bereich Verkehr und der Privat-Rechtsschutz ergänzt werden. Auch für Vertragsrisiken im gewerblichen Bereich gibt es eine ergänzende Absicherung. Wichtig zu wissen: Sollten Mitglieder noch eine alte Rechtsschutzversicherung haben, so empfiehlt es sich, diese von den Beratern der Versicherungskammer auf Einsparpotenzial prüfen zu lassen. Weitere Informationen zum DEHOGA-Rechtsschutz und Ihre Ansprechpartner der Versicherungskammer Bayern finden Interessierte auf unserer Website der [www.vkb.de/content/\\_resources/beratersuche/](http://www.vkb.de/content/_resources/beratersuche/) 

### VERSICHERTE LEISTUNGSARTEN IM ÜBERBLICK

#### Unternehmer-RS (Baustein A)

- Arbeits-Rechtsschutz inkl. AGG-Rechtsschutz ab der 2. Instanz\*
- Schadenersatz-Rechtsschutz
- Steuer-Rechtsschutz
- Verwaltungs-Rechtsschutz
- Sozial-Rechtsschutz
- Daten-Rechtsschutz
- Straf-Rechtsschutz
- Ordnungswidrigkeiten-Rechtsschutz
- Disziplinar- und Standes-Rechtsschutz
- Opfer-Rechtsschutz

#### Spezial-Straf-RS (Baustein S)

- Spezial-Straf-Rechtsschutz (inkl. Rechtsschutz bei Vorsatzstrafaten und Übernahme von Honorarvereinbarungen)
- Ordnungswidrigkeiten-Rechtsschutz
- Disziplinar- und Standes-Rechtsschutz

#### Gewerberaum-RS (Baustein G)

- Grundstücks-Rechtsschutz für Ihr genutztes Gewerbeobjekt inkl. Rechtsschutz im Vertrags- und Sachenrecht (Eigentum, Pacht, Miete; auch für den Bierliefervertrag als Teil des Pachtvertrags) Schadenersatz-Rechtsschutz
- Steuer-Rechtsschutz
- Straf-Rechtsschutz
- Ordnungswidrigkeiten-Rechtsschutz\*

\* Bis einschl. zur 1. Instanz werden Mitglieder durch DEHOGA-Verbandsjuristen vertreten.



ICH SETZE MICH DESWEGEN  
SCHON LANGE FÜR DIE UMSTELLUNG  
AUF EINE WÖCHENTLICHE STATT  
EINE TÄGLICHE HÖCHSTARBEITSZEIT,  
FLEXIBLERE MINDESTRUHEZEITEN  
UND LANGZEITARBEITSKONTEN EIN.

IM GESPRÄCH MIT BUNDESFINANZMINISTER CHRISTIAN LINDNER, MDB

# „ENTLASTUNGEN BLEIBEN IN DER KRISE UND IN EINEM HOCHSTEUERLAND WIE DEUTSCHLAND RICHTIG UND NOTWENDIG“

Am 8. Dezember 2021 wurde Christian Lindner, Bundesvorsitzender der Freien Demokratischen Partei (FDP) und Mitglied des Bundestags, zum Bundesminister der Finanzen vereidigt. Damit markiert der freie Demokrat einen Meilenstein in seiner Vita. Bereits seit 1995 ist Lindner der FDP angehörig, durchlief zahlreiche Positionen in der Opposition als auch in der gegenwärtigen Koalition und zeigt sich krisenerprobt. Im Gespräch mit Gastgeber Bayern schildert der heute 44-Jährige unter anderem denkbare Optimierungspotenziale für das Gastgewerbe. Hierzu zählt für den Bundesfinanzminister beispielsweise die dauerhafte Reduzierung der Umsatzsteuer auf Speisen.

**H**err Minister Lindner, Sie fordern, die jetzige Krise verlange „ein Update, das Schwächen behebt, Prozesse beschleunigt und neue Zusammenarbeit ermöglicht“. Dennoch hat Deutschland im europäischen Vergleich die höchsten Arbeitskosten für Arbeitgeber und zeitgleich die niedrigsten Nettoeinkommen für Arbeitnehmer zu verzeichnen. Wäre „Mehr Netto vom Brutto“ angesichts der immens steigenden Kosten nicht für beide Seiten zielführend?

Entlastungen bleiben in der Krise und in einem Hochsteuerland wie Deutschland richtig und notwendig. Wir haben bisher schon mehr erreicht als die meisten Bundesregierungen vor uns. Die Kalte Progression wird vollständig ausgeglichen, wir haben Pauschalen und Freibeträge erhöht, Abschreibungen verstetigt. Ich bin aber ganz offen: Mir reicht das noch nicht. Ich sehe den Bedarf, Unternehmenssteuern international konkurrenzfähiger zu machen, die Extrameile und die Überstunde stärker zu honorieren, und die Sozialversicherungsbeiträge über echte Reformen in unseren Sicherungssystemen konstant zu halten. Ganz konkret halte ich etwa den Soli nicht nur für verzichtbar, sondern seine Abschaffung auch für eine Frage der Fairness und der Glaubwürdigkeit. Es ist nur leider eine bedauerliche Tatsache, dass für

diese Projekte derzeit eine politische Mehrheit fehlt – im Übrigen fehlte sie auch 2017 in einer anderen politischen Konstellation. Innerhalb der Koalition werde ich trotzdem weiterhin mit fröhlicher Penetranz dafür werben.

Die Bundesregierung plant ein „Recht auf Homeoffice“. Die Gastronomie-Branche ist indes geprägt durch „Mensch-zu-Mensch-Berufe“, die nicht von zu Hause aus erledigt werden können. Setzen Sie sich hier als Ausgleich für die Mitarbeiter für ein flexibleres Arbeitszeitgesetz ein, so, wie es die EU vorsieht?

Es geht nicht darum, Menschen ins Homeoffice zu zwingen – schon gar nicht, wenn dies in bestimmten Branchen nicht praktikabel ist. Vielmehr brauchen wir mehr Flexibilisierung auf ganz verschiedenen Ebenen. Was die Gestaltung der Arbeitszeit und des Arbeitsplatzes angeht, hinkt das Recht schon lange der Realität hinterher. Der Staat wollte ursprünglich schützen, doch heute fesselt er vielmehr. Es gab schon vor der Pandemie den Wunsch nach mehr mobilem Arbeiten – die Vereinbarkeit von Familie und Beruf und auch Pflege und Beruf wird immer wichtiger. Es gibt Geschäftsmodelle, bei denen sich Belastungsspitzen und Ruhephasen abwechseln. Wir brauchen insgesamt ein Arbeitsrecht,

das dem Rechnung trägt. Ich setze mich deswegen schon lange für die Umstellung auf eine wöchentliche statt eine tägliche Höchstarbeitszeit, flexiblere Mindestruhezeiten und Langzeitarbeitskonten ein.

**Darf das Gastgewerbe Sie weiterhin an seiner Seite wissen, wenn es um die Entfristung der Umsatzsteuerreduzierung auf Speisen geht?**

Ich halte angesichts der schwerwiegenden Einschränkungen, die das Gastgewerbe während der Corona-Pandemie hinnehmen musste, weiterhin für richtig, dass der ermäßigte Umsatzsteuersatz für Restaurant- und Verpflegungsdienstleistungen angewendet wird. Das hat mich auch bei der Entscheidung zur Verlängerung bis Ende 2023 geleitet. Ich fände auch die unbefristete Anwendbarkeit richtig. Es ist aber kein Geheimnis, dass sich manche Koalitionspartner damit schwertun.

**...und wie sieht es diesbezüglich der Getränke aus?**

Hier ist die Sachlage anders: Die Lieferung von Getränken unterliegt, mit wenigen Ausnahmen, grundsätzlich dem regulären Steuersatz. Hier stellen sich rechtliche Fragen. Wenn wir die Ermäßigung auf Getränke in Restaurants ausdehnen, drohen Wettbewerbsverzerrungen zu Lasten des Lebensmitteleinzelhandels. Denn dort würde bei der Lieferung von Getränken weiterhin der Regelsteuersatz gelten. Das würde auch rein praktische Probleme ergeben: Für die korrekte Umsatzbesteuerung wäre dann immer zu differenzieren, ob die Abgabe des Getränks zum Verzehr an Ort und Stelle oder zum Mitnehmen erfolgt. ☺

#### ZUR PERSON

Christian Lindner (geboren 1979) gehört seit 1995 der Freien Demokratischen Partei, FDP, an. 2000 wurde er als Abgeordneter erstmals in den nordrhein-westfälischen Landtag gewählt und war von 2012 bis 2017 Vorsitzender der FDP-Landtagsfraktion NRW. Danach führte er vier Jahre die Partei als Vorsitzender und etablierte sie als konstruktive Oppositionskraft. Seit dem 8. Dezember 2021 ist Christian Lindner in der ersten Koalition aus drei Parteien Bundesminister der Finanzen. Der gebürtige Nordrhein-Westfale studierte Politikwissenschaft, Öffentliches Recht und Philosophie an der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn und war von 1997 bis 2004 Inhaber einer Werbeagentur sowie Mitgründer eines Internet-Unternehmens. Lindner ist Major der Reserve bei der Luftwaffe.

GRUNDSATZREDE DER  
PRÄSIDENTIN ANGELA INSELKAMMER



DEHOGA Bayern

# GastroFrühling

Montag, 24. April 2023

HIPPODROM Festzelt auf dem Frühlingsfest München



Veranstaltungsort  
HIPPODROM Festzelt  
Theresienwiese  
80336 München

[www.dehoga-bayern.de](http://www.dehoga-bayern.de)

Veranstalter: Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern e.V.  
Prinz-Ludwig-Palais • Türkenstr. 7 • 80333 München • Tel. +49 89 28760 - 0 • Fax +49 89 28760 - 111 • [info@dehoga-bayern.de](mailto:info@dehoga-bayern.de)

Wir danken unseren Sponsoren, ohne die der GastroFrühling nicht möglich wäre:





## Neujahresempfang des Bayerischen Ministerpräsidenten Markus Söder

Auf Einladung des Bayerischen Ministerpräsidenten kamen Präsidentin Angela Inselkammer und Landesgeschäftsführer Dr. Thoma Geppert in die Münchner Residenz.

## DEHOGA- Branchentag 2022

Beim DEHOGA-Branchentag 2022 sprach sich DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer klar für Arbeit und gegen soziale Transferleistungen aus. Diese sind nicht der richtige Weg, um neue Anreize zum Arbeiten zu schaffen.



## ÖHV-Kongress in Salzburg

IHA-Vorsitzender Otto Lindner, HGV-Präsident Manfred Pinzinger und DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer wagen auf dem ÖHV-Kongress in Salzburg vorsichtige aber hoffnungsvolle Prognosen.

## Sitzung des Großen Vorstand

Aktuelle Herausforderungen im Gastgewerbe sowie die Energiepreislage waren Themen bei der Sitzung des Großen Vorstands des DEHOGA Bayern.

## Bezirksversammlung Oberfranken

Verabschiedung des langjährigen Bezirks-  
geschäftsführers Günther Elfert bei der Bezirks-  
versammlung Oberfranken. Elfert verabschiedet  
sich nach über 30-jähriger Tätigkeit in seinen  
wohlverdienten Ruhestand. Im Bild (von links):  
Zweiter stellvertretender Bezirksvorsitzender  
Joachim Hofmann, Landesgeschäftsführer Dr.  
Thomas Geppert, Bezirksvorsitzender Joachim  
Kastner, Bezirksgeschäftsführer Günther Elfert  
und Kerstin Pilarzyk, erste stellvertretende  
Bezirksvorsitzende.



## Treffen ehemaliger Kreisvorstandsmitglieder

Im Ettaler Hotel Ludwig der Bayer trafen  
sich ehemalige Vorstandsmitglieder des  
Kreises Garmisch-Partenkirchen mit dem  
neuen oberbayerischen Bezirksvorsitzen-  
den Christian Bär (6. v. r.) zum Austausch  
von Erinnerungen aber auch Ideen.



## Thomas Geppert zu Gast bei rfo

DEHOGA Bayern-Landesgeschäftsführer  
Dr. Thomas Geppert klärt im Studioge-  
spräch bei rfo über Mehrwegangebots-  
pflicht im Gasgewerbe auf.



## Neujahrsempfang der Kreistelle Roth

Auf dem Neujahrsempfang der  
DEHOGA Bayern-Kreistelle Roth  
appelliert Staatsminister Hubert  
Aiwanger an den Optimismus und  
die Zuversicht im Gastgewerbe.



## Oberbayern wählt neuen Bezirksvorstand

Der neu gewählte Bezirksvorstand aus Oberbay-  
ern im Kongresshaus Garmisch-Partenkirchen (v.  
l.): Der neu gewählte, stellvertretende Bezirks-  
vorsitzende Michael Groß, Kassier Christopher  
Riemensperger, der neue Bezirksvorsitzende  
Christian Bär, Schriftführerin Claudia Aumiller  
sowie der stellvertretende Bezirksvorsitzende  
Christian Schottenhamel zusammen mit DEHOGA  
Bayern-Landesgeschäftsführer Dr. Thomas  
Geppert. Im Nachgang zu den Wahlen ernannten  
die Delegierten die langjährige Bezirksvorsitzende  
Jutta Griess zu deren Ehrenbezirksvorsitzenden.



## Neujahrsempfang der Kreisstelle Nürnberger-Land

Beim Neujahrsempfang helfen die „Europa  
Miniköche Hersbruck“ aus. Leckereien und  
gute Gespräche – die Anwesenden, unter  
Ihnen Kreisvorsitzender Hans-Peter Bauer,  
Julia Schiffer, stv. Geschäftsführerin Berufs-  
bildung / Fachkräftesicherung im DEHOGA  
Bayern sowie Landesgeschäftsführer Dr.  
Thomas Geppert, freuen sich gemeinsam in  
das neue Jahr zu starten.

## Gesellschafter- versammlung der Europa Miniköche

In der jährlichen Gesellschafterversammlung der Europa Miniköche wurden Formalien angesprochen, auf das vergangene Jahr zurückgeblickt und an Projekten für das kommende Jahr gearbeitet.

## Austausch mit dem ADAC Südbayern

DEHOGA Bayern-Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert im Gespräch mit Björn Dosch, Geschäftsführer des ADAC Südbayern über gemeinsame Projekte und Schnittstellen in der Gastronomie.



DEHOGA Bayern  
im Gespräch mit...

## Interview mit der Tagesschau

DEHOGA Bayern-Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert im Interview mit der Tagesschau über die geplante Ernährungsstrategie von Cem Özdemir.

## Neuordnung der gastgewerblichen Ausbildungsberufe

DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer, Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert, Geschäftsführerin Berufsbildung und Fachkräftesicherung Susanne Droux und ihre Stellvertreterin Julia Schiffer im Gespräch mit Staatssekretärin Anna Stolz über die Neuordnung der gastgewerblichen Ausbildungsberufe, den Dialog an bayerischen Berufsschulen und die Stärkung der beruflichen Ausbildung im bayerischen Staatsministerium für Unterricht und Kultus.

## DEHOGA Bayern geht Kooperation mit der italienischen Handelskammer ein

Die von Alessandro Marino, Geschäftsführer von Italcam, und Dr. Thomas Geppert, DEHOGA Bayern-Landesgeschäftsführer unterzeichneten Kooperationsvereinbarung zielt darauf ab, bayerische Gastronomen in Aktivitäten zur Förderung italienischer Lebensmittel einzubinden



## Auftakt der Imagekampagne „Wir machen Urlaub“

Im Mittelpunkt der Kampagne stehen die Auszubildenden und Arbeitskräfte im Tourismus. Betriebe haben die Möglichkeit, sich auf der Website [www.die-tourismusbranche.bayern](http://www.die-tourismusbranche.bayern) als sympathischen Arbeitgeber zu präsentieren.

## Interview mit Bayern 1

Im Gespräch mit Bayern 1 erläutert DEHOGA Bayern-Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert zur Mehrwegangebotspflicht, was getan werden kann, um Mehrweg für Gäste noch attraktiver zu machen.

## Gastronomenball der Kreisstelle Landshut

**Bild links:** Kreisvorstandschaft mit Ballkönigin Daniela Maier und geladenen Gästen.

**Bild rechts:** BV Rose Marie Wenzel mit stellvertretendem Ministerpräsident Hubert Aiwanger und Vizepräsident Andreas Brunner.

RÜCKBLICK AUF DIE FACHMESSE HOGA 2023 IN NÜRNBERG

# Ein positiver Jahresauftakt für Gastgeber

Die Gastronomiefachmesse HOGA Nürnberg gab den Auftakt für das neue Jahr. Diese bot neue Chancen für Hotellerie und Gastronomie und war für die von Krisen geplagte Branche mit viel Hoffnung verbunden. An drei Tagen kamen rund 18.000 Besucher in die Messe Nürnberg, um die Angebote der rund 470 HOGA-Aussteller zu erkunden und um Branchenkollegen, Partner und Freunde wieder zu treffen. Damit schließt die HOGA 2023 mit guten Ergebnissen für Aussteller und Veranstalter.

**F**achlicher Träger der HOGA ist der DEHOGA Bayern. Angela Inselkammer, Präsidentin des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbands DEHOGA Bayern, ermutigte Gastronomen und Hoteliers im Rahmen der HOGA dazu, optimistisch und voller Tatendrang in die Zukunft zu blicken: „Die Welt war selten derart im Umbruch und die Verunsicherung so groß wie in diesen Zeiten. Wir erleben ein





#### AUSBLICK AUF DIE HOGA 2025

Viele Gastronomen verstärken den Fokus auf eine nachhaltige Ausrichtung des Betriebs sowie auf die Nutzung regionaler Lieferanten und Lebensmittel. Dafür fanden sie die passenden Angebote auf der HOGA Nürnberg. Für die kommende HOGA soll der Angebotsbereich Food & Beverage erweitert werden, um den Besuchern hier noch mehr Angebotsvielfalt zu bieten. So werden beispielsweise die Angebote für die italienische Gastronomie weiter ausgebaut. Daneben wird es unter dem Titel „Asia World“ eine große Gemeinschaftsbeteiligung geben, die sich an Gastronomen mit asiatischer Küche richtet. Schwerpunkte liegen dabei auf China, Japan und Thailand, die Angebote richten sich aber auch an Gastronomen mit traditioneller Küche, die neue Geschmackswelten in ihre Speisekarte bringen möchten.

In der Liquid Area wurden zur HOGA wieder verschiedene Getränke präsentiert, das Zentrum bildete die Frankenwein Vinothek. In Ergänzung soll zur nächsten HOGA das Angebot an alkoholfreien Getränken weiter ausgebaut werden. Die Bühnenprogramme im Unternehmer-Kongress „Zukunft Gastronomie“ sowie auf der „Culinary Food Stage“ überzeugten mit fachlichen Informationen, aktuellen Diskussionen, Tastings und Kochshows und rundeten damit das Angebot sowie das Flair der Messe ab.

Henning und Thilo Könicke, Geschäftsführer des HOGA-Veranstalters AFAG Messen und Ausstellungen, freuen sich über den guten Jahresstart mit der HOGA Nürnberg: „Der engagierte Zusammenhalt zwischen Gastgebern und der Branche hat der HOGA zu einem guten Ergebnis verholfen. Der Optimismus hat gesiegt und die Leidenschaft innerhalb der Branche war auf der HOGA spürbar. Die Aussteller- und Besucherzahlen sind wieder auf Wachstumskurs, aber vor allem stimmungsmäßig konnte die HOGA 2023 wieder an die Erfolge aus den Zeiten vor der Corona-Pandemie anknüpfen – und das trotz der aktuellen Herausforderungen der Branche. Wir freuen uns, bereits jetzt den Blick auf 2025 zu richten, wenn die HOGA wieder der Treffpunkt für Bayerns Gastgeber ist.“ Die nächste HOGA findet zum angestammten Termin im Januar 2025 in der Messe Nürnberg statt. Aktuelle Informationen zum Thema finden Interessierte unter [www.hoga-messe.de](http://www.hoga-messe.de). 



noch nie dagewesenes Zusammentreffen schwerer Krisen, die uns alles abverlangen. Doch wer, wenn nicht wir, können auch diese Krise meistern. Die HOGA ist in dieser Zeit viel mehr als unsere Branchenmesse, sie ist auch ein Signal des Aufbruchs. Wir möchten gemeinschaftlich an den nächsten Schritten arbeiten, um die HOGA konsequent weiter auszubauen.“

#### AKTUELLE HERAUSFORDERUNGEN UND TRENDTHEMEN

Die 470 Aussteller der HOGA 2023 deckten mit ihren Angeboten die Bereiche Food & Beverage, Einrichtung, Ausstattung und Küchentechnik sowie Dienstleistung und Organisation ab. Vor allem diejenigen Angebote, die Antworten auf die aktuellen Herausforderungen der Branche liefern – wie Personalnot, Energiekrise und das neue Mehrweggesetz – wurden von den Besuchern gesucht. Digitale Lösungen aber auch die Angebote der FOOD Special-Messe des Service-Bundes können die Arbeit in Küche und Service erleichtern und erlebten deswegen gerade in Zeiten der Personalnot große Nachfrage. Die BÄKO Franken Oberbayern-Nord nutzte die HOGA erneut, um hier Kunden zu treffen und intensive Gespräche zum Jahresauftakt zu führen.

AUSGEZEICHNETE NEUHEITEN UND TRENDS

# Gastro Innovation Award 2023

Die Gewinner  
des Gastro  
Innovation Award 2023

1. Platz: Wings Coin
2. Platz: Northern Greens
3. Platz: Vitas

Der „Gastro Innovation Award“ by HOGA Nürnberg wurde 2019 gegründet und kürt alle zwei Jahre die innovativsten Ideen und modernsten Lösungen für Hotellerie und Gastronomie. 2023 fand die Preisverleihung bereits zum dritten Mal im Rahmen der HOGA auf der Messe Nürnberg statt:



**G**ewonnen hat das Konzept von „Wings Coin“, das für mehr Nachhaltigkeit in der Hotellerie sorgt. Neben den Finalisten des Gastro Innovation Awards haben sich zahlreiche weitere Start-ups und kleine Unternehmen mit individuellen und kreativen Lösungen, Konzepten und Lebensmitteln auf der HOGA präsentiert und damit noch mehr Vielfalt in das Messeangebot gebracht.

## 1. PREIS: WINGS COIN

Der Wings Coin ist eine digitale Möglichkeit für den Gast, seine Zimmerreinigung im jeweiligen Hotelbetrieb abzubestellen. Dazu wird ein QR-Code eingescannt, welcher auf einem Papieraufsteller in Zimmer steht und einfach durch die digitale Abbestellung führt. Das Hotel erhält automatisch eine Liste aller abbestellten Reinigungen für den Folgetag per

E-Mail und gibt diese an das Housekeeping Team weiter. Durch jede gesparte Reinigung kann nicht nur die Umwelt geschont, sondern auch das Reinigungspersonal entlastet werden – und das bei voller Gästezufriedenheit. Dem Hotelbetrieb werden von Wings Coin zahlreiche Videos, Plakate, Urkunden und weitere Materialien zur Verfügung gestellt, um Gäste sowie Mitarbeiter auf das Thema Nachhaltigkeit aufmerksam zu machen und diese dafür zu sensibilisieren.

Das Juryurteil: „Wings Coin besticht durch seine gewollte Einfachheit: digital, simple, smart und ohne jegliche Fix-, Einrichtungs- oder Servicekosten. Lediglich bei jeder abbestellten Reinigung kann sich das Hotel aussuchen, mit welchem Umweltbeitrag es die gemeinnützige



Alle Gewinner des diesjährigen Gastro Innovation Award. Von links: Gastgeber Bayern-Chefredakteur Frank-Ulrich John, Tobias Bäuml, Vitas Platz 3, DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer, Silke Popp, Schauspielerin, Marc Hellwing, Project Wings Platz 1, Bayerischer Innenminister Joachim Herrmann, DEHOGA Bayern-Vizepräsident Thomas Förster, Ute Jahns, Northern Greens Platz 2, Marcus König, Oberbürgermeister von Nürnberg. (Foto: © hoga-messe.de)

Umweltorganisation Project Wings unterstützen möchte.“ Neben dem Gastro Innovation Award by HOGA Nürnberg wurde der Wings Coin bereits zum „Startup des Jahres 2022“ gekürt, hat darüber hinaus den Fundraising-Preis für die beste Kooperation zwischen NGO's und Unternehmen gewonnen sowie den Tourismuspreis Rheinland-Pfalz im Bereich Innovation erhalten. [www.wingscoin.de](http://www.wingscoin.de)

## 2. PREIS: NORTHERN GREENS

Das Startup Northern Greens stammt aus Dänemark und produziert seit 2017 flüssige Kräuter – natürlich in Bioqualität. Die Mission des jungen Unternehmens ist es, den frischen Geschmack von Kräutern mit einer langen Haltbarkeit zu kombinieren und ihn somit einfach, nachhaltig und lecker in das Essen zu bringen. Hierfür werden die Kräuter gehakt, mit Meersalz und Bioessig vermengt und in Flaschen abgefüllt. Ohne weitere Konservierungs- und Zusatzstoffe sind die Flüssig-Kräuter zwei Jahre haltbar – auch nach dem Öffnen der Flasche. Eine Kühlung ist nicht erforderlich.

Die Freunde Michael und Troels betrieben im Jahr 20213 eine städtische Gärtnerei nach Bioprinzipien. Kräuter wurden mit viel Liebe angebaut und für den Gebrauch außerhalb der Saison aufbewahrt. Jedoch mussten viele Kräuter weggeworfen werden, da sie schnell verwelkten oder nicht ganz aufgebraucht wurden. So entstand die Idee, flüssige

Kräuter herzustellen, haltbar und mit vollem Geschmack. Nach vielen Experimenten und einer Investition aus der Fernsehshow „Höhle der Löwen“ sind heute die perfekten flüssigen Kräuter gefunden. Insgesamt sind derzeit elf verschiedene Varianten auf dem Markt. [www.northerngreens.dk](http://www.northerngreens.dk)

## 3. PREIS: VITAS

Samstag 19 Uhr: Alle Tische im Lokal sind besetzt, einige Gäste warten sehnsüchtig auf ihre Bestellung, während andere ein Getränk nachordern oder bezahlen möchten – begleitet wird diese Szene von einem unaufhörlichen Telefonklingeln.

Vitas geht für Gastronomen und ihre Mitarbeiter an's Telefon, damit sie ihren Gästen den besten Service bieten können. Dafür bietet das Startup-Unternehmen eine Plattform, über die Gastronomiebetriebe und Hotels jeder Größe sich mit wenigen Klicks ihren eigenen, auf künstlicher Intelligenz basierenden, virtuellen Telefonassistenten zusammenstellen können – und das ohne technische Vorkenntnisse. Der Assistent nimmt eingehende Anrufe automatisiert entgegen (z.B. Reservierungsanfragen) und stellt die aus dem Gespräch entnommenen Informationen strukturiert und mit allen individuell notwendigen Daten zur Verfügung (z.B. Name, Zeitpunkt, Anzahl der Gäste und Sonderwünsche). So bleiben die gastgewerblichen Betriebe jederzeit telefonisch erreichbar, während sie ihren Gästen



2. Platz



3. Platz

vor Ort gleichzeitig ihre volle Aufmerksamkeit schenken können – eine Win-Win-Situation für beide Seiten. [www.telefonassistent.de/gastronomie](http://www.telefonassistent.de/gastronomie) 🍷

### Gastro Innovation Award by HOGA Nürnberg

Der zweijährig vergebene Gastro Innovation Award kürt junge Unternehmen für ihre kreativen, innovativen und modernen Lösungen für Hotellerie und Gastgewerbe. Nach eingegangener Bewerbung und Prüfung stellen die Finalisten ihr Produkt live auf der HOGA Nürnberg vor. Die drei besten Gastro-Start-ups dürfen sich unter anderem über einen eigenen Messestand auf der nächsten HOGA, einen kostenfreien Stand beim Bayerischen Gastgebortag und ein zusätzliches Marketingbudget in Höhe von 2.000 Euro freuen.

Auch zur HOGA 2025 findet der Gastro Innovation Award wieder statt – die Bewerbungsphase startet Anfang 2024. Interessierte können sich schon jetzt unter [www.hoga-messe.de/gastroinnovationaward/](http://www.hoga-messe.de/gastroinnovationaward/) weiter informieren.

INTERNORGA, 10. BIS 14. MÄRZ 2023, MESSE HAMBURG

# Gemeinsam die Zukunft gestalten

**INTER  
NORGA**  
2023

„Die Zukunft ist das, was wir gemeinsam daraus machen“: So lautet das Credo der diesjährigen INTERNORGA, die vom 10. bis 14. März erneut ihre Tore öffnet. Einmal mehr präsentiert sich die Leitmesse für den Außer-Haus-Markt als Trendschmiede, Ideengeberin und unverzichtbarer Treffpunkt der Branche.

## INNOVATION HUB UND BELIEBTES NETZWERKFORUM

**D**en wertvollen Austausch der Branche fördern mithilfe innovativer Formate wie der Open Stage und dem FoodLab – die INTERNORGA bietet inspirierenden Köpfen eine Bühne und regt damit den gezielten Wissenstransfer an. Auch bei den hochkarätig besetzten Kongressen geht es um aktuelle Themen und Herausforderungen der Branche: Beim Internationalen Foodservice-Forum am 9. März trifft sich das Who is Who des Außer-Haus-Marktes. Auf dem Branchentag der Gemeinschaftsgastronomie am 13. März dreht sich alles um kluge Ideen und wirkungsvolle Konzepte zum Thema „In Zukunft GRÜN“.

## IMMER AM PULS DER ZEIT: DIE TRENDBEREICHE

Ob Digitale Anwendungen oder Packaging & Delivery: Die INTERNORGA widmet den zukunftsweisenden Themen des Hospitality-Marktes be-



© Internorga Messe / Optizka



© Internorga Messe / Zapf



© Internorga Messe / Optizka



© Internorga Messe / Zapf

sonderen Raum. Wer auf der Suche nach frischen Impulsen, außergewöhnlichen Produkten und anregendem Austausch mit ambitionierten Gründerinnen und Gründern ist, sollte einen Besuch in der Newcomers Area unbedingt einplanen. Die Craft Coffee Area ist das Mekka für Kaffeefans, die Individualität, Handwerk und besten Geschmack schätzen. Und in der szenigen Umgebung der Craft Spirit Lounge zeigen rund dreißig Ausstellende edle Destillate sowie modern inszenierte Klassiker.

### DIE GANZE VIELFALT DES AUSSERHAUS-MARKTES UNTER EINEM DACH

Die vielversprechendsten Food & Beverage-Trends erkunden, noch bevor sie in aller Munde sind? Das ist im Ausstellungsbereich „Nah-



© Internorga Messe / Zieger

rungsmittel und Getränke“ möglich. Geschmackvoll geht es auch im Bereich „Restaurant- und Hotelausstattung“ zu: Hier zeigen führende Ausstellende state-of-the-art in Sachen Einrichtung und Ausstattung. Wegweisende Produktneuheiten und multifunktionale Tools für die Profi-Küche präsentiert der Bereich „Küchentechnik und Ausstattung“.

Weitere Informationen zur INTERNORGA 2023 und Ticketbestellung gibt es online unter [www.internorga.com](http://www.internorga.com)



© Internorga Messe / Zieger

SCHLAUBERGERWISSEN

# Integration von Menschen mit Beeinträchtigung



Die stärkere Integration von Menschen mit Beeinträchtigungen in den ersten Arbeitsmarkt ist nicht nur eine moralische Notwendigkeit, sie könnte – besonders in der Gastronomie – auch eine Erleichterung in Sachen des Arbeitskräftemangels sein.

**D**as Thema Integration, Selbstbestimmung und Teilhabe von Menschen mit Beeinträchtigungen rückt mehr und mehr in das Bewusstsein von Ausbildern und Arbeitgebern. Doch obwohl es im Freistaat so manche Fördermöglichkeit gibt und gastgewerbliche Ausbildungen in Zusammenarbeit mit Bildungswerken und Gastbetrieben durchgeführt werden können, gibt es immer noch viele Stolpersteine, die eine Eingliederung behinderter Menschen in den ersten Arbeitsmarkt schwierig gestalten: Das beginnt bei der „Barriere im Kopf“ von Gastronomen und Gästen, führt über

Berührungsängste oder die Befürchtung eines zusätzlichen Kostenaufwands und endet bei den erforderlichen Genehmigungen.

Trotzdem gibt es auch in Bayern immer mehr Hotel- und Gastronomiebetriebe die beweisen, dass Integration erfolgreich umgesetzt werden kann

– und wird. Als Erfolgsgeschichte ist in diesem Rahmen das „Einsmehr“-Hotel zu erwähnen: Das erste Inklusions-Hotel Augsburgs.

Das Besondere: Etwa die Hälfte der Teammitglieder sind Menschen mit Beeinträchtigungen. Träger ist „Einsmehr“ – die Initiative Down-Syndrom für Augsburg und Umgebung. Der Verein will mit diesem Projekt Arbeitsplätze für Menschen mit einer (geistigen) Behinderung auf dem ersten Arbeitsmarkt schaffen. Weitere Informationen zum Projekt erfahren Interessierte auf der Webseite [www.hotel-einsmehr.de](http://www.hotel-einsmehr.de). 



# INTER NORGA

10. – 14.03.2023



# Alle zusammen.

Die Zukunft wird das, was wir  
gemeinsam daraus machen.



**Jetzt Tickets  
sichern!**

[internorga.com](https://internorga.com)

WERDEN SIE ZUM „AKTIVEN MITARBEITER-MAGNETEN“

# DER KAMPF UM GUTE MITARBEITER WIRD ZUM ECHTEN ERFOLGSFAKTOR

Der Erfolg eines Unternehmens steht und fällt mit einem fachkundigen, engagierten und motivierten Team. Dies gilt umso mehr für das Gastgewerbe, da die Mitarbeiter im direkten Kontakt mit dem Gast häufig das „Aushängeschild“ des Betriebs sind. Doch obwohl die mannigfaltigen beruflichen Möglichkeiten im Gastgewerbe zahlreiche Vorteile mit sich bringen, ist qualifizierter Nachwuchs an vielen Stellen schwer zu finden.

**D**ie ohnehin schwierige Situation auf dem Fachkräftemarkt des Gastgewerbes wurde durch die Entwicklungen im Zuge der Corona-Pandemie weiter verschärft. Viele Gelegenheitsarbeiter und nebenberuflich im Gastgewerbe Tätige haben seit 2020 die Branche verlassen und kehren nur spärlich zurück. All diese Entwicklungen tragen dazu bei, dass sich alle Beteiligten des Gastgewerbes künftig nicht nur aktiv um Gäste, sondern verstärkt auch um qualifizierte Mitarbeiter kümmern müssen. Dabei genügt es vielfach nicht mehr, Anzeigen in einschlägigen Medien zu schalten, wenn eine Stelle im eigenen Betrieb vakant ist. Neben der gezielten Anwerbung potenzieller Arbeitskräfte über spezielle Prämien- oder Bonusmodelle ist es beispielsweise ratsam, einen proaktiven „potenziellen Bewerberpool“ aufzubauen und regelmäßigen Kontakt mit den möglichen künftigen Mitarbeitern zu pflegen – selbst, wenn gerade keine Stelle im eigenen Betrieb frei ist.

Doch dieses Beispiel zeigt: Die Entwicklung hin zu einem aktiv um Bewerber und Mitarbeiter werbenden Unternehmen erfordert weit mehr als die Schaffung eines neuen Bereichs in der Außenkommunikation. Die aktive Prävention des Fachkräftemangels im eigenen Betrieb setzt eine Änderung der Unternehmensphilosophie voraus, bei der weder die Gäste noch die Belegschaft außenvorgelassen werden dürfen. Und bei all der Innovation gilt es natürlich, sich weiterhin treu zu bleiben und seine Authentizität nicht zu verlieren. Dies ist wahrlich viel verlangt. Doch wer die Weichen richtig stellt und seinen Betrieb bei Zeiten als „aktiven Mitarbeiter-Magneten“ ausrichtet, ist auch – und vor allem – in Zeiten des Fachkräftemangels gut gerüstet. 🍷



HUBERT AIWANGER, STAATSMINISTER FÜR WIRTSCHAFT, LANDESENTWICKLUNG UND ENERGIE

# „Ohne Tourismus

## wäre Bayern in vielerlei

## Hinsicht ärmer“

Gemeinsam mit der Bayern Tourismus Marketing, dem DEHOGA Bayern und anderen Partnern ist kürzlich eine neue Imagekampagne des Freistaats entstanden, um die Vorzüge des Tourismus aktiv zu bewerben. Im Gespräch mit *Gastgeber Bayern*, erläutert Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger, warum er diese Kampagne als Paradebeispiel für die zielgerichtete Zusammenarbeit zwischen Politik und der Tourismusbranche versteht und warum das Gastgewerbe für ihn persönlich nicht aus Bayern wegzudenken ist.

**H**err Aiwanger, wie sähe Bayern wohl ohne seine Tourismuswirtschaft aus?

Das möchte ich mir nicht vorstellen. Der Tourismus sichert das Einkommen von rund 600.000 Menschen, vor allem auch im ländlichen Raum. Darüber hinaus profitieren die Einheimischen von der Wertschätzung einer Region. Mit einer attraktiven Urlaubsdestination kann man sich sehen lassen. Wenn die eigene Heimat einen touristisch guten Ruf genießt, wertet das auch das eigene Selbstwertgefühl auf. Viele Menschen sind stolz, wenn Gäste aus aller Welt in ihrer Heimat zu Gast sind. Sie sind gerne bereit, sie willkommen zu heißen. Das Gespräch im Wirtshaus, die kurze Auskunft auf der Straße, die gemeinsame Begegnung bei einer Wanderung: Tourismus fördert Toleranz und den Austausch der Kulturen. Ohne Tourismus wäre Bayern in vielerlei Hinsicht ärmer.

Die gemeinsame Imagekampagne des Freistaats ist entstanden, um die Werte des Tourismus in Bayern aktiv zu kommunizieren. Wie ist diese Kampagne entstanden?

Der konkrete Impuls kam vom Bayerischen Zentrum für Tourismus in Kempten. Dort wurde in verschiedenen Befragungen und Studien anschaulich herausgearbeitet, dass Corona etwas mit der Einstellung

der Menschen zum Tourismus gemacht hat. Bei Teilen der Bevölkerung sind die positiven Effekte des Tourismus in den Hintergrund gedrängt worden, die negativen Aspekte wurden überdeutlich wahrgenommen. Dieses etwas verzerrte Bild möchten wir wieder geraderücken. Und diese Idee kam in der Branche gut an: 17 Partner machen bei der Kampagne mit, die die Bayern Tourismus Marketing GmbH umgesetzt hat. An dieser Stelle ein herzliches Dankeschön an den DEHOGA Bayern und alle weiteren Projektpartner für ihr Engagement. Für mich ist diese Kampagne ein sehr gutes Beispiel für erfolgreiches gemeinsames Handeln von Wirtschaft, Wissenschaft und Politik. Wir können viel erreichen, wenn wir gemeinsam an einem Strang ziehen.

Was zeichnet die Kampagne aus Ihrer Sicht aus?

Was die Kampagne besonders macht: Sie richtet sich nicht an die Gäste, sondern an die Einheimischen – an uns alle, die wir in Bayern leben. Wir wollen daran erinnern, dass Tourismus nicht nur ein bedeutender Wirtschaftsfaktor ist, sondern auch ein Garant für mehr Lebensqualität. Denn auch die Einheimischen profitieren, wenn eine Urlaubsregion funktioniert. Unsere Ortschaften sähen ohne Tourismus anders aus, er prägt in positivem Sinne unsere Regionen. Thermen und Schwimmbäder, Museen, Rad- und Wanderwege, Cafés und Gasthäuser, attraktive Einzelhandelsgeschäfte, Supermärkte oder Bäcker, Freizeitparks

und Seilbahnen, der ÖPNV – vieles, was vor Ort an Infrastruktur entstanden ist, würde es für die Einheimischen allein nicht geben. Tourismus schafft Vielfalt und verbessert die Lebensqualität der Menschen vor Ort! Auch die Einheimischen müssen davon überzeugt sein, dass ihnen Tourismus guttut.

Darüber hinaus wollen wir mit der Kampagne die Menschen in den Fokus rücken, die Urlaub in Bayern überhaupt erst möglich machen. Denn hinter der Tourismusbranche stehen Menschen, die für ihren Beruf brennen, die Gäste und Einheimische gleichermaßen begeistern. Sie sind die wahren „Urlaubsmacher“, wie es in der Kampagne heißt. Ohne die Beschäftigten der Branche gäbe es keinen Bayerntourismus. Wir wollen mit der Kampagne auch ein großes Dankeschön aussprechen für ihre engagierte Arbeit.

#### Was macht die Tourismusbranche als Arbeitgeber attraktiv?

Da weiß ich gar nicht, wo ich anfangen soll. Arbeiten im Tourismus bedeutet Freude, Vielseitigkeit, Arbeitsplatzsicherheit und eine enorme Fülle an Beschäftigungsmöglichkeiten, in der Stadt oder auf dem Land, in einem Familienbetrieb oder einem größeren Unternehmen, in einem Hotel oder in einem Restaurant, in einem Reisebüro, im Freizeitpark oder bei einem Seilbahnbetrieb. Man kann sich immer weiterentwickeln, sich weiterbilden bis hin zur Selbständigkeit. Die Möglichkeiten und Chancen sind beinahe unendlich.

Hinzu kommt: Die Gastlichkeitsbranche ist positiv besetzt. Urlaub tut den Menschen gut und heilt die Seele. Urlaub bedeutet Auszeit vom Alltag. Wer im Tourismus arbeitet, hat es also vor allem mit Menschen zu tun, die gut drauf sind und die schönste Zeit des Jahres genießen wollen. Der Tourismus bietet Arbeit in einem positiv gestimmten Arbeitsumfeld. Außerdem ist es ein gutes Gefühl, etwas Sinnvolles zu arbeiten und den Gästen den Urlaub zu verschönern. Man genießt zudem das Privileg, dort sein Geld zu verdienen, wo andere gerne ihren Urlaub verbringen. ☺



#### ZUR PERSON

Nach Ableistung seines Wehrdienstes absolvierte Hubert Aiwanger ein Studium zum Agraringenieur (FH) an der FH Weihenstephan. Seine politische Karriere begann er mit dem Eintritt in die Partei Freie Wähler im Jahr 2002. Seit 2006 fungiert er als deren Landesvorsitzender. 2008 wurde Aiwanger erstmals in den Landtag gewählt. Von 2008 bis 2018 war er Fraktionsvorsitzender der Landtagsfraktion, seit 2010 ist er zudem Bundesvorsitzender der Partei. In die erste Riege der Bayerischen Landesregierung trat Aiwanger im Jahr 2018 als Staatsminister für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie. Zudem ist der heute 52-Jährige – ebenfalls seit 2018 – stellvertretender Bayerischer Ministerpräsident.

# Ohne dich bleiben alle Gläser leer.

Wir  
#machen  
Urlaub!

Bayern

DIE-TOURISMUSBRANCHE . BAYERN

Dank unserer WirtInnen erleben nicht nur unsere Urlaubsgäste sondern auch wir Einheimischen echte bayerische Wirtshauskultur.

O'zapft is!



DIE „URLAUBSMACHER“ BEWUSST IN DEN FOKUS GERÜCKT

# Neue Kampagne: „Wir machen Urlaub“

Mit der neuen Imagekampagne „Wir machen Urlaub“, die von der Bayern Tourismus Marketing GmbH gemeinsam mit 17 Partnern aus der gesamten bayerischen Tourismuswirtschaft – darunter auch dem DEHOGA Bayern – initiiert und vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie gefördert wird, sollen bewusst nicht die Urlauber, sondern die „Urlaubsmacher“ in den Vordergrund gerückt werden.

**W**as haben ein Seilbahntechniker, eine Wirtin, eine Destinations-Vermarkterin, ein Koch und ein Wellnesstherapeut gemeinsam? Sie alle sind Mitarbeitende im Tourismus und tragen zur hohen Lebensqualität und Wirtschaftsleistung Bayerns bei, von der Einheimische und Gäste gleichermaßen profitieren. Und sie sind Beispiele für die vielen erfüllenden und sinnstiftenden beruflichen Möglichkeiten in der Tourismusbranche. Dass der Tourismus also nicht nur ein wichtiger Wirtschaftsfaktor, sondern auch ein Garant für die hohe Lebensqualität in Bayern und ein äußerst attraktiver Arbeitgeber ist, darauf zielt die neue bayernweite Imagekampagne „Wir machen Urlaub“ und richtet sich damit explizit nicht an die Gäste, sondern an die Einheimischen. Und wer könnte ihnen diese Aussagen glaubwürdiger kommunizieren als die Mitarbeitenden selbst? Die, die für die Gäste „den Urlaub machen“?

## OHNE DIE „URLAUBSMACHER“ WÄRE BAYERN NICHT SO SCHÖN

Die individuellen Lebens- und Karrieregeschichten der Urlaubsmacher sind zwar stets einzigartig, unterscheiden sich dennoch in einer Sache nicht: Ohne sie und ihre Arbeit wäre das Leben im Freistaat nicht ganz so schön. Das Motto der Kampagne lautet daher folgerichtig: „Ohne dich“. Mit kreativen Kampagnenmotiven werden diese sympathischen Menschen gezeigt

und es wird augenzwinkernd angerissen, was es ohne sie im Freistaat nicht gäbe: Die Hüttenwirtin mit dem Brotzeitbrett, ohne die es keine Einkehrmöglichkeit auf dem Berg geben würde, den Skilehrer, ohne den niemand „die Kurve kriegen“ würde, den Gastwirt, ohne den die Gläser leer bleiben würden oder den Bergführer, ohne den „alle auf dem Holzweg wären“. Die Urlaubsmacher bilden dabei die ganze Vielfalt und Bandbreite der bayerischen Tourismuswirtschaft ab und zeigen, wie viele unterschiedliche Tourismusakteure stetig daran arbeiten und nötig sind, um Bayern zu der beliebten Reisedestination und lebenswerten Heimat zu machen, die sie heute ist.

## CROSSMEDIA-KAMPAGNE FÜR DIE BAYERISCHE TOURISMUSWIRTSCHAFT

Zudem wurde im Rahmen der Imagekampagne der 1980er-Jahre Kulthit „Ohne dich schlaf' ich heut Nacht nicht ein“ von der Band Münchener Freiheit adaptiert und zu einem „Ohne Dich“-Song für die Urlaubsmacher umgewandelt. Auf unterhaltsame Weise bringt dieser die Wichtigkeit und Wertschätzung gegenüber den Urlaubsmachern zum Ausdruck. Die Motive und der Clip werden via Social Media sowie über große Anzeigen-, Plakat- und Digitalkampagnen ausgespielt. Mittels QR-Codes gelangen Interessierte dann auf die neue Kampagnenwebseite [www.die-tourismusbranche.bayern](http://www.die-tourismusbranche.bayern). Dort erzählen die Urlaubsmacher in kurzen Interviews oder Portraits von ihren Berufen, ihrer Liebe dazu und

den daraus resultierenden positiven Effekten für die bayerische Bevölkerung. So begeistern sie als Branchen-Influencer interessierte Personen für ihren Beruf und schaffen dabei gleichzeitig auch mehr Verständnis und Akzeptanz für den Tourismus. Zudem hält die Plattform jede Menge wissenswerte Fakten, Zahlen und Hintergrundgeschichten über die Tourismusbranche in Bayern bereit. Und sie beherbergt ein Portal für Arbeitgeber im bayerischen Tourismus: Sie haben dort die Möglichkeit, sich mit einem eigenen Eintrag zu platzieren, von ihren Werten, Benefits und Besonderheiten zu erzählen und können auch direkt auf ihre offenen Stellenanzeigen verlinken. ☺

## UNTERSTÜTZEN AUCH SIE DIE KAMPAGNE!



#wirmachenurlaub ist eine Mitmach-Kampagne. Denn je mehr Branchenvertreter mitmachen, umso stärker ist ihre

Wirkung und umso mehr bringt sie der Branche. Und Mitmachen ist ganz einfach, denn der gesamte Kampagnen-Content wird allen Akteuren der bayerischen Tourismusbranche kostenfrei zur Verfügung gestellt. Weitere Informationen zum Thema finden Interessierte im Internet unter [www.die-tourismusbranche.bayern](http://www.die-tourismusbranche.bayern) oder durch Scannen des nebenstehenden QR-Codes.

BREITES DEHOGA BAYERN-NETZWERK FÜR DAS GASTGEWERBE

# STARKE PARTNER FÜR DAS PERSONAL- MANAGEMENT

Das breite Branchennetzwerk des DEHOGA Bayern unterstützt Mitgliedsunternehmen des Verbands zu Vorteilsbedingungen mit innovativen Lösungen – auch bei der Personalfindung und -disposition. Auf dieser Doppelseite stellen sich einige Partner des Verbands vor, die sich mit der Personalgewinnung- und Mitarbeiterführung befassen.

## KOMPETENZPARTNER

### Brandwork-Studios (BWS)

Die BWS steht seit 28 Jahren für werteorientierte Markenentwicklung und Innovation im Tourismus. Eine starke, authentische Marke ist das wertvollste Gut einer Unternehmung und bildet die Grundlage für Freude am Gastgebertum, eine exzellente Performance sowie eine hervorragende Wertschöpfung. Unsere Herangehensweise ist eine analytisch-strategische: Wir erfinden nichts, wir finden – nämlich Ihre Unternehmens-DNA und Ihre Leidenschaft – und damit Ihre hochgradig authentische, erlebbare Marke. Mit spannenden Projektpulsen verrücken wir Ihre Perspektive, zeigen Ihnen, was möglich ist und wie Sie Ihre neu entdeckte Identität konkret in die Umsetzung bringen. Ihr Benefit: Das Wissen, was wann wie zu tun ist, den Mut, einen eigenen Weg zu gehen die Sicherheit, mit jedem neuen Schritt noch stärker zu werden. [www.bws.team](http://www.bws.team)

### Kellneroo

Von der Gastro – für die Gastro. Der Ursprung von Kellneroo geht ins Jahr 2009 zurück. Aus der Personalnot geboren, entstand eine

Kellnermittlung mit zuletzt 40 Mitarbeitern und über 5.000 erfolgreichen Vermittlungen. Aufgrund des immensen Personal-Bedarfs in der Gastro wurde 2021 der Grundstein für die erste digitale Lösung gelegt, die wirklich schnelle Resultate bringt. Hunderte von Gastromomen haben Ihr Wissen und Ihre Wünsche zusammengetragen. Das Resultat spiegelt sich in der heutigen Version der Kellneroo-Plattform wieder. Der Fokus der Plattform liegt auf einem schnellen und papierlosen Recruiting-Prozess. <https://kellneroo.app/download>

### Pentacode – Backoffice Solutions

Pentacode ist das digitale Gastro-Management für kleine und große Betriebe. Dienstplanung – Zeiterfassung – Dokumentation – Lohnvorbereitung – Kassenbuch – Datenexport – und vieles mehr. Alles in einer einzigen Software und alles fast völlig automatisch. Dabei ist die Software ein holistisches, also ganzheitliches System. Im Wesentlichen erledigen Sie in Pentacode nur das, was Sie ohnehin mehr oder weniger täglich machen: Sie rechnen Ihren Geschäftstag ab. Dies

geschieht mit wenigen Zahleneingaben und in wenigen Minuten. Mehr haben Sie nicht zu tun. Denn alles Weitere entsteht zu fast 100 Prozent automatisch. Willkommen im Gastro-Management von morgen. <https://pentacode.app/>

### Qausal

„Qausal – die Personal- und Umsatzentwickler“ ist Ihr Premium-Dienstleister mit einem umfassenden Angebot zur Umsatzförderung, Personalentwicklung und Qualitätssicherung für die Hotel- und Dienstleistungsbranche. Wir helfen Ihnen dabei, Menschen und Prozesse so zu entwickeln, dass Sie dadurch nachhaltige Teamerfolge und messbar höhere Umsätze generieren. Die beiden Produktlinien „Qausal Rent a Reservation-Team“ und „Qausal Rent a Sales-Team“ sichern Ihre Umsätze, bringen Ihnen neue Kunden und schonen Ihre eigenen, wertvollen Ressourcen. Mit den Produktlinien „People-Development“ und „Quality-Assurance“ entwickeln wir Ihre Teams weiter ins Optimum und stabilisieren die qualitativen Standards Ihres Unternehmens. [www.qausal.de](http://www.qausal.de)

## Rota

Rota ist ein effektives und kostensparendes Produkt zur Dienstplanerstellung, Zeiterfassung und Personalverwaltung. Mit rota behalten Sie immer den Überblick und können die relevanten Daten Ihrer Mitarbeiter ganz einfach und zentral

organisieren. ROTA ist logisch aufgebaut und einfach zu bedienen. Dienstpläne und komplexe Einteilungen lassen sich übersichtlich und perfekt gegliedert darstellen. So behalten Sie stets den Überblick über das Geschehen. Unsere Software wurde speziell für die Gastronomie und Hotellerie entwickelt und bietet dieser

Branche besonders praktische Funktionen. Profitieren Sie von unserer langjährigen Erfahrung im IT-Bereich! Das Team der rota GmbH besteht aus qualifizierten und erfahrenen Softwareprofis. Unsere Software bereichert den heimischen und internationalen Markt bereits seit 15 Jahren.  
[www.rota.at](http://www.rota.at)

# FÖRDERPARTNER

## Gastromatic

2014 in Darmstadt gegründet setzt das 90-köpfige gastromatic Team voll auf Innovation, Wertschätzung und Austausch und lebt die Unternehmensvision „Gemeinsam Arbeiten neu denken“ tagtäglich auf unterschiedlichsten Ebenen: Mit der Software, einer intensiven Kundenbetreuung, dem gastromatic-Blog, dem Podcast „Zwei zu Tisch“, Events und vielem mehr ist gastromatic nicht nur ein effizienter Allrounder, sondern ebenfalls ein verlässlicher Berater, Branchenexperte und aktiver Gestalter auf dem Weg zu einer besseren Arbeitswelt von morgen. Werden Sie einer von 2500 zufriedenen gastromatic-Kunden und lassen Sie uns das Beste aus Ihrer Personalorganisation rausholen. [www.gastromatic.de](http://www.gastromatic.de)

## Liotec

„Value“ macht es Ihnen leicht, Ihr Team zu motivieren und die verdiente Wertschätzung weiterzugeben. Wie geht das? Für individuell festlegbare Leistungen und Anlässe werden Punkte als steuerfreie Sachbezüge vergeben, mit denen sich Ihre Mitarbeiter persönliche Wünsche erfüllen können. So erhöhen Sie nicht nur Ihre Attraktivität als Arbeitgeber, sondern punkten auch auf dem Arbeitsmarkt. Heben Sie sich im Wettbewerb um begehrte Fachkräfte hervor und stärken Sie zusätzlich die Bindung Ihrer Belegschaft im Betrieb.  
[www.valueapp.de](http://www.valueapp.de)

## Talent Garden

Talent Garden ist Spezialist auf dem Feld der temporären Personaldienstleistung für Hotellerie und Gastronomie. Hundertprozentige Rechtssicherheit, Kompetenz und Branchenknowhow sowie Gastfreundschaft aus Leidenschaft sind für uns selbstverständlich. Unsere Kernkompetenzen liegen in der Auswahl und der entsprechenden Qualität unserer Talente. So wachsen bei Talent Garden passionierte und leistungsstarke Teammitglieder heran. Durch unsere persönliche und engagierte Betreuung im Vorhinein, im Fortgang wie auch im Nachgang fertigen wir Ihre Veranstaltung gemeinsam mit Ihnen aus einem Guss. Das gepflegte und homogene Erscheinungsbild unserer Mitarbeiter unterstreicht dies zusätzlich. Entdecken und nutzen Sie unsere Stärken – ob in Hotellerie und Gastronomie, bei Messen oder Events. Modern und kundenorientiert kultiviert Talent Garden zukunftsfähig die ideale Leistung für Sie. [www.talentgarden.de](http://www.talentgarden.de)

An illustration of two stylized human figures, a woman on the left and a man on the right, high-fiving. They are rendered in a flat, modern style with solid colors (blue and orange) and no facial features. Their arms are raised, and their hands are clapping in the center. Above their hands are several short, radiating lines, suggesting a bright idea or a celebratory moment. The background is a light blue gradient with a large, faint white circle behind the figures.

Weitere Branchenpartner  
des DEHOGA Bayern finden  
Interessierte auf der  
Verbandshomepage unter  
[www.dehoga-branchenpartner.bayern/de](http://www.dehoga-branchenpartner.bayern/de)

IM GESPRÄCH MIT ULRIKE SCHARF, STAATSMINISTERIN FÜR FAMILIE, ARBEIT UND SOZIALES

# „Politik ist das Bohren dicker Bretter“

Ulrike Scharf, Bayerische Staatsministerin für Familie, Arbeit und Soziales, setzt sich schon seit geraumer Zeit für eine Flexibilisierung des Arbeitsrechts ein. Welche Ansätze sie für wichtig hält, um das Arbeitsrecht auf den Stand der Zeit zu bringen und wie weit der Weg hin zu einer bundeseinheitlichen Novellierung des Arbeitsrechts ist, erklärt die Ministerin im exklusiven Gespräch mit *Gastgeber Bayern*.

**F**rau Scharf, als Bayerische Staatsministerin für Familie, Arbeit und Soziales unterstützen Sie aktiv eine langjährige Forderung des DEHOGA Bayern für eine Reform des deutschen Arbeitszeitgesetzes. Konkret geht es darum, die aktuell starre Tageshöchst Arbeitszeit durch eine Wochenarbeitszeit zu ersetzen. Warum ist dies aus Ihrer Sicht wichtig?

Weil wir das Arbeitszeitrecht aus den 1990er Jahren endlich ins 21. Jahrhundert holen müssen. Eine starre Tageshöchst Arbeitszeit passt nicht mehr zur Lebenswirklichkeit vieler Menschen. Sie wünschen sich eine bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Könnten sie ihre Arbeitszeit freier einteilen, wären sie flexibler in ihrem Alltag.

Das würde zum Beispiel Berufe in Gastronomie und Hotellerie für manche Fachkräfte attraktiver machen. Mehr Freiheit im Workflow lockt dringend benötigtes Fachpersonal an. Gerade nach Corona, wo seit Langem kaum Servicekräfte am Arbeitsmarkt zu finden sind, brauchen wir einen neuen Schub. Viele Betriebe können nicht so öffnen wie gewünscht, manche haben schon ganz geschlossen. Wir müssen aufpassen, dass uns binnen weniger Monate nicht verlorengelassen werden, was die Menschen ein Leben lang aufgebaut haben. Generationenbetriebe, die seit Jahrhunderten

unsere Ortsbilder prägen, sowie Familienunternehmen, die unser Land lebenswert machen, müssen erhalten bleiben. Niemand will trostlose Ortszentren mit geschlossenen Restaurants und leeren Hotels. Es geht ums große Ganze: Wie attraktiv ist unsere Heimat – heute und morgen? Deshalb sollten wir offen über die Aufhebung der täglichen Höchst Arbeitszeit von zehn Stunden diskutieren. Dabei gibt es aber ein Gut, das absolut unverhandelbar ist: das hohe Niveau des Arbeits- und Gesundheitsschutzes, das wir in Bayern und Deutschland haben.

**Welche Vorteile würden flexiblere Arbeitszeiten für Mitarbeitende und Arbeitgeber mit sich bringen?**

So wären zum Beispiel vier längere Arbeitstage mit über 10 Stunden möglich, um zusätzliche freie Tage in der Woche zu ermöglichen. Es wären auch Wochenarbeitszeiten von 70 Stunden möglich, wenn Beschäftigte die Zeiten binnen sechs Monaten ausgleichen. Sie sollen nicht mehr, sondern flexibler arbeiten. Es geht nicht um schlechtere, sondern um bessere, weil flexiblere Arbeitsbedingungen. Genau das ist ja der Wunsch vieler Angestellter. Eine Bedienung will auf einer Hochzeit bis zum Schluss bleiben – Trinkgeld geben Gäste halt erst beim

„Zampacken“. Ein guter Dachdecker will sein Werk vollenden, ehe Sturm aufzieht. Ein Kurier will nicht auf den letzten Metern eine Zwangspause machen. Mit mehr Flexibilität müssten Arbeitgeber nicht ständig mit doppeltem Personaleinsatz planen. Natürlich lässt sich nicht jede Tätigkeit risikofrei über zehn Stunden ausüben. Deswegen braucht es Gefährdungsbeurteilungen nach dem Arbeitsschutzgesetz. Sicherheit und Schutz der Gesundheit der Beschäftigten gehen immer vor – in allen Branchen. Unser Arbeiten soll nicht gefährlicher oder belastender werden, sondern besser. Die neue Flexibilität soll zuallererst dem Menschen dienen!

**Wäre es nicht nur gerecht gegenüber allen Mitarbeitenden insbesondere in den Mensch-zu-Mensch-Berufen, die kein Homeoffice machen können, die Arbeitszeit auch an deren Lebensbedingungen durch eine freie wöchentliche Verteilung anpassbar zu machen?**

Das ist aus meiner Sicht ein guter Punkt. Gerade in Berufen, in denen kein Home-Office möglich ist, sollten die Menschen ihre Arbeitszeiten möglichst frei gestalten können – für eine bessere Work-Life-Balance. Wer sich zum Beispiel um Kinder oder pflegebedürftige Angehörige kümmert und regelmäßig zur Arbeit pendelt, hat



nicht nur unseren Applaus verdient, sondern vor allem attraktive Arbeitsbedingungen.

### Wie sehen Sie die Chancen in der Umsetzung Ihres Vorstoßes?

Politik ist das Bohren dicker Bretter. Schon 2019 hat Bayern eine Bundesratsinitiative gestartet. Allerdings ziehen die anderen Länder noch nicht mit. Wir sind beim Arbeitszeitrecht auf verschiedenen politischen Ebenen tätig, die ineinanderwirken. Die höchste Ebene – die Europäische Union – gibt grundsätzlich grünes Licht für unser Vorhaben. Die europäische Arbeitszeitrichtlinie 2003/88/EG lässt eine tägliche Höchstarbeitszeit von mehr als zehn Stunden zu, solange sie im Rahmen einer Wochenarbeitszeit von durchschnittlich 48 Stunden bleibt. Dieses Potenzial wollen wir nutzen. Zuständig ist Berlin, weil das Arbeitszeitrecht dem Bund unterliegt. Ich habe schon mehrmals dem deutschen Arbeitsminister Hubertus Heil geschrieben: mit der klaren Forderung, die Flexibilisierung der Arbeitszeit endlich in Angriff zu nehmen. Für das erste Quartal 2023 ist ein Referentenentwurf zur Novellierung des Arbeitszeitgesetzes vom Bund angekündigt. Ich bin schon sehr gespannt darauf! Ich werde mich weiter für ein modernes Arbeitszeitgesetz einsetzen. 🍷

#### 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-Partei Vorstand. 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.

VIELE WEGE FÜHREN ZUM ERFOLG

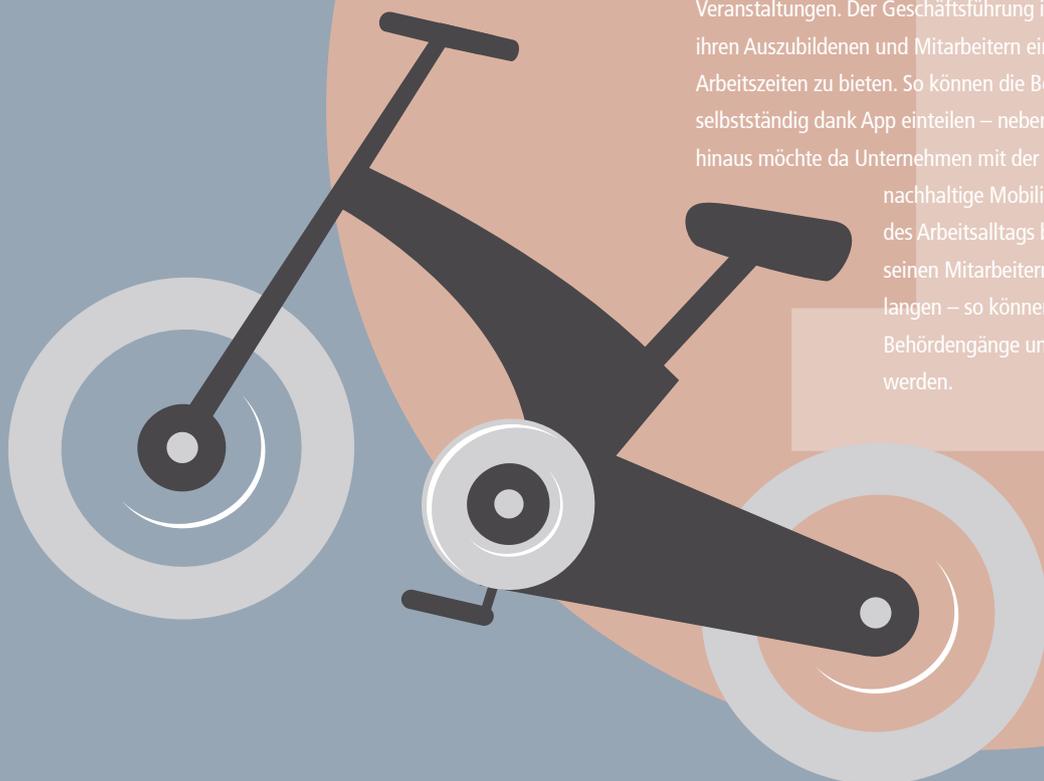
# Kreative Ideen zur Verbesserung der Mitarbeiterbeziehung

In Zeiten des Fachkräftemangels sind kreative Ideen zur Gewinnung neuen Personals unabdingbar. Darüber hinaus müssen sich Betriebe immer größere Mühe geben, ihre wertvollen Mitarbeiter zu halten. Dies geschieht nicht nur über den Lohnzettel, sondern auch über andere Benefits sowie weiche Faktoren. DEHOGA Bayern hat zu Beginn dieses Jahres über die sozialen Plattformen des Verbands einen Aufruf an seine Mitgliedsunternehmen gestartet, um ihre kreativen Maßnahmen zur Mitarbeiterbindung vorzustellen. Auf dieser Doppelseite sind exemplarisch einige Ansätze zusammengestellt.

## FLEXIBLE ARBEITSZEITEN & GRATIS E-BIKES

Maiers Hotel, Parsberg

Im Herzen Bayerns zwischen Nürnberg und Regensburg gelegen ist das Maiers Hotel Parsberg. Neben Seminar- und Tagungsräumen bietet das Hotel einen großräumigen Eventbereich für verschiedenartige Veranstaltungen. Der Geschäftsführung ist insbesondere daran gelegen, ihren Auszubildenden und Mitarbeitern eine flexible Einteilung der Arbeitszeiten zu bieten. So können die Beschäftigten ihre Dienstpläne selbstständig dank App einteilen – neben einer 4-Tage-Woche. Darüber hinaus möchte das Unternehmen mit der Gratisnutzung von E-Bikes die nachhaltige Mobilität unterstützen. Auch abseits des Arbeitsalltags bietet Maiers Hotel Parsberg seinen Mitarbeitern Hilfestellung in allen Lebenslagen – so können beispielsweise Formulare für Behördengänge und Ähnliches in der Firma erledigt werden.



## „WILLKOMMENS-PRÄMIE“ FÜR AZUBIS

Hotel Imhof, Gemünden & Hotel Mainpromenade, Karlstadt

Die beiden familiengeführten Hotels der Familie Imhof bieten den Gästen neben komfortablen Übernachtungsmöglichkeiten auch Arrangements zu Tagungen und privaten Feiern sowie im Hotel Mainpromenade einen ausgewiesenen Wellnessbereich. Unter dem Motto „Wir bilden Glücklichermacher aus!“ bieten die Hotels jungen Menschen verschiedenartige Ausbildungsmöglichkeiten. Ein besonderes Schmankerl zur Mitarbeitergewinnung ist ein ein Willkommensgeschenk zum Beginn der mehrjährigen Ausbildung. Ob E-Roller oder Laptop – der neue Mitarbeiter hat die Qual der Wahl. Zudem legt das Unternehmen Wert auf digitale Kanäle und bietet Interessierten die unkomplizierte Kontaktaufnahme via Instant Messenger.



## GEMEINSAME MITARBEITER-EVENTS

Hotel Wilder Mann, Aschaffenburg

Das Hotel Wilder Mann ist fußläufig vor den Toren der Altstadt Aschaffenburgs gelegen und bietet seinen Gästen neben komfortablen Zimmern ein hoteleigenes Restaurant sowie die Wellnessoase „Jungbrunnen“. Auf 350 Quadratmetern stehen den Gästen Saunen, ein Dampfbad sowie Erlebnisduschen zur Verfügung. Zudem werden verschiedene Wellnessanwendungen angeboten. Der Betrieb bildet jedes Jahr etwa zehn bis zwölf junge Mitarbeiter in verschiedenen Fachrichtung aus. Darüber hinaus wird die Mitarbeiterbeziehung mit verschiedenen Schulungen gestärkt: So stehen beispielsweise Brauereibesichtigungen mit einer Kostprobe oder der Besuch von verschiedenen Lieferanten und Herstellern der hauseigenen Produkte auf dem Programm. Für dieses Jahr hatte sich der Betrieb etwas Besonderes einfallen lassen und war bei einem exklusiven Cocktail-Kurs in der Bar „30 Leut“ zu Gast.



BEITRAG VON RECRUITING-EXPERTE JÜRGEN PICHLER, CEO ROLLING PIN

# „GASTRONOMEN MÜSSEN DEM MITARBEITERMANGEL AKTIV ENTGEGENTRETEN“

**Eines vorweg: Nicht alles, was wie ein Widerspruch klingt, ist auch einer. So ist es in Sachen Stelleninserate keinesfalls rausgeschmissenes Geld, wenn wir Anzeigen schalten, obwohl wir keine Jobs zu vergeben haben.**

**B**evor ich darauf aber näher eingehe, möchte ich eine Situation schildern, wie sie ein bekannter Gastronom dieser Tage erlebt hat: Nach Jahren im Unternehmen kündigte sein Küchenchef. Wenige Tage später hatte er drei weitere Kündigungen auf dem Tisch und ehe er sich versah, war mehr als das halbe Team raus. Einen derartigen Dominoeffekt wünscht sich niemand, es kann ihn aber auch keiner verhindern.

## **ZAUBERWORT: „PRÄVENTIVE RECRUITING-ARBEIT“**

Solche Phänomene sind in allen Branchen zu finden – sie haben unterschiedliche Ursachen und passieren den besten Chefs. Allerdings kann jeder Chef auf so eine Situation bestens vorbereitet sein. Dafür braucht es bloß ein konsequentes Recruiting. Sprich: Wir tun gut daran, Positionen in unserem Betrieb konstant auszuschreiben, selbst wenn sie nicht vakant sind. Auf diese Weise lässt sich ein Pool von potenziellen Mitarbeitern etablieren, den wir allerdings hegen und pflegen müssen, um davon zu profitieren.

Heißt im Klartext: Wir können nicht einfach Bewerbungen sammeln, wir müssen mit den Bewerbern in Kontakt treten und bleiben. Dazu gibt es hilfreiche E-Mail-Marketing-Tools, mit denen wir geclustert (nach den Bereichen Service, Küche und so weiter) arbeiten und so gezielt bereits erfasste Be-

werber einmal im Monat anschreiben sollten. In diesen Mails können wir sie über derzeit offene Stellen informieren, oder sie einfach fragen, was sie abseits ihrer Job-Bewerbung noch so interessieren würde.

## **VORTEILE KOMMUNIZIEREN STATT ÄNGSTE SCHÜREN**

Aber, Achtung! Nicht nur die Kommunikation zu den möglichen Kollegen in spe ist hierbei relevant. Noch viel wichtiger ist es, die bestehenden Mitarbeiter an Bord zu holen. Sie müssen wissen, dass ihre Jobs nicht in Gefahr sind und unsere Vision hinter der Recruiting-Maßnahme mittragen. Das klappt am besten, wenn jeder die für ihn daraus resultierenden Vorteile versteht. Beispiel: Wenn der Sous Chef weiß, dass er im Falle eines Abgangs seines Chefs de Partie dank des Recruiting-Pools schnell einen Ersatz in der Küche stehen hat, wird er deine Idee gerne mittragen.

Daher gibt es von mir eine ganz klare und logische Empfehlung: Jeder, der Mitarbeiter sucht, sollte auf den Job-Plattformen seines Vertrauens unlimitierte Flat-Rate-Pakete abschließen. Damit erhält man nicht nur komplette Flexibilität, sondern auch völlige Kostentransparenz. Vor allem aber, wird so die Suche nach neuen Mitarbeitern nicht nur einfacher, sondern auch erfolgreicher. ☺



Jürgen Pichler ist CEO von Rolling Pin und einer der führenden Recruiting-Experten für die Gastronomie und Hotellerie.

WEITERE  
TIPPS GEFÄLLIG?

Für weitere Tipps zum Thema gezielte  
Mitarbeitergewinnung schreiben Sie eine  
E-Mail an [ichwill@rollingpin.com](mailto:ichwill@rollingpin.com).

KÜCHENCHEF NILS HENKEL IM EXKLUSIVEN INTERVIEW

# Der Mitarbeiter muss gut ins Team passen

Nils Henkel zählt zu Deutschlands besten Köchen. Er wurde bereits mehrfach als Koch des Jahres gewürdigt und ist bereits seit 2006 Mitglied bei den deutschen Jeunes Restaurateurs d'Europe. Trotz zahlreicher Auszeichnungen ist er bodenständig geblieben und sieht sich immer als Teil des Teams.

Im Interview mit Gastgeber Bayern hat er verraten, welche Werte er an Mitarbeitern am meisten schätzt und was die Branche für ihn besonders macht.

## ZUR PERSON

Nils Henkel ist ein kulinarisches Ausnahmetalent und zählt seit vielen Jahren nicht nur zur Speerspitze der deutschen Kulinarik, sondern gilt auch als Pionier der modernen Gemüseküche. Seine naturverbundenen, farbenfrohen und frischen Kreativitäten orientieren sich an den Jahreszeiten und sind ein Hochgenuss für die Sinne. Seine Küche steht für nachhaltige, innovative und moderne Gerichte mit starkem Fokus auf Gemüse und schafft eine Symbiose aus regionaler und weltoffener Küche. Nils Henkel ist seit 2020 Küchenchef des Restaurants Bootshaus im Papa Rhein Hotel in Bingen. Zuvor arbeitete er in zahlreichen namhaften Restaurants. 2017 wurde er vom Magazin „Der Feinschmecker“ zum Koch des Jahres ausgezeichnet.

**H**err Henkel, Sie sind bekannt als ausgeglichener Küchenchef, der seine Mitarbeiter auf Augenhöhe führt. Sie werden nie laut und bleiben immer sachlich. Welche Philosophie steckt hinter Ihrer Mitarbeiterführung?

Da steckt keine Philosophie dahinter. Ich bin ein Mensch, der Harmonie schätzt und ich möchte auch abends nach einem stressigen Arbeitstag immer noch mit einem guten Gefühl in den Spiegel schauen können. Ich versuche als Chef immer fair und immer ansprechbar zu sein.

Warum ist es Ihnen so wichtig, auf Augenhöhe mit Ihren Mitarbeitern zu kommunizieren? Wie gelingt es Ihnen, nicht die die Bodenhaftung zu verlieren?

Ich bin auch Teil des Teams, ohne meine Mitarbeiter kann ich nicht erfolgreich sein. Und mein Team braucht mich als Impulsgeber und Führungspersönlichkeit. Ein vertrauensvoller Austausch findet für mich immer auf Augenhöhe statt. Ich sehe mich auch nicht als Star, ich bin ein bodenständiger Mensch, ich komme ganz gut ohne Allüren aus.

Was denken Sie über TV-Shows, bei denen auch mal Teller und Töpfe fliegen und ein rauher Ton herrscht? Cooles Image für die Küche oder eher kein gutes Licht für unsere Branche?

Da kann ich nicht viel dazu sagen, ich schaue fast kein Fernsehen. Aber im TV den Küchenproleten raushängen zu lassen, finde ich unangebracht. Was unsere Branche braucht, sind positive Signale und Vorbilder. Natürlich gibt es in der Küche klare Ansagen, gerade wenn es stressig wird. Das gehört aber zu den Abläufen dazu, eine gute organisierte Küche funktioniert wie ein Uhrwerk. Und das macht für mich auch den Reiz aus, selbst wenn der Beruf nicht immer einfach ist.

Wie haben Sie die vergangenen Jahre in Bezug auf Ihre Mitarbeiter erlebt? Wie konnten

Sie sich gegenseitig unterstützen? Haben Sie alle Mitarbeiter halten oder wieder zurückgewinnen können?

Wir haben das Papa Rhein Hotel nach dem ersten Lockdown im Sommer 2020 aufgemacht. Wir hatten einen tollen Sommer und das Gefühl, die Gäste hätten nur auf uns gewartet. Dass dann nochmal sieben Monate Lockdown folgen würden, hätten wir alle nicht gedacht. Aber wir haben die Zeit genutzt, um die Mitarbeiter zu schulen, die Konzepte zu optimieren und auch die vielen Kleinigkeiten, die nach einem Neubau noch nicht perfekt waren, zu erledigen. Wir haben in der Zeit tatsächlich sehr wenige Mitarbeiter verloren und konnten wieder mit einem hochmotivierten Team starten.

Zusätzlich zu einem großartigen Team, einem Chef, der Vorbild ist, und einem spannenden Aufgabenbereich: Welche Benefits müssen gegeben sein, um gute Mitarbeiter an sich zu binden?

Natürlich bieten wir einige Benefits für unsere Mitarbeiter an, wie zum Beispiel Family and Friends-Raten. Ein wichtiger Punkt ist heute auch die Arbeitszeit, die bei uns von Anfang an akkurat erfasst wurde. Da wir das Restaurant mittags und abends öffnen, versuchen wir mit einer Vier-Tage-Woche zu arbeiten. Das ist für viele Mitarbeiter ein wertvoller Aspekt. Aber tatsächlich ist ein gutes Arbeitsklima immens wichtig. Die Möglichkeit, sich bei uns im Bootshausteam weiterzuentwickeln, ist ein gutes Argument, sich längerfristig ans Haus zu binden.

Welche Werte sind Ihnen in der Küche besonders wichtig?

Mir persönlich ist es am wichtigsten, dass ein neuer Mitarbeiter gut ins Team passt, Flexibilität mitbringt und unsere Wertvorstellungen sowie die Freude am Beruf teilt. Die fachlichen Anforderungen spielen sich in der Regel schnell ein, die Abläufe sind gut organisiert und es gibt für alle Posten feste Rezepturen.

Was macht unsere Branche für Sie so besonders? Wie könnten noch mehr Menschen für einen Beruf in der Branche begeistert werden?

Wir müssen auf die Wünsche der jungen Generation eingehen. Es ist notwendig, die Arbeitszeiten in den Griff zu bekommen. Ich denke, eine Vier-Tage-Woche ist der einzige Weg, um heute eine Zufriedenheit der Mitarbeiter zu erreichen. Gleichzeitig müssen wir respektvoll mit unseren Mitarbeitern und auch mit den Produkten, die wir verarbeiten, umgehen. Nachhaltigkeit ist in allen Bereichen gefragt. Meiner Meinung nach ist das ein wichtiges Kriterium, um gute Mitarbeiter und gerade junge Menschen für eine Gastronomielaufbahn zu begeistern.

Thema Wertschätzung: Wie könnte man manchen Gästen besser vermitteln, wie wertvoll Ihre Arbeit ist und warum gute Qualität ihren Preis hat?

Ich habe immer viel gearbeitet. Vor einigen Jahren waren zehn Servicezeiten pro Woche ganz normal, die Gehälter dafür überhaupt nicht angemessen. Aber ich habe immer für meinen Beruf gebrannt, deshalb hat mir das nichts ausgemacht. Heute sehen wir, dass uns diese Einstellung viel kaputt gemacht hat. Uns fehlt heute der Nachwuchs. Es ist gut, dass sich die Branche wandelt und in vielen Bereichen fairer und flexibler wird. Andererseits muss man auch sehen, dass man am Ende Geld verdienen muss, auch um angemessene Gehälter bezahlen zu können. Das heißt letztendlich für den Gast, dass er bereit sein sollte, angemessene Preise zu bezahlen. In Rheinland-Pfalz sind die Tarifverträge gerade allgemeinverbindlich geworden und die Bruttolöhne sind ordentlich gestiegen. Diese Mehrkosten müssen nun erstmal wieder erwirtschaftet werden. Natürlich müssen das auch unsere Gäste mittragen. In diesem Punkt sollten die Verbände ganz entschlossen hinter den Betrieben stehen und mit einer guten Öffentlichkeitsarbeit für die wichtigsten Werte wie Qualität und Nachhaltigkeit der Gastronomie werben. 

FAMILIENPAKT BAYERN

# Mit Familienfreundlichkeit Arbeitskräfte finden und binden

Die größte Herausforderung für bayerische Arbeitgeber wird nach Erwartung vieler Experten in den kommenden Jahren der demografische Wandel sein: Dem ohnehin vom Fachkräftemangel geplagten deutschen Arbeitsmarkt gehen bis 2035 ganze 7 Millionen Arbeitskräfte verloren – das entspricht einem Siebtel des Arbeitsmarktes! Der Familienpakt Bayern unterstützt bayerische Unternehmen und Betriebe, familienfreundliche Rahmenbedingungen zu schaffen, um die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu verbessern.



**D**er baldige Renteneintritt vieler Arbeitnehmer der sogenannten Baby-Boomer-Jahrgänge birgt ökonomische Herausforderungen für die Zukunft. Damit einher gehen nicht nur der drohende Mangel an Arbeitskräften, sondern auch eine Erhöhung der Fehlzeitenquote beim Rest der Belegschaft, steigende Personalkosten und der Verlust von Know-how. Um dem entgegenzutreten, ist das Werben neuer Fachkräfte unabdingbar. Dabei muss vor allem beachtet werden, dass bei berufstätigen Müttern und Vätern trotz Job auch das Familienleben nicht zu kurz kommt. Hierfür wurde der Familienpakt Bayern geschlossen, um die Vereinbarkeit von Familie und Beruf voranzutreiben und in der Branche sichtbar zu machen. Paktpartner der Initiative sind die Bayerische Staatsregierung, der Bayerische Industrie- und

Handelskammertag e.V. (BIHK), die Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e.V. (vbw) und der Bayerische Handwerkstag e.V. (BHT)

Gemeinsam werden bayerische Unternehmen und Betriebe dabei unterstützt, familienfreundliche Rahmenbedingungen zu schaffen, familiäre Verantwortung zu würdigen und zu fördern sowie die Arbeitgeberattraktivität durch eine familienfreundliche Personalpolitik zu steigern. Die kostenfreie Mitgliedschaft bietet eine Vielzahl an Benefits für Arbeitgeber, um ihr Unternehmen in punkto Familienfreundlichkeit für Arbeitnehmer weiterzuentwickeln. Bei spannenden Seminaren und Veranstaltungen werden Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf präsentiert und auch für die Weiterentwicklung vor Ort verständlich aufbereitete Fachinformationen, Praxistipps

sowie Leitfäden, Broschüren und Checklisten bereitgestellt. Nicht zuletzt dient die Initiative als Plattform auch zum Austausch mit anderen engagierten Mitgliedern. 



Weitere Informationen zum Familienpakt Bayern



Weitere Informationen über die Initiative und die Möglichkeit zur

Anmeldung finden Interessierte im Internet unter [www.familienpakt-bayern.de/infocenter/findenundbinden](http://www.familienpakt-bayern.de/infocenter/findenundbinden) oder durch Scannen des nebenstehenden QR-Codes.

NEUES QUALITÄTSSIEGEL FÜR HOHE AUSBILDUNGSQUALITÄT IN DER GASTROBRANCHE

# So geht Azubi-Marketing heute

Erfahrene Gastgeber wissen, dass die Gunst des Gastes immer wieder aufs Neue gewonnen werden muss. Deshalb sind gut ausgebildete Fachkräfte ein wichtiger Erfolgsfaktor – ein qualifiziertes Ausbildungsunternehmen umso attraktiver. Mit der Initiative des Qualitätssiegels „TOP-Ausbildungsbetrieb“ schafft der DEHOGA erstmals eine bundesweit einheitliche Zertifizierung für einen hohen Ausbildungsstandard in Hotellerie- und Gastronomiebetrieben. Den interessierten Bewerbern bietet das neue Webportal eine wertvolle Orientierungshilfe bei der Suche nach potenziellen Betrieben, die sich besonders für die Ausbildungsqualität engagieren.



**D**en teilnehmenden Betrieben bietet das neue Qualitätssiegel einen deutlichen Wettbewerbsvorteil und hebt sie als attraktive Arbeitgeber hervor. Mit ihrem Engagement verbessern die Betriebe zudem ihre Reichweite und Glaubwürdigkeit als attraktiver Ausbildungsbetrieb bei der jugendlichen Zielgruppe. Die Betriebe verpflichten sich auf zwölf Leitsätze, deren Einhaltung durch unabhängige, anonyme Befragungen der Azubis bestätigt wird. Während der Orientierungsphase und Einarbeitungszeit steht jedem Auszubildenden ein Pate als persönliche Bezugsperson zur Seite. Alle Ausbilder sind fachlich bestens geschult und werden jährlich weiterqualifiziert. Darüber hinaus sind die Teilnahme an berufsbezogenen Projekten, Wettbewerben und Schulungen sowie die intensive Vorbereitung auf Prüfungen festgeschrieben. Alle Betriebe verpflichten sich

auch zu Weltoffenheit, Fairness und Toleranz, vor allem aber zur Balance von Arbeit und Privatleben. Die „TOP-Ausbildungsbetriebe“ werden darüber hinaus mit Benchmarks, Best Practices und wertvollen Handlungsimpulsen unterstützt.

### WERDEN AUCH SIE EIN TOP-AUSBILDUNGSBETRIEB!

Jeder Ausbildungsbetrieb der Hotellerie und Gastronomie, der die Leitsätze des Qualitätssiegels erfüllt, kann sich für die Teilnahme an der Initiative bewerben. Nach erfolgreicher Betriebs- und Azubi-Befragung erhalten die Betriebe ein Zertifikat und können sich für den Zeitraum von drei Jahren offiziell als „TOP-Ausbildungsbetrieb“ des DEHOGA bewerben. Weitere Informationen finden Interessierte im Internet unter [www.topausbildung.de](http://www.topausbildung.de). ☺



## Zeit für Frische

Zeit für die frischesten Lebensmittel.  
Direkt vom Produzenten in Ihre Küche.  
07248 685 94, [kroeswang.at](http://kroeswang.at)

**Frische bringt's.**

#DEHOGASGEBER: EINER FÜR ALLE, ALLE FÜR DIE GASTGEBERBRANCHE

# Wer etwas bewegen möchte, muss das Momentum erkennen



Gemeinsam mit dem DEHOGA Bayern wurde die Brancheninitiative #dehogasgeber ins Leben gerufen mit dem Ziel, die Gastgeberbranche zu stärken und die Fluktuation zu senken. Alle DEHOGA Bayern Mitglieder bekommen mit Persentis ein Werkzeug an die Hand, mit dem sie digital, dynamisch und differenziert an Mitarbeiterthemen herangehen und damit vom Reagieren ins Agieren kommen können. Und das kostenlos. Mehr dazu: [www.dehoga-bayern.de/dehogasgeber](http://www.dehoga-bayern.de/dehogasgeber). Thomas Stranig, CEO BWS Branding & Persentis und Initiator der #dehogasgeber in Kooperation mit dem DEHOGA Bayern erzählt im Kurzinterview mit Gastgeber Bayern, welchen Zugang er selbst zur Gastgeberbranche hat und wie es gelingen kann, auf authentische Weise passende Mitstreiter zu gewinnen.

**H**err Stranig, wie kam es zu Persentis?  
Wir haben in unserer Branding-Arbeit die Erfahrung gemacht, dass das Mitarbeiterthema der Dreh-, Angel- und

im Moment leider auch der Schmerzpunkt ist. Nicht nur in der Hotellerie und Gastronomie. Daher sind wir immer weiter in die Materie vorgedrungen, haben auch begonnen, uns wissenschaftlich damit auseinanderzusetzen und haben – mangels passenden Angebots –

angefangen, selbst zu entwickeln. Nach mehreren Jahren, in denen wir im Kleinen unsere Methode angewandt und weiterentwickelt haben, ist es uns nun gelungen, eine Lösung zu bringen, die praktikabel und nachhaltig wertschaffend ist. Wir haben mit dem „Stillen



Vertrag“ den Punkt identifiziert, um den sich alles dreht und wo man ansetzen muss.

### Warum ist Persentis genau für diese Branche das richtige?

Ich selbst bin ausgebildeter Hotelier und dem Tourismus seit 36 Jahren verbunden. Durch unseren immer schon sehr engen Draht in die Branche sehen wir viele Dinge ein wenig anders als andere und entwickeln auch Lösungen, die naturgemäß auf Gastgeber zugeschnitten sind. Wir denken vielleicht pragmatischer und entwickeln niemals theoretisch, sondern immer ganz nah an den Menschen entlang, die es betrifft. Dazu kommt natürlich noch, dass es kein reines Geschäftsmodell, kein „Job“ ist, sondern eine echte Herzensangelegenheit. Der Tourismus ist unsere Welt, und wir möchten unseren Beitrag leisten, dass es der Branche wieder gut geht. Ich denke, das spürt man auch. Ich bin sowieso der Meinung, dass Produkte nur dann funktionieren, wenn sie mit einem ehrlichen Anliegen verbunden sind – aber das würde jetzt zu weit führen.

**Was raten Sie Arbeitgebern in der jetzigen Situation? Wie sollen sie mit den doch akuten Herausforderungen umgehen?**

Man muss sich als Unternehmer natürlich schnellstmöglich auf die neue Arbeitsmarktsituation einstellen. Das, was jahrzehntlang funktioniert hat, funktioniert nicht mehr. Die Arbeitswelt verändert sich, und man muss sich mit-ändern. Bauchpinseln ist dabei genauso die falsche Strategie wie schlechte Bedingungen bieten und Leistung einfordern. Man sollte die Augen offenhalten für neue Lösungen, flexibel bleiben. Dabei die Ruhe bewahren und dennoch langfristig und vorausschauend agieren. Persönlich möchte ich jedem ans Herz legen, sich mit dem Thema „Stiller Vertrag“ auseinanderzusetzen – unabhängig davon, ob unsere Software zum Einsatz kommt oder nicht. Ich denke wirklich, dass dies die Basis einer gelungenen Arbeitsbeziehung und damit ein wesentlicher Baustein von erfolgreichem Unternehmertum ist.

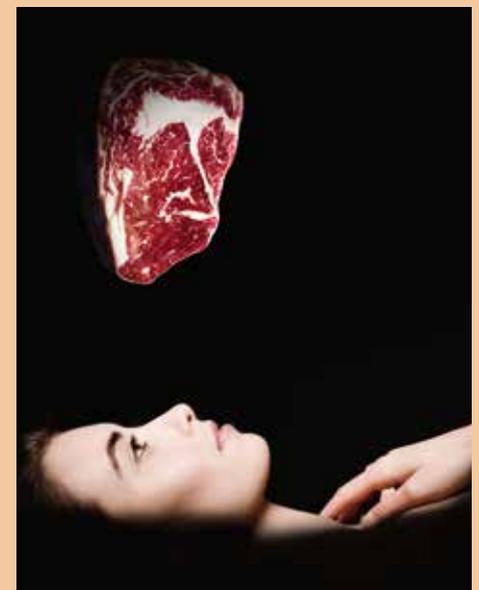
Kontakt bei Rückfragen

Weitere Informationen erhalten Interessierte unter [www.persentis.com](http://www.persentis.com)  
E-Mail: [office@persentis.com](mailto:office@persentis.com)  
Telefon: 0172 2347474

# 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 exklusiv bei KRÖSWANG. ———

[www.salonbeef.at](http://www.salonbeef.at)  
07248.685 94

GEBOREN / GEMÄSTET /  
GESCHLÄCHTET /  
VERARBEITET IN ÖSTERREICH

ZWEI PERSONALERINNEN TAUSCHEN SICH AUS

# Führungskräfte benötigen eine positive Grundeinstellung

Mitarbeiter gewinnen, Mitarbeiter halten – das ist das tägliche Brot aller Personalabteilungen. Doch welche Herausforderungen gibt es dabei und welche neuen Lösungsansätze haben sich herauskristallisiert? Julia Schiffer, stellvertretende Geschäftsführerin für Berufsbildung und Fachkräftesicherung beim DEHOGA Bayern, und Nina Mahnke, Leiterin Personal und Qualitätsmanagement der Platzl Hotels München, tauschen sich im folgenden Beitrag über Herausforderungen, neue Wege zur Mitarbeitergewinnung und kreative Lösungen für Benefits aus.

**J**ulia Schiffer: Frau Mahnke, wie gehen Sie das Thema Mitarbeitergewinnung konkret an?

**Nina Mahnke:** Zunächst ist es mir wichtig, dass wir uns auf das Wesentliche fokussieren. Nach außen hin können die größten Employer Branding- und Recruiting-Kampagnen gefahren und nachher über Social Media kommuniziert werden, die aber nichts bringen, wenn es im Inneren nicht stimmt. Auch intern muss eine gute Basis geschaffen werden – Stichwort: zufriedene Mitarbeiter –, bevor man nach außen geht und das kommuniziert. Als Personal-Team überlegen wir uns, was die Bewerber von uns brauchen

und was wir Ihnen als Unternehmen im Gegenzug geben möchten. Da kommen dann schnell auch „weiche Faktoren“ auf. Hierzu zählen Faktoren wie Sicherheit, aber auch menschliche Bedürfnisse wie Herzlichkeit. Entsprechend agieren wir dann ab dem ersten Kontakt mit unseren Bewerbern zielgerichtet. Ein weiterer Punkt, der sich in der Vergangenheit als hilfreich

erwiesen hat, sind kurze Wartezeiten: Bei uns im Unternehmen wartet kein Bewerber länger als 48 Stunden auf eine Rückmeldung. Sollte jemand in die engere Auswahl kommen, bieten wir mittlerweile hauptsächlich einen ersten Video-Call an, sodass der erste Austausch und das erste Kennenlernen wirklich schnell von statten geht.

Im Platzl Hotel im Herzen Münchens und im Marias Platzl Hotel trifft Tradition auf Moderne und Regionalität. Die Nähe zur bayerischen Lebensart wird auch in den zugehörigen Wirtshäusern (Ayinger am Platzl & Ayinger in der Au), Bars (Josefa Bar & Platzl Karree), den Veranstaltungsräumen und dem Fine Dining Restaurant, der Pfistermühle, sichtbar.  
[www.platzlatalente.de](http://www.platzlatalente.de)





**Julia Schiffer: Es geht also um die Feinheiten...**

**Nina Mahnke:** ...auf jeden Fall. Bewerbungsprozesse sind schlicht und einfach auch mit einem menschlichen Austausch verbunden – das muss auch so betrachtet werden. Beispielsweise sagen wir zu einem Bewerber nicht „Komm zum Bewerbungsgespräch“, sondern „Komm zum Kennenlernen“. Das ist schließlich ein beidseitiges Geben und Nehmen, aber diese feine Nuance in der Namensgebung macht oft den Unterschied. Darüber hinaus sollen die Bewerber bei einem Probetag auch möglichst viele Kollegen kennenlernen, beim Mittagessen dabei sein, sodass sie nicht nur ihre spätere Tätigkeit, sondern auch das gesamte Umfeld kennenlernen.

**Julia Schiffer: Es klingt nach einer schönen Grundeinstellung, zu sehen, wie man jemanden im Rahmen seiner beruflichen Tätigkeit glücklich machen und ihn als Mensch wertschätzen kann. Man bewirbt sich ja auch als Arbeitgeber bei den Kandidaten, möchte sich gut präsentieren, aber trotzdem authentisch bleiben.**

**Nina Mahnke:** Genau, von Anfang an zuverlässig und strukturiert sein, konkrete Termine nennen, wenn es um weitere Gespräche geht oder der Bewerber Feedback erhalten möchte – also beispielsweise „wir melden uns Dienstag“ und nicht einfach „im Laufe der nächsten Woche“. Dann muss ich mich als Personaler aber auch daran halten, sonst sind meine Bemühungen umsonst gewesen, wenn ich nicht das liefere, was ich verspreche.

**Julia Schiffer: Da gebe ich Ihnen Recht. Aber gehen wir nochmal einen Schritt zurück: Wie handhaben Sie Bewerbungen? Bewerben sich die Kandidaten bei Ihnen klassisch über Ihre Homepage oder sind Sie auch schon neue Wege gegangen zum Beispiel über Apps oder mithilfe Instant Messenger bequem vom Handy aus?**

**Nina Mahnke:** Wir arbeiten mit einer klassischen Bewerbermanagementsoftware, in welcher alle Informationen gebündelt werden. Bewerbungen über unsere Homepage sind aus Datenschutzgründen immer eine sichere Bank, da der Bewerber das Häkchen vor dem Absenden setzen muss. Aber auch per Instant Messenger ist dies mittlerweile möglich. Hier werden die gleichen Fragen gestellt, die wir vorab auch auf unserer Website stellen, nur in Form eines Chatverlaufs. Das sind beispielsweise Fragen wie „Bist du ein Tag- oder Nachtmensch?“. Der Bewerber antwortet darauf und schick seine Unterlagen einfach per Handy mit.

**Julia Schiffer: Ich denke, technische Neuerungen bei Bewerbungen sind Veränderungen, die besonders die jüngere Generation wertschätzt. Wir sind heute ständig erreichbar und Tagesabläufe sind nicht mehr so einheitlich wie früher. Dann können gerade junge Bewerber beim Scrollen in der Bahn oder von jedem anderen Ort aus auch mal abends um 22 Uhr ihre Bewerbungen absenden. ►**

**Nina Mahnke:** Absolut. Viele haben gar keinen Laptop mehr und agieren fast nur noch über Handy und Tablet. Darauf müssen wir einfach reagieren. Worauf wir die letzten zwölf Monate auch gesetzt haben, ist eine verstärkte Präsenz bei Netzwerkveranstaltungen. Dadurch wurden wir auch medial sichtbarer – dies hat sich wiederum positiv auf die Zahl der Initiativbewerbungen ausgewirkt, die enorm gestiegen sind.

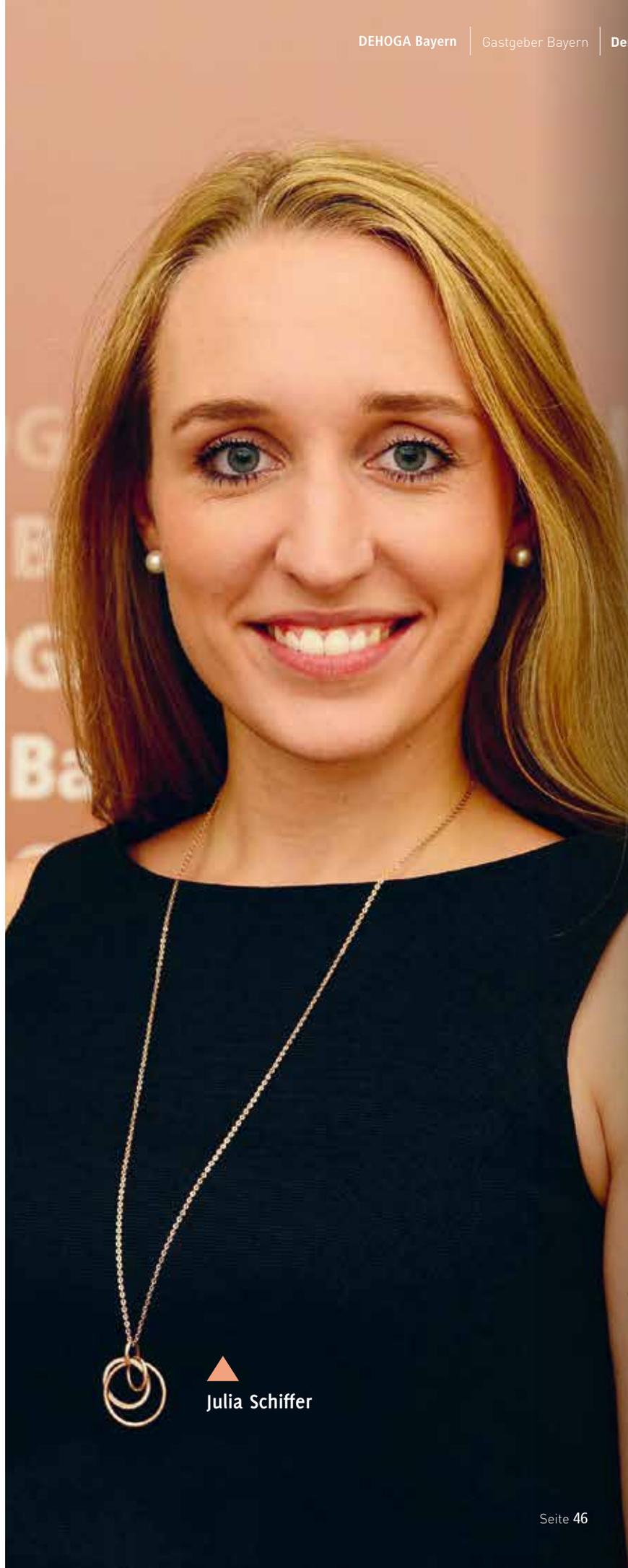
**Julia Schiffer:** Apropos reagieren: Viele junge Bewerber wünschen sich vor allem individuelle Förderungsmöglichkeiten beziehungsweise formulieren die Erwartungshaltung, nicht mehr in ein „Schema F“ gepresst zu werden. Wir gehen Sie diese neue Herausforderung an?

**Nina Mahnke:** Jeder Mitarbeiter muss einfach individuell betrachtet werden – hat jemand Lust, sich in vielen Bereich weiterzuentwickeln? Möchte jemand Spezialist in einer Sache sein? Ist vielleicht auch jemand dabei, der weniger Entwicklung haben möchte, auch das ist – offen gesprochen – vollkommen legitim. Wir haben im Unternehmen letztes Jahr viele Trainings und Workshops zu den unterschiedlichsten Themen angeboten und durchgeführt. Neben klassischen Produktschulungen und Produkttrainings, sind auch immer mehr digitale Skills von Vorteil, wie Excel, Powerpoint und ein gutes Selbstmanagement via Outlook. Ein ganz neues Angebot ist ein Training zur Persönlichkeitsentwicklung – dem „Happiness Factor“. Einige Länder berechnen das Happiness Level ihrer Bevölkerung – in Deutschland ist es bisher meist das Bruttoinlandsprodukt (lacht). Das sollte sich ändern.

**Julia Schiffer:** Mit den ganzen Bemühungen und Angeboten verbessert sich die Mitarbeiterbindung messbar, oder? Ich kann mir vorstellen, dass viele Mitarbeiter lange in Ihrem Unternehmen verbleiben, nicht zuletzt dank der vielen Angebote.

**Nina Mahnke:** Definitiv. Wir haben eine durchschnittliche Betriebszugehörigkeit von sechs Jahren. Klar hat die Corona-Pandemie einiges durcheinandergewirbelt – wie in allen Branchen – aber im Großen und Ganzen würde ich behaupten, dass wir unsere Mitarbeiter verhältnismäßig lange halten können. Und das freut uns natürlich, denn das ist die Bestätigung für unsere Arbeit und lässt auch das Betriebsklima stets besser werden.

**Julia Schiffer:** Eine Win-win-Situation für Arbeitnehmer und Arbeitgeber. Stichwort Corona-Pandemie: Die Hotel-



▲  
Julia Schiffer

und Gastro-Branche hat natürlich schwer gelitten. Wie haben Sie diese Zeit gestaltet?

**Nina Mahnke:** Wie in vielen anderen Betrieben auch war der Großteil unserer Mitarbeiter in Kurzarbeit. In dieser Zeit haben wir regelmäßig Video-Calls gemacht, Online-Treffen und Sprechstunden angeboten, um die Leute trotzdem abzuholen und auch das Gefühl der Sicherheit zu vermitteln. Die Auszubildenden waren die komplette Zeit vor Ort. Sie haben sich verschiedener Projekten angenommen und dabei auch Verantwortung übernommen, selbst ohne den gewohnten Rhythmus mit unseren Gästen. Da war eine sehr gute Strategie, denn wir haben nicht nur von den Auszubildenden, sondern auch von deren Eltern widergespielt bekommen, dass der Arbeitsrhythmus Struktur in eine ungewisse Zeit gebracht und damit die jungen Menschen in ihrem erwachsen werden begleitet hat.

**Julia Schiffer:** In einem Betrieb gibt es viele verschiedene Berufe und Positionen. Gerade im Hinblick auf die Führungskräfte hat sich in den letzten Jahren auch viel getan, was Anspruch und Coaching angeht...

**Nina Mahnke:** In diesem Bereich hat sich in den letzten Jahren in der Tat viel getan: Es ist viel menschenorientierter geworden, der einzelne Mitarbeiter rückt stärker in den Fokus. Als Führungskraft geht es heute häufig darum, eine positive Grundeinstellung zu haben und zu vermitteln. Und dann das bestmögliche Potenzial nicht nur aus sich selbst, sondern auch aus seinem Team und den einzelnen Mitarbeitern

zu schöpfen. Das ist natürlich anstrengend und man braucht einen langen Atem. Dennoch ist der Lohn dafür eine extrem solide Basis für die Beziehung zwischen Team und Führungsebene.

**Julia Schiffer:** Stichwort Talentmanagement.

**Nina Mahnke:** Genau. Wir haben unser Talentmanagement im letzten Jahr gestartet und treffen uns ein Mal pro Quartal mit jeder Führungskraft und besprechen die einzelnen Mitarbeiter aus dem Team. Was kann die Person besonders gut? Was sind denn die Motivationsfaktoren dieser Person? Der nächste Schritt ist dann der Blick in die Zukunft: Was muss die Führungskraft tun, damit es auch so bleibt? Braucht vielleicht auch die Führungskraft eine Hilfestellung? Diese Punkte muss man schon sehr vorausschauend planen.

**Julia Schiffer:** Ein großes Thema bei allen Bewerbern, Mitarbeitern und nicht zuletzt den Führungskräften ist ein attraktives Gehalt. Welche weiteren Benefits können Unternehmen ihren Mitarbeitern bieten, die sich zwar nicht auf dem Gehaltszettel niederschlagen, aber die Mitarbeiter dennoch glücklicher machen?

**Nina Mahnke:** Da gibt es sehr viele Ansätze. Für unseren Betrieb hat sich eine qualitativ hochwertige Mitarbeiterkantine als absolut hilfreich und zufriedenstellend erwiesen. Hierzu eine lustige Anekdote: Eine Kollegin aus meinem Team wollte für den nächsten Tag ins Homeoffice gehen und eine andere Kollegin antwortete ihr „Aber

morgen gibt es doch Lasagne!“ (lacht). Da weiß man, dass eine gute Verpflegung wirklich etwas ausmacht und die Menschen zufriedenstellt. Wir möchten in der Hospitality die Gäste ja auch zufriedenstellen – warum dann nicht auch die Mitarbeiter? Darüber hinaus bieten wir allen Mitarbeitern 50 Prozent Preisnachlass in unseren Outlets auf Mahlzeiten – plus weitere vier Personen. Zudem gibt es noch viele weitere Kleinigkeiten, die den Alltag erleichtern, zum Beispiel die kostenfreie Reinigung der Dienstkleidung, die selbstverständlich gestellt wird, und der Businessoutfits, Sportangebote, Rabatte bei kooperierenden Unternehmen, gemeinsame Ausflüge wie auf die Wiesen und vieles mehr.

**Julia Schiffer:** Ein letzter spannender Punkt zum Schluss: Stichwort „Work-Life-Balance“ – wie gehen Sie dieses Thema an?

**Nina Mahnke:** Hier gibt es meiner Meinung nach viele kreative Ansätze. Besonders die Möglichkeit, in Teilzeit zu arbeiten, schätzen viele. Nicht nur wegen der Vereinbarkeit von Familie und Beruf, sondern auch zur Vereinbarkeit von Sicherheit und Spaß. Manche möchten nebenbei noch ihrem Hobby oder einer anderen Tätigkeit nachgehen. Es gibt viele verschiedene Lebensmodelle und es gibt auch hierzu Lösungen. Das Thema Vier-Tage-Woche ist in der Hotellerie prinzipiell machbar, bedarf aber natürlich weitaus mehr Planung als vielleicht in anderen Branchen. Aber das ist nur ein Aspekt von vielen, der uns als Personaler zur Verfügung steht. ☺

Anzeige

**Im Programm u. a.:**  
**Mi, 29. und Do, 30.03.**  
**Show-Kochen mit Fernsehkoch**  
**Hans Jörg Bachmeier**  
**Mi, 29.03**  
**Besuch der Bayerischen**  
**Milchprinzessin**  
**Philomena Mögele**

# 10.GAST+KÜCHE

Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung

## 29. + 30. März 2023 in Passau

### in der Dreiländerhalle

## Neues aus Gastronomie & Hotellerie

**Außerdem im Programm:**  
**Mi, 29. und Do, 30.03.**  
**Innstolz-Käse-Sommelier**  
**Christoph Hofmann**

TECHNIK
ESSEN
TRINKEN
SERVICE

[www.gast-kueche.de](http://www.gast-kueche.de)



IM GESPRÄCH MIT ISABELLA HREN, GESCHÄFTSFÜHRERIN BTG

# „Nicht alle Verbesserungen müssen **von den Unternehmen selbst geschaffen werden**“

Isabella Hren, Vorstand der Bayerischen Gastgeber AG und Geschäftsführerin der BTG spricht mit Gastgeber Bayern über die neue Generation Arbeitnehmer und wie vorbildliche Best-Practice-Betriebe die aktuellen Herausforderungen meistern.



**F**rau Hren, im Rahmen der zahlreichen Dienstleistungen sind Sie mit Ihrem Team quasi täglich in den bayerischen Betrieben unterwegs. Mit welchen Herausforderungen sehen sich die Unternehmen konfrontiert?

Neben den Kostensteigerungen stellt der Mitarbeitermangel sicherlich die größte Hürde dar. Zahlreiche Betriebe können die Gästefrage nicht bedienen, weil Mitarbeitende fehlen. Das betrifft alle Branchen – alle suchen Bewerber. Dabei sind Fachkräfte unserer Branchen auch in anderen Industrien äußerst beliebt. Sie gelten dort

als qualitäts- sowie dienstleistungsorientiert, flexibel und fleißig. Das ist eigentlich ein großes Kompliment an unseren Berufsstand und unsere Ausbildung.

**Wie können die Unternehmen dieser Entwicklung aus Ihrer Sicht entgegenwirken?**

Optimistisch und flexibel. Gelerntes sowie Erfahrungen aus der Vergangenheit bieten aus meiner Sicht keine erfolgsbringenden Lösungen für zukünftige Herausforderungen. Neue Märkte, veränderte Verhaltensweisen junger Menschen, andere Medien machen Anpassungen notwendig. Das bezieht sich nicht nur auf das Recruiting, sondern im Besonderen auf neue Qualitätsanforderungen an die Führung. Flexibilität möchte ich hier an erster Stelle nennen. Ich gehe davon aus, dass erfolgreiche Betriebe langfristig mehrere Arbeitszeitmodelle parallel umsetzen werden. Andererseits bietet die Branche zahlreiche Rahmenbedingungen, die junge Menschen in der Arbeitswelt schätzen.

**100% GEFÖRDERTE  
BLITZLICHT-BERATUNG**

Neue Fokusthemen 2023  
✓ Mitarbeitende finden & binden  
✓ Wirtschaftlichkeit & Energie  
✓ Effizienz & Modernisierung

Anmeldung unter:  
[www.wirtshauskultur.bayern/blitzlichtberatung](http://www.wirtshauskultur.bayern/blitzlichtberatung)  
*Bitte beachten Sie die gültigen Förderrichtlinien*

### Was kann der neuen Generation Arbeitnehmer konkret angeboten werden, um die Branche interessant zu machen?

Die neuen Generationen leben eine hochgradige Individualisierung – Arbeit soll Spaß und Sinn machen. Daraus lassen sich für das Gastgewerbe und dessen Beschäftigungsbereiche viele Vorteile ziehen. Die Berufe bieten täglichen Kontakt mit unterschiedlichen Menschen, kein Tag ist wie der andere und in der Interaktion erhalten die Mitarbeitenden permanent Feedback der Gäste. Die Branche hat im digitalen Bereich immer noch Nachholbedarf. Neue Generationen können zusätzliches Knowhow einbringen, haben Freude in der intuitiven technischen Umsetzung und bringen damit nicht nur weitere Perspektiven, sondern auch mehr Effizienz in die Unternehmen. Hinzu kommt, dass in der Dienstleistung als Team in familiärer Atmosphäre zusammengearbeitet wird. Schaffen die Betriebe es, das Miteinander zu fördern, binden sie die Mitarbeiter aneinander und geben wichtige Ankerpunkte. Fühlen sich die Beschäftigten im Betrieb wohl, können auch sie neue Kollegen aus dem Freundeskreis rekrutieren, denn diese Generation möchte mit Freunden arbeiten.

### Die BTG bietet ein umfangreiches Aus- und Weiterbildungsprogramm in Präsenz- und Webformaten. Was wird besonders nachgefragt?

Die Nachfrage geht mit den Herausforderungen tatsächlich Hand in Hand. Wir bilden viele Führungskräfte speziell in Persönlichkeitsentwicklung, Mitarbeiterführung, Kommunikation- und Konfliktmanagement weiter, um ihnen neue Werkzeuge für neue Aufgaben an die Hand zu geben. Auch neues Knowhow in der Digitalisierung wird stark nachgefragt sowie betriebswirtschaftliche Themen wie Kalkulationen.

### Was tun Sie darüber hinaus, damit die Betriebe zukunftssicher sind?

Die Anforderungen an die Unternehmer sind tatsächlich enorm. Wir sehen es als unsere Aufgabe, konkret Unterstützung zu geben, indem wir Arbeitsschritte abnehmen. Beispielsweise wählen wir im Branchenpartnermodell Firmen aus der Zulieferindustrie aller Bereiche aus, prüfen diese auf Qualität und verhandeln nach Möglichkeit Vorteile für die Mitgliedsbetriebe. Auf der hierfür eingerichteten Plattform [www.dehoga-branchenpartner.bayern](http://www.dehoga-branchenpartner.bayern) finden die Betriebe eine selektierte Auswahl von Anbietern pro Bereich samt direktem Ansprechpartner und können nach den individuellen Anforderungen ihrer Betriebe Kontakt aufnehmen.

### Können Sie abschließend auch einen Praxis-Tipp aus Ihrer Erfahrung mit vielen Best-Practice-Betrieben der Branche geben?

Es empfiehlt sich, immer wieder einmal die Perspektive zu wechseln – den eigenen Betrieb durch die „Gästepille“ zu betrachten, beispielsweise mit Hilfe des Mystery-Checks und regelmäßigen Mitarbeiterbefragungen, um die Sichtweise des Teams in Prozesse mitaufzunehmen.

Nicht alle Lösungen müssen von den Unternehmern selbst kommen, es gibt viele Möglichkeiten, Unterstützung in Anspruch zu nehmen. Bei den 100-prozentig geförderten Kurzberatungen können Betriebe beispielsweise zwei bis drei Stunden mit einem unabhängigen Branchenprofi, der als Sparringspartner oder Coach fungiert, im eigenen Betrieb über Herausforderungen sowie individuelle Lösungen sprechen. 

## 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
- Reisen für Alle

### QUALIFIKATION

#### AUS- UND WEITERBILDUNGSPROGRAMM

- Web- und Präsenz-Seminare die Kernthemen:
  - Mitarbeiter:innen – finden & binden
  - Betrieb – optimieren & wachsen
  - Gäste – gewinnen & begeistern
  - Vorschriften – kennen & umsetzen
  - Gründer:innen – planen & durchstarten
  - Digitalisierung – nutzen & profitieren
- Schulungen in den Betrieben: „Wir kommen zu Ihnen“
- Bayerischer Wirte- und Unternehmerbrief

### KOOPERATIONEN

#### STARKE PARTNER AN DER HAND

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

### BERATUNGS-SERVICE

#### MEHR WISSEN, MEHR ERFOLG

- Blitzlicht-Beratung: neue Schwerpunkte:
  - Wirtschaftlichkeit & Energie
  - Mitarbeiter finden & binden
  - Digitalisierung & Effizienz
- Berater-Tage: fachspezifisch, thematisch
- Berater-Package: z.B. Unternehmensnachfolge

## 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](http://www.btg-service.de/web-seminare)  
Tool: ZOOM

### PRÄSENZ-SEMINARE

#### MÄRZ

Der Preis ist heiß	01.03.2023
Der Zimmer-Check – so viel mehr als nur eine Endabnahme	02.03.2023
Mitarbeiterführung im Personalwesen Teil I	06.-07.03.2023
Erfolgreich am Bewerbermarkt agieren: Employer-Branding-Strategien für die Praxis	08.03.2023
Online & Social Media Workshop	10.03.2023
WOW! Geheimnis echter Gästebegeisterung und Kundenbindung	14.03.2023
Effizientere Prozesse durch Digitalisierung	16.03.2023
Führungs-Akademie Modul I	20.-21.03.2023
Schlagfertigkeit kann man lernen	22.03.2023
Start Up – Tipps und Tricks	23.03.2023
Krise als Chance	27.03.2023
Die nächste Betriebsprüfung kommt gewiss!	29.03.2023

#### APRIL

Kompetent – auch wenn's mal schwierig wird	17.04.2023
Konflikte im Team meistern – Widerstände als Motivation	18.04.2023
Fit und stark durchs Jahr! Führungs-Booster – Persönlichkeitsentwicklung	20.04.2023
Unser Dorf und wir – regionale Kooperationen	24.04.2023
Qualitäts- und Konflikt-Management	25.04.2023
Check In – begeistern Sie Ihre Gäste von Anfang an	26.04.2023
Mitarbeiterkommunikation – Der Schlüssel zum Erfolg	27.04.2023

#### MAI

Service-Drehbuch	02.05.2023
Gründer Praxis-Workshop	03.05.2023
Sustainable Hotel – Wie man zur nachhaltigen Marke wird	04.05.2023
Marketing-Workshop	08.-09.05.2023
Marketing-Workshop	10.05.2023
Kreativ ungehorsam	11.05.2023
Wertschöpfung durch Wertschätzung	15.05.2023
Qualitätssicherung in der Dienstleistung	17.05.2023
Führungs-Akademie Modul II	22.-23.05.2023
Resonanztourismus – Das Unternehmen	24.05.2023

#### JUNI

WOW-Effekte und Verblüffungsmomente schaffen	12.06.2023
Den Onboardingprozess erfolgreich gestalten – neue Mitarbeitende ans Unternehmen binden	13.06.2023
Mitarbeiterführung – Personalwesen Teil II	19.-20.06.2023
Mitarbeiterführung – Personalwesen Teil II	21.06.2023
Generation Y und Z – Pragmatische und zielorientierte Führung	26.06.2023
Digitalisierung/Social Media – Neue Chancen erkennen & erfolgreich nutzen	27.06.2023
Kalkulation und Einsparungen	28.06.2023

#### Veranstaltungsort

Prinz-Ludwig-Palais  
Türkenstraße 7  
80333 München

#### Weitere Informationen unter

 [www.btg-service.de/seminare](http://www.btg-service.de/seminare)  
 [konferenz@btg-service.de](mailto:konferenz@btg-service.de)  
 089 / 280 98 99





DER BIO-PIONIER FEIERT 50. JUBILÄUM

# Molkerei Berchtesgadener Land

## BIO SEIT 1973

Seit 50 Jahren verarbeitet die Molkerei Berchtesgadener Land Bio-Milch und ist damit Deutschlands erste Bio-Molkerei. 1973 startete der Bio-Pionier mit fünf engagierten Land-

wirtschaftsfamilien. Heute liefern 600 bäuerliche Bio-Betriebe aus der Alpenregion zwischen Watzmann und Zugspitze ihre Bio-Milch an die Molkerei.

## BIO-GASTRO SEIT ÜBER 10 JAHREN

Die Molkerei Berchtesgadener Land beliefert die Gastronomie und Hotellerie schon Jahrzehnte mit Spezialprodukten in Premiumqualität. Als Pionier bietet die Genossenschaftsmolkerei bereits

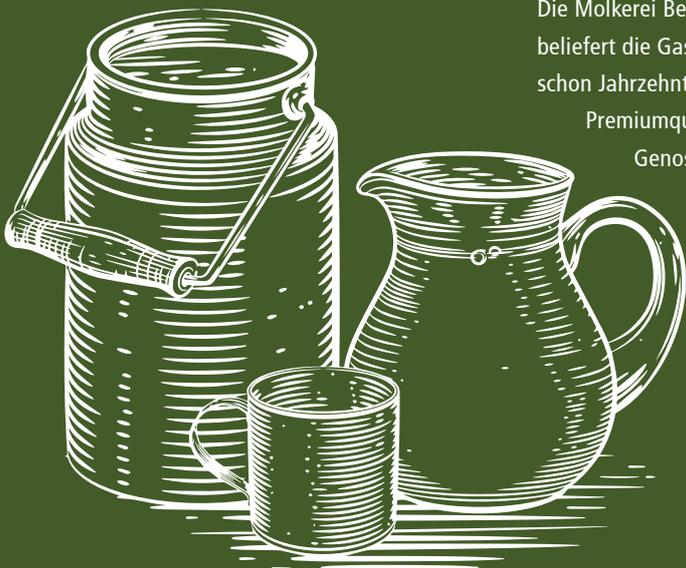
seit 2011 frische Alpenmilch, Schlagrahm, Magerquark und Joghurt in Bio-Qualität in 5 kg Eimern an.

## NATURLAND FAIR – BEI FAIR TOWNS ANERKANNT

Fairness entlang der Lieferkette ist ein hoher Wert, für den die Molkerei Berchtesgadener Land als Genossenschaft schon immer steht. 2010 stellte sie sich als erste Molkerei der Naturland Fair Zertifizierung. Seither tragen die Bio-Gastro-Produkte nicht nur das Naturland, sondern das Naturland Fair Zeichen – anerkannt auch bei Fair Towns.

### Unternehmenskontakt:

Ansprechpartner (Gastro-Verkauf):  
Pirmin Gollinger  
[www.bergbauernmilch.de](http://www.bergbauernmilch.de)



# ICH BIN GERNE MITGLIED – GEMEINSAM SIND WIR STARK

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

CORNELIA BLODAU  
RÜCKERT-CENTRUM GMBH,  
SCHWEINFURT

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

ANGELA UND ANDREAS WEISSENFELD  
HOTEL WÜRMTALER GÄSTEHAUS E.K.

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

FAMILIE WEISS UND TEAM  
AUGUSTINER AM WÖRTHSEE



DEHOGA Bayern

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

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

JETZT  
MITGLIED  
WERDEN!

**SPRECHEN SIE UNS GERNE AN!**

Telefon: 089 28760-0

Fax: 089 28760-111

E-Mail: [info@dehoga-bayern.de](mailto:info@dehoga-bayern.de)

Internet: [www.dehoga-bayern.de](http://www.dehoga-bayern.de)

**JETZT MITGLIED WERDEN UND VOM NETZWERK DES DEHOGA BAYERN PROFITIEREN!**



© Landesverband der Köche Bayern e.V.

WERTVOLLE 5-TAGE-WOCHE FÜR DEN GASTRO-NACHWUCHS

# Jugendcamp Bayern 2023

Vom 5. bis 9. Juni 2023 findet in Regensburg das Jugendcamp Bayern, Deutschlands größtes Fortbildungscamp für junge Köchinnen und Köche statt. Die fünftägige Veranstaltung des Landesverbands der Köche Bayern vermittelt den ambitionierten Teilnehmern wichtige Grundlagen für ihre Berufskarriere in der Gastrobranche.

Die Nachwuchstalente aus der Gastrobranche nehmen an spannenden Workshops mit namhaften Referenten teil und erhalten praxisbezogene Tipps, die sie im Betrieb oder entsendetem Unternehmen einbringen können. Darüber hinaus bieten die Abendveranstaltungen die einmalige Möglichkeit, das eigene berufliche Netzwerk zu pflegen und neue berufliche Perspektiven zu entdecken. Interessierte können sich schon jetzt unter [www.jugendcamp-bayern.com](http://www.jugendcamp-bayern.com) weiter informieren und anmelden. ☺



ONLINE SHOP [WWW.BIRKENHOF-BRENNEREI.DE](http://WWW.BIRKENHOF-BRENNEREI.DE)

BIRKENHOF MASTER EDITION  
**FADING  
hill**  
HANDCRAFTED GERMAN WHISKY

EINE VISION UND DREI AUSSERGEWÖHNLICHE  
WHISKY-DIMENSIONEN.  
SINGLE MALT | SINGLE RYE  
SINGLE MALT PEATED EDITION



**Birkenhof**  
Brennerei

57647 NISTERTAL · [INFO@BIRKENHOF-BRENNEREI.DE](mailto:INFO@BIRKENHOF-BRENNEREI.DE)

MAL ANDERS BETRACHTET –  
FRAGESTELLUNGEN AUS GÄSTESICHT

# Darf man mal fragen...?

In der Rubrik „Darf man mal fragen...?“ richtet *Gastgeber Bayern* den Blick einmal bewusst in die andere Richtung. Hier haben Gäste die Möglichkeit, Fragen an die Gastgeber zu richten. Haben auch Sie Fragen aus der Sicht eines Hotel- oder Restaurantbesuchers? Senden Sie Ihre Frage an [f.john@gastgeber.bayern](mailto:f.john@gastgeber.bayern). Vielleicht finden Sie die Antwort in einer der kommenden Ausgaben.

Darf man im Restaurant einen Nachschlag fordern, um ihn sich für den Gang nach Hause einpacken zu lassen?

Sollte der Gast seine bestellte Portion nicht schaffen, ist es in der Regel möglich, sich die Reste einpacken zu lassen. Ein Rechtsanspruch darauf besteht jedoch nicht, da in einem Restaurant zum Verzehr an Ort und Stelle serviert wird. Dennoch haben sich viele Betriebe darauf gerade mit Blick auf einen achtsamen Umgang mit Essen eingestellt. Für Nachschlag im Restaurant muss in der Regel auch bezahlt werden.

## MITGLIEDSBEITRAG BEWUSST MODERAT ANGEHOBEN

# Aktuelle Beitragsordnung 2023

Beitragsstufe	Anzahl Arbeitnehmer	Monatlicher Mitgliedsbeitrag in €
I	Nur Filialbetrieb	36,71
II	0-3	36,71
III	4-10	57,12
IV	11-20	81,77
V	21-50	130,01
VI	51-75	174,86
VII	über 75	225,20

In Anbetracht der wirtschaftlichen Härten für die Branche in den zurückliegenden Jahren hat sich der Große Vorstand des DEHOGA Bayern einstimmig dazu entschieden, den üblichen Inflationsausgleich in diesem Jahr nicht in voller Höhe an die Verbandsmitglieder weiterzugeben. Verglichen mit einer Inflation

im zeitweise zweistelligen Bereich im Kalenderjahr 2022 ist die Erhöhung des Mitgliedsbeitrags 2023 mit einem Anstieg in Höhe von lediglich 3 Prozent im Vorjahresvergleich bewusst moderat ausgefallen. Die aktuellen Beitragswerte sind der obenstehenden Tabelle zu entnehmen.

TRADITIONELLES BUCHBINDEHANDWERK STATT PRODUKTE „VON DER STANGE“

# Manufaktur für Speisekarten & Co.

Im oberen Vilstal – zwischen Amberg und Regensburg – fertigen Jutta Bruckner und Wolfgang Settele seit den 1980er-Jahren gemeinsam mit ihrem Team hochwertige Speise- und Getränkekarten nach echter Buchbindertradition. Auch Klemmbretter, Zimmermappen und weitere exklusive Produkte für die Auslage im Gastgewerbe werden hier in Handarbeit hergestellt.

Produkte von der Stange gibt es bei Settele Gastro nicht: Für jeden Kunden wird nach eingehender Beratung ein eigenes Layout erstellt und die Mappe ganz nach Wunsch konfiguriert. Jede einzelne Mappe wird anschließend von Hand gefertigt. Im Trend liegen natürliche Materialien wie Mappen aus Wollfilz oder Eiche und exklusive Leder- oder Textilmappen mit hochwertiger Prägung. Auch Karten in schimmernder Metallic-Optik werten jedes Objekt auf. Der seri-

elle Charakter von Speisekarte, Weinkarten und Barkarten wird durch verschiedene Größen oder Farben erzeugt - Settele Gastro entwickelt hier gemeinsam mit Kunden individuelle Lösungen. Zu den meist langjährigen Kunden von Settele Gastro zählen Restaurants, Hotels, Landgasthöfe, Cafés und Bars in ganz Deutschland, Österreich und der Schweiz. Als zusätzlichen Service fertigt die Kartenmanufaktur mit ihrer hauseigenen Druckerei auch Speisekarten-Innenseiten, Faltblätter, Gutscheine und vieles mehr. So erhält



der Gastronom alles aus einer Hand, das spart viel Aufwand und schont den Geldbeutel.

## HOCHWERTIG UND NACHHALTIG

Die Speisekarten und Klemmbretter im Sortiment von Settele Gastro aus heimischer Eiche, Recyclingholz und Wollfilz liegen auch in Sachen Nachhaltigkeit voll im Trend. Für alle Mappen wird Buchbinderleim auf rein pflanzlicher Basis ohne Knochenmehl verwendet.

Ebenfalls neu in der Produktpalette werden Überzugsmaterialien aus recyceltem Meeresplastik angeboten – auch dies kombiniert den aktuellen Zeitgeist mit einer exklusiven Lösung für die Gastronomie und Hotellerie. Mehr Informationen unter [www.settele-gastro.de](http://www.settele-gastro.de)

# SPEISEKARTEN

INDIVIDUELL UND NACH IHREN WÜNSCHEN!



BAYERISCHE  
SPEISEKARTEN-  
MANUFATUR  
SEIT 1989

traditionelles Handwerk  
modernes Design  
individuelle Beratung

Unsere Speisekarten nach Maß unterstreichen den individuellen Charakter ihres Lokals. Kontaktieren Sie uns! Wir beraten Sie gerne!



NEUGIERIG?  
MEHR INFOS AUF  
UNSERER WEBSITE!

## settele

gastro-kommunikation

Seb.-Kneipp-Str. 20 • 92245 Kümmersbruck  
Tel. (0 96 21) 8 66 11 • [info@settele-gastro.de](mailto:info@settele-gastro.de)  
[www.settele-gastro.de](http://www.settele-gastro.de)

*Auf einen Cappuccino mit...*

## ... Dieter Janecek

### Koordinator der Bundesregierung für Maritime Wirtschaft und Tourismus

**L**IEBER HERR JANECEK,  
ZUNÄCHST EINMAL HERZLI-  
CHEN GLÜCKWUNSCH ZUR  
POSITION ALS NEUER KO-  
ORDINATOR DER BUNDESREGIERUNG FÜR  
MARITIME WIRTSCHAFT UND TOURISMUS.  
WELCHE WESENTLICHEN VERÄNDERUNGEN  
IM BEREICH TOURISMUS STREBEN SIE IN  
IHRER NEUEN POSITION AN?

Ökonomie und Ökologie gehören für mich zusammen und mit Blick auf den Klimaschutz haben wir uns ehrgeizige Ziele gesteckt. Gerade die Tourismusbranche, die auf eine gesunde Umwelt ebenso wie auf Mobilität angewiesen ist, muss sich tatkräftig weiterentwickeln, um bis spätestens 2045 die Klimaneutralität zu erreichen. Mit Innovation, Kreativität und deutschem Know-how können wir beim klimaschonenden Tourismus international Vorreiter und Innovationstreiber sein. Um die Koordinierung der Tourismuspolitik zu verbessern, etablieren wir die „Nationale Plattform Zukunft des Tourismus“ mit wesentlichen Akteuren aus Bund, Ländern, Branche, Wissenschaft; sie ist das zentrale Instrument, um die Nationale Tourismusstrategie (NTS) weiterzuentwickeln. Die Plattform wird im 1. Halbjahr 2023 ihr operatives Geschäft aufnehmen. Außerdem möchte ich die Digitalisierung der Hotelmeldepflicht vorantreiben. Der analoge Papiermelde-schein kostet Geld, bedeutet bürokratischen

Aufwand und bindet Personal. 2020 wurde die Regelung für erste digitale Alternativen geöffnet. Wir brauchen aber eine praxistaugliche, kostengünstige und rechtssichere Lösung, die für alle Beherbergungsbetriebe in Deutschland einfach umsetzbar ist.

WELCHE MASSNAHMEN WOLLEN SIE ANSTOSSEN, DAMIT DER TOURISMUS ALS „MENSCH-ZU-MENSCH-BRANCHE“, BEI DER HOME OFFICE IN DEN MEISTEN FÄLLEN NICHT MÖGLICH IST, AUCH IN ZUKUNFT ATTRAKTIV FÜR MITARBEITENDE IST?

Die Bundesregierung hat die Initiative Neue Qualität der Arbeit (INQA) gestartet. In einem breiten Bündnis werden hier Förderprojekte (INQA-Experimentieräume) initiiert, die Lösungen für gute Arbeitsbedingungen und eine mitarbeiterorientierte Arbeitskultur entwickeln. Außerdem unterstützen wir mit den Förderprogrammen „Zukunftszentren“ Unternehmen mit passgenauen Analyse-, Beratungs- und innovativen Qualifizierungsangeboten dabei, Veränderungsprozesse in der Arbeitswelt sozial zu gestalten. Die Angebote der „Zukunftszentren“ richten sich zum Teil auch an Unternehmen und Beschäftigte aus der Tourismusbranche.

WIE LÄSST SICH DER TOURISMUS GENERELL NACHHALTIG STÄRKEN?

Für mich ist es ein besonders wichtiges Anliegen, klima- und umweltschädliche Emissionen im touristischen Verkehr zu senken. Dazu brauchen wir eine bessere Anbindung touristischer Destinationen an den ÖPNV, um eine autofreie An- und Abreise zu erleichtern. Der Ausbau des Schienenfernverkehrs und die Ausweitung von Nachtzugverbindungen unterstützt ein klimafreundliches Reiseverhalten. Darüber hinaus werden wir die Radverkehrsinfrastruktur ausbauen. Mit unserer Fördermaßnahme „Lift Klima“ unterstützen wir Innovationen und Impulse im Tourismus. Dabei werden Projekte gefördert, die Klimaschutz und wirtschaftliche Entwicklung erfolgreich miteinander kombinieren und durch ihren Best-Practice-Charakter Impulse für Wirtschaft, Wissenschaft und die Politik geben, wie mit einer wachsenden Nachfrage nach touristischen Aktivitäten klimaschonend und nachhaltig umgegangen werden kann. Mit der Energiekampagne Gastgewerbe (DEHOGA) und Großhandel Außenhandel Dienstleistungen (BGA) fördert das Bundeswirtschaftsministerium eine Beschleunigung des Energieeffizienzfortschritts sowohl im deutschen Gastgewerbe als auch im deutschen Groß- und Außenhandel als einen Beitrag zur Vermeidung von CO<sub>2</sub>-Emissionen. Außerdem arbeiten wir daran, die Datenlage zu verbessern und stärker für das Thema Klima- und Umweltschutz zu sensibilisieren. Dazu wird beispielsweise im Rahmen der Nationalen Klimaschutzinitiative der Deutsche Klimafonds

Tourismus (DKT) etabliert, der es der Tourismusbranche leichter machen soll, Treibhausgas-Reduktionen (THG) umzusetzen und zu dokumentieren.

**UND WELCHE ANSÄTZE VERFOLGEN SIE, UM DEN  
TOURISMUS IN DEUTSCHLAND ZUKUNFTSFÄHIG  
ZU MACHEN?**

Neben der Klimaneutralität ist die Fach- und Arbeitskräftesicherung eine der größten Herausforderungen für die Tourismusbranche. Die Corona-Pandemie hat die Personalengpässe, insbesondere im Gastgewerbe, noch verschärft. In erster Linie ist hier die Branche selbst gefordert, die Arbeit im Gastgewerbe attraktiv zu gestalten. Klar ist aber auch: Wir sind eine alternde Gesellschaft und werden unseren wirtschaftlichen Wohlstand ohne Zuwanderung nicht erhalten können. Ein wichtiges Ziel der neuen Fachkräftestrategie der Bundesregierung ist daher die Stärkung der Fachkräfteeinwanderung. Ein entsprechender Gesetzesentwurf ist auf den Weg gebracht. Ein weiterer Ansatz, um die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Tourismusbranche zu erhalten und zu stärken, ist die Stärkung des ländlichen Raums. Im Rahmen der Reform der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GRW) richten wir Fördervoraussetzungen und Förderschwerpunkte neu aus und behalten dabei die wichtige Rolle des Tourismus im Blick. ☺



## 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  
Regionalgeschäftsführer: Thomas Quiram  
Patricio Ortega (Syndikusanwalt)  
Viktoria Zunterer (Wirtschaftsjuristin)

#### 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  
Regionalgeschäftsführerin: Andrea Kramer  
Anja Fuchs (Syndikusanwältin)

#### Bezirksgeschäftsstelle Oberfranken

Hohenzollertring 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



**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



**Simon Faltner**  
Niederbayern & Oberbayern  
s.faltner@dehoga-bayern.de  
Tel. +49 151 11343023

### IMPRESSUM

Gastgeber Bayern  
Das Magazin für Gastronomie und Hotellerie

Hier finden Sie uns online:  
[www.gastgeber.bayern](http://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](mailto:info@dehoga-bayern.de)  
Internet: [www.dehoga-bayern.de](http://www.dehoga-bayern.de)

PresseCompany GmbH  
Kommunikationsagentur

Reinsburgstr. 82  
70178 Stuttgart  
Telefon: 0711 / 23886-27  
Telefax 0711 / 23886-31  
E-Mail: [info@pressecompany.de](mailto:info@pressecompany.de)  
Internet: [www.pressecompany.de](http://www.pressecompany.de)

#### Chefredaktion:

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

#### CvD:

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

#### Redaktion:

Melanie Walz (mw)  
Karolina Wojdyla (kw)  
Sonja Mai (sm)  
Sara Al Zihairi (sz)

#### 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](mailto: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 Garantier-  
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



Jetzt neue  
Tarife und  
Kombinations-  
möglichkeiten  
nutzen!

VER | **SICHER** | UNGS  
KAMMER  
BAYERN

Ein Stück Sicherheit.

BETRIEBLICHE KRANKENVERSICHERUNG

# Unser Schutzschild für eine starke Mischung

Mehr Informationen unter [vkb.de](https://www.vkb.de)





# ERSTE BIO-MOLKEREI DEUTSCHLANDS

