

Gastgeber Bayern

Das Magazin
für Gastronomie und
Hotellerie

#02

Ausgabe 2023

DEHOGA Bayern

**LEIDENSCHAFT
IM GASTGEWERBE**

Angela Inselkammer
im Gespräch mit
Uli Hoeneß

Seite 22

Kontrollierte
Leidenschaft für
den Beruf

Seite 26

Flexibilität und
Leidenschaft zur
Gewinnung und Bindung
junger Mitarbeiter

Seite 44

”
**Verantwortung
auf die
feine Art**

Eva Herrmann

Hospitality Consultant, Vizepräsidentin DEHOGA Nordrhein



Profis aus Gastronomie und Hotellerie sind anspruchsvolle Individualisten. Sie brauchen einen innovativen Lösungspartner, der es versteht, Qualität, Vielfalt und Design in seinem umweltfreundlichen Sortiment zu vereinen. Mehr über unser Premium-Label:

www.papstar-shop.de/royal-collection

papstar.com



Leidenschaft ist eine der größten Motivationen, die zum Erfolg führen. Dabei beschreibt der Begriff keinesfalls das verklarte Bild des einfachen Weges – nicht umsonst steckt im Wort selbst bereits die Erklärung im tieferen Sinn: „Die Leidenschaft, die Leiden schafft“. Warum ein mit Leidenschaft verbundener leidvoller Weg aber durchaus lohnenswert ist und was es ist, das Leidenschaft so schön und besonders macht, all das beleuchten wir in dieser *Gastgeber Bayern*-Ausgabe.

So sprachen wir in lockerer Atmosphäre mit Fußballlegende und FC Bayern-Urgestein Uli Hoeneß über dieses Thema – dabei zeigt sich: Die Leidenschaft für das eigene Tun ist sowohl im Fußball wie auch im Gastgewerbe die Triebfeder für etwas ganz Großes. Warum Leidenschaft nicht nur wichtig für Erfolg, sondern auch gut für das eigene Seelenheil ist, erläutert Spitzenkoch und Fernsehmoderator Mike Süsser. Zudem betrachten wir die Leidenschaft für den Beruf

auch aus psychologischer Sicht, wir blicken mit Food-Photography und humorvollen Gästefragen in grenzverwandte Bereiche der sinnlichen Leidenschaft und informieren Sie bei dieser Gelegenheit auch gleich über die aphrodisierende Wirkung von Lebensmitteln. Denn, dass Liebe sprichwörtlich durch den Magen geht, kann kein Zufall sein ...

Mit dem „verrückten Eismacher“ Matthias Münz kommen Sie beim Stöbern der nächsten Seiten vielleicht auch auf ganz andere Geschmäcker. Oder Sie blicken dem ein oder anderen Gastgeber über die Schulter und sehen und staunen, wie an anderen Orten – so etwa im Europa-Park in Rust – zu einem Erlebnis mit allen Sinnen geladen wird.

Doch zu viel wollen wir nicht verraten. Wir wünschen Ihnen eine erfrischende Lektüre voller Inspiration für einen erfolgreichen und unbeschwerten Sommer. Doch lesen Sie selbst...

Angela Inselkammer
Präsidentin des DEHOGA Bayern

Dr. Thomas Geppert
Landesgeschäftsführer des DEHOGA Bayern



DEHOGA Bayern

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

Inhalt

Ausgabe 02/2023

06 Aus dem Landesverband

	Rückblick auf den Gastrofrühling 2023	Seite 06
	Aktueller Betriebsvergleich für die Hotellerie und Gastronomie in Bayern	Seite 10
	Im Gespräch mit Melanie Huml, Staatsministerin für Europa-angelegenheiten und Internationales	Seite 12
	DEHOGA Bayern im Gespräch „Mit Tatkraft für den Tanz“	Seite 14 Seite 18
	Schlaubergerwissen	Seite 20
	Angela Inselkammer im Gespräch mit Uli Hoeness	Seite 22

	Eine Komposition für die Sinne	Seite 34
	Waidmansheil bei der Sterne jagd	Seite 36
	Linh Nguyen, die Queen of Cocktails	Seite 38
	Die Glücksmanager	Seite 42
	Im Gespräch mit Prof. Dr. Klaus Hurrelmann, Senior Professor of Public Health and Education, Hertie School Berlin	Seite 44

26 Leidenschaft im Gastgewerbe

	Kontrollierte Leidenschaft für den Beruf	Seite 26
	Isabella Hren, Geschäftsführerin BTG, im Gespräch mit Spitzen- und Fernsehkoch Mike Süsler	Seite 28
	Futuristische Gastronomie hautnah	Seite 32

Bayern und die Welt 48

	Eine Partnerschaft auf Augenhöhe	Seite 48
	Generationenwechsel – eine ganz besondere Aufgabe	Seite 50
	Seminarangebote der Bayern Tourist GmbH	Seite 52
	Ansprechpartner Impressum	Seite 55

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.

Auf einen Mai Tai mit... 56

	Kult-Eismacher Matthias Münz	Seite 56
--	------------------------------	----------

Wussten Sie schon...

... dass leidenschaftliche Mitarbeiter oft kreativer und innovativer sind? Derart motiviert finden sie häufig neue, bessere Lösungsansätze.

... dass leidenschaftliche Mitarbeiter oft über mehr Resilienz verfügen? Zielbewusst und engagiert überstehen sie Herausforderungen am Arbeitsplatz.

... dass in der Psychologie häufig zwischen harmonischen und zwanghaften Leidenschaften unterschieden wird? Harmonische Leidenschaften sind dadurch gekennzeichnet, dass sie zwar eine wichtige Rolle im Leben einer Person spielen, aber nicht im Konflikt zu anderen Aktivitäten stehen. Zwanghafte Leidenschaften beschreibt dagegen das Gefühl, der eigene Selbstwert sei von der leidenschaftlich verfolgten Tätigkeit abhängig.

... dass Leidenschaft nichts mit Talent zu tun hat? Man will etwas erreichen. Koste es, was es wolle. Und das zeichnet erfolgreiche, leidenschaftliche Menschen aus. Geschichtlich betrachtet waren die erfolgreichsten Menschen nicht zwingend Jahrgangsbeste, Überflieger oder gut im System integriert. Aber sie alle eint der Wille, etwas Bestimmtes zu erreichen.



RÜCKBLICK AUF DEN GASTROFRÜHLING 2023

„Wir brauchen mehr Freiraum für Leistung, Ideen, Mut und Arbeit“

Fast 3.000 Mitglieder und Gäste sind der diesjährigen Einladung des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbands DEHOGA Bayern gefolgt und haben sich Ende April beim GastroFrühling 2023 im Hippodrom beim Frühlingsfest auf der Münchner Theresienwiese getroffen.

Die Hoteliers und Gastronomen setzten beim Volksfest der Branche ein starkes Zeichen der Geschlossenheit, betonten die Wichtigkeit des Gastgewerbes und brachten derzeit brennende Themen auf den Punkt.

So hob DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer in ihrer Rede unter anderem die Bedeutung der dauerhaften Reduzierung der Mehrwertsteuer unter dem Einbezug von Getränken hervor. Diese Kernforderung wurde ebenso wie der Ruf nach Entlastung bei den Strompreisen auf dem GastroFrühling auch von Bayerns Ministerpräsident Markus Söder unterstützt: „Die ganze Welt isst gerne bayerische Lebensmittel und kommt zum Urlaub nach Bayern. Deshalb muss es auch bei uns mehr Wertschätzung für die Gastronomie und Hotellerie geben! Sie sind systemrelevant und immer Optimisten. Die Bundesregierung folgt bei den Herausforderungen der Zeit aber leider nur Ideologie statt Strategie: Wir brauchen dringend einen dauerhaft niedrigen Mittelstandstrompreis statt einen Zwang zum Heizungstausch. Zudem sollte es eine Senkung der Mehrwertsteuer auf alle Lebensmittel und Getränke geben anstatt neuer Steuererhöhungen. Die Preise dürfen nicht weiter steigen“, so der Ministerpräsident in seinem Redebeitrag. Präsidentin Inselkammer zeigte



Wir bedanken uns für die Unterstützung von:





sich erfreut und dankte dem bayerischen Ministerpräsidenten, der in diesem Zusammenhang seine volle Unterstützung zusagte. Nun gelte es auf Bundesebene die richtigen Maßnahmen zu treffen, so die Präsidentin.

**FLEXIBILISIERUNG DES ARBEITSRECHTS
DRINGEND ERFORDERLICH**

Ebenso setzte sich die Branche für bessere Rahmenbedingungen ein, wie etwa die Wochenarbeitszeit: „Machen wir es endlich den Menschen einfacher, nach ihren Bedürfnissen, Lebensentwürfen und Vorstellungen arbeiten zu dürfen. Eine tägliche Höchstarbeitszeit hilft uns hier nicht weiter. Wir brauchen endlich die Wochenarbeitszeit, so, wie sie die EU vorsieht“, so Inselkammer in ihrer Rede.

**NACHHALTIGKEIT UND BÜROKRATIEABBAU
ENTSCHLOSSEN VORANTREIBEN**

Weitere Schwerpunkte setzte Inselkammer in ihrer Rede auf die Themen Nachhaltigkeit, denn diese sei ein Aspekt, welche vor allem auch die junge Generation bewege, sowie Abbau von Bürokratie. Inselkammer sprach stellvertretend für etwa 450.000 Menschen, die in Bayern im Gastgewerbe arbeiten und für 35.000 Betriebe, die in allen Gegenden Bayerns vorhanden sind. Die Branche bildet nach der Industrie die wichtigste Wirtschaftskraft. Deshalb wünsche und erwarte Inselkammer auch, dass die Politik der Branche zuhöre. Der GastroFrühling 2023 stand vor allem im Zeichen der Stärkung der Branche und so betonte auch Inselkammer zum Abschluss ihrer Rede nochmals: „Wir brauchen mehr Freiraum für Leistung, Ideen, Mut und Arbeit.“ ☺



Weitere Impressionen



OM HIPPODY



AKTUELLER BETRIEBSVERGLEICH FÜR DIE HOTELLERIE UND GASTRONOMIE IN BAYERN

Das bayerische Gastgewerbe aus betriebswirtschaftlicher Perspektive

Ende März 2023 hat das bayerische Wirtschaftsministerium zusammen mit dem DEHOGA Bayern und der LfA Förderbank Bayern den aktuellen „Betriebsvergleich für die Hotellerie und Gastronomie in Bayern“ der Öffentlichkeit vorgestellt. Die Vergleichsergebnisse beziehen sich auf das Jahr 2020 und verdeutlichen die spezifische Situation und Entwicklung der Branche.

Dargestellt werden die wichtigsten betriebswirtschaftlichen Kennzahlen und anspruchsvolle „Orientierungswerte“ auf Basis der besten Betriebe eines Marktsegmentes. Dadurch werden ein dauerhaftes Monitoring und Benchmarking zur Ergebnisoptimierung ermöglicht. Derartige „Orientierungswerte“ werden zum Beispiel für die Aufwand-Ertrag-Relation im Personalbereich, die Auslastung der Beherbergungs- und Gastronomiekapazitäten, die Kosteneffizienz, die Sicherung der Liquidität, die Rentabilität des Kapitaleinsatzes und viele weitere Erfolgsfaktoren ausgewiesen.

INVESTITIONEN SCHÜTZEN VOR SUBSTANZVERLUST

Mit Hilfe einer Sondererhebung wurden auch das Investitionsverhalten und die Auswirkungen durch die Pandemie näher beleuchtet. Die Leistungsbereitschaft und Innovationskraft der Gastgewerbebetriebe (zum Beispiel durch kreative Außengastronomie oder Lieferservices)

sowie staatliche Hilfen und andere Unterstützungsmaßnahmen (beispielsweise Soforthilfen, Überbrückungshilfen, Kurzarbeitergeld, Versicherungsentschädigungen, Tilgungsaussetzung, Pachtminderung oder Darlehensgewährungen) haben einen Zusammenbruch der Tourismusbranche im Pandemiejahr 2020 verhindert. Die Umsatzeinbußen konnten durch die Unterstützungsmaßnahmen bei zahlreichen Betrieben ausgeglichen werden. Da auch beim Warenaufwand, bei den Personalkosten und



den sonstigen Betriebs- und Verwaltungsaufwendungen Einsparungen erzielt wurden, kam es beim Betriebsergebnis I, das den Erfolg des Managements dokumentiert, teilweise sogar zu leichten Verbesserungen.

Viele Unternehmen haben die Pandemie genutzt, um Reparatur- und Instandsetzungsmaßnahmen umzusetzen. Bei den teilnehmenden Betrieben waren die Investitionen höher als die Abschreibungen, sodass ein größerer Substanzverlust nicht zu erwarten ist. Die Ertrags- und Innenfinanzierungskraft der Branche scheint sich auch in der Krise als stabil zu erweisen.

MASSIVE NACHFRAGERÜCKGÄNGE FÜHREN ZU UMSATZEINBUSSEN

Teilweise Komplettschließungen („Lockdowns“) während des Jahres 2020 und das erhebliche

Wegbrechen wichtiger Marktsegmente, wie zum Beispiel der Incoming-Reiseverkehr, der MICE-Sektor, das Unterhaltungs- und Veranstaltungsgeschäft, haben zu einer bisher nicht erlebten Beeinträchtigung der Nachfrage nach gastgewerblichen Leistungen geführt. Obwohl die Umsätze zwischen 2017 und 2020 um mehr als 30 Prozent eingebrochen sind, konnte das Stammpersonal mehrheitlich gehalten werden. Bei den Vollzeitbeschäftigten betrug der Rückgang bei den am Betriebsvergleich teilnehmenden Unternehmen nur 3,4 Prozent, lediglich jeder zehnte Betrieb nannte hier gravierende Abwanderungen. Besonders Besorgnis erregend ist die Zahl der Auszubildenden, die mit rund 7.700 im Jahr 2021 einen absoluten Tiefststand erreicht hat. Der Fachkräftemangel für das Gastgewerbe wird also wohl auch in Zukunft ein brisantes Thema bleiben.

Die Zahl der Gastgewerbebetriebe ist im Vergleichszeitraum um etwa 5.000 zurückgegangen. Dies hat negative Auswirkungen auf die flächendeckende Versorgung und Angebotsvielfalt. Die getränkegeprägte Gastronomie im Allgemeinen und Diskotheken, Bars und Vergnügungstätten im Besonderen, aber auch die Hotels und Hotelgarnis an städtisch geprägten Standorten waren mit am stärksten von der Pandemie betroffen. In anderen Teilmärkten waren die negativen Auswirkungen dagegen geringer und speziell Beherbergungsbetriebe in prädikatisierten Orten mit hohem Attraktions- und Bekanntheitsgrad konnten ordentliche Jahresergebnisse erreichen.

KENNZAHLEN ZUR ERFOLGSKONTROLLE UND -OPTIMIERUNG

Die Ergebnisse des dwif-Betriebsvergleichs sind eine unverzichtbare Grundlage für Businesspläne und Vorschaurechnungen für geplante Investitionen sowie zur innerbetrieblichen Kontrolle. Die zahlreichen Kennzahlen beziehen sich auf die Produktivität, Wirtschaftlichkeit, Kapazitätsauslastung, Ertragskraft und Finanzlage der Betriebe. Dabei wird nach den wichtigsten Angebotssparten differenziert (beispielsweise Vollhotels, Hotelgarnis, Pensionen, Gasthöfe, Kurheime, Apartmenthotels oder die speisen- und getränkegeprägte Gastronomie). Bei der Ergebnisdarstellung erfolgen weitere Untergliederungen nach dem Standort, dem Qualitätsniveau und dem erwirtschafteten Umsatz.

Der Umgang mit Zahlen muss auch im Gastgewerbe zum täglichen Handwerkszeug gehören. Buchhaltung, Controlling oder Finanzplanung dürfen keine Fremdwörter sein. Nur wenn an den richtigen Stellschrauben gedreht wird, dann lässt sich ein Betrieb erfolgreich in die Zukunft führen. Der Betriebsvergleich bietet das notwendige Rüstzeug, um Ziele zu formulieren und nach Gewinnreserven zu suchen. ☹️

Dr. Bernhard Harrer
Vorstand dwif e. V.

VORTEILSKONDITIONEN FÜR DEHOGA BAYERN-MITGLIEDER

Wer tiefer in die Materie einsteigen will, kann die Details in dem rund 300-seitigen Berichtsband nachlesen. Der Betriebsvergleich für die Hotellerie und Gastronomie in Bayern ist in der Sonderreihe des dwif e. V. unter der Nummer 86/2022 erschienen. Autoren sind Dr. Joachim Maschke, Dr. Bernhard Harrer und Silvia Scherr. Die Studie wird alle drei Jahre vom dwif e. V. mit Zuwendungen des Bayerischen Wirtschaftsministeriums, der LfA Förderbank Bayern und des DEHOGA Bayern erstellt. Der Preis für die Publikation liegt bei 74,90 Euro, Mitglieder des DEHOGA Bayern erhalten den Betriebsvergleich zum Vorzugspreis in Höhe von 49,90 Euro, jeweils zuzüglich der Verpackungs- und Versandkosten. Bestellservice über den dwif e. V. per E-Mail unter info@dwif.de oder per Telefon unter 089-23702890.

A portrait of Melanie Huml, a woman with long blonde hair, wearing a red blazer and a watch, smiling. The background is a blurred outdoor setting.

IM GESPRÄCH MIT MELANIE HUML,
STAATSMINISTERIN FÜR EUROPAANGELEGENHEITEN UND INTERNATIONALES

"DIE ÜBERERFÜLLUNG VON EUROPARECHTLICHEN VORGABEN MUSS ENDLICH AUFHÖREN"

Seit genau 20 Jahren ist Melanie Huml bereits Abgeordnete des Bayerischen Landtags. 2017 wurde sie zur stellvertretenden CSU-Parteivorsitzenden gewählt. Im Gespräch mit *Gastgeber Bayern* äußert sich die amtierende Staatsministerin für Europaangelegenheiten und Internationales in der Bayerischen Staatskanzlei unter anderem zur vielzitierten „Überregulierung“ in der Republik und im Freistaat. Die Ministerin stellt dabei unmissverständlich klar, an welchen Stellen die Umsetzung europäischen Rechts aus ihrer Sicht auch bewusst in Grenzen gehalten werden muss.

Liebe Frau Huml, das Europäische Parlament hat einer Novellierung der sogenannten „F-Gase-Verordnung“ zugestimmt. Was genau bedeutet dies und was kommt auf gastgewerbliche Betriebe zu?

Fluorierte Gase, sogenannte F-Gase, sind Chemikalien, die zum Beispiel als Kühlmittel in Kühl- und Gefrierschränken, Klimaanlage, Wärmepumpen oder als Treibmittel in Spraydosen oder Feuerlöschern Verwendung finden. Sie besitzen eine starke Treibhausgaswirkung und tragen zum Klimawandel bei. Schon seit 2006 gibt es europäische Vorgaben zur Reduktion dieser Gase. Gleichzeitig wurden Alternativen mit geringerem Treibhausgaspotenzial entwickelt. Im April letzten Jahres hatte die EU-Kommission einen Vorschlag vorgelegt, der strengere Ziele vorgibt.

Der Umweltausschuss wollte sogar noch strengere Regelungen mit fatalen Auswirkungen. Wie konnte dies verhindert werden und was drohte damit auch unserer Branche?

Der Umweltausschuss des EU-Parlaments hatte den Kommissionsvorschlag sogar nochmal deutlich verschärft. Dies hätte in vielen Branchen einen enormen Investitionsbedarf verursacht. Vor der Abstimmung im EU-Parlament hatten sich verschiedene bayerische Verbände gegen eine Verschärfung ausgesprochen. Ich habe mich dann im Vorfeld der Abstimmung unter anderem auch an die bayerischen Abgeordneten mit der Bitte gewandt, unser Anliegen – also eine zusätzliche Verschärfung abzuwenden – zu unterstützen. Mit Erfolg. Die EVP-Fraktion hat daraufhin Änderungsanträge ins Verfahren eingebracht, die eine pragmatische Umsetzung insbesondere auch im Lebensmittelhandwerk vorsahen. Diese Anträge wurden vom Plenum mehrheitlich angenommen. Damit soll eine Wartung und Instandhaltung zumindest mit recycelten fluorierten F-Gasen wenigstens für eine Übergangszeit möglich sein. Somit stünde bis

1. Januar 2030 ein Verwendungsverbot jedenfalls nicht im Raum. Die endgültige Einigung zwischen Parlament, Rat und Kommission bleibt aber abzuwarten.

Nicht nur beim Arbeitszeitgesetz (Wochenarbeitszeit nach EU möglich), sondern auch bei ganz vielen anderen Regelungen – beispielsweise dem Datenschutz – setzt Deutschland immer noch eins drauf. Wie wollen und können Sie als Europaministerin die mittelständischen Betriebe schützen?

Die Übererfüllung von europarechtlichen Vorgaben, das sogenannte Gold-Plating, muss endlich aufhören. Deutschland kann und darf es gerade den mittelständischen Unternehmen nicht unnötig schwerer machen, indem immer noch mehr bürokratische Hürden aufgestellt werden. Wir setzen uns daher bei der Umsetzung von EU-Vorgaben in nationales Recht dafür ein, dass der Bund nicht über die europäischen Mindestanforderungen hinausgeht. So sollte zum Beispiel das von Ihnen angesprochene Arbeitszeitgesetz dringend flexibilisiert werden. Warum muss Deutschland hier ohne Not die Arbeitszeit auf 10 Stunden pro Tag begrenzen, wenn das europäische Recht mit der Beschränkung auf eine Wochenhöchst Arbeitszeit von durchschnittlich 48 Stunden deutlich flexiblere Möglichkeiten eröffnen würde? Dieser Spielraum muss vom Bund genutzt werden, um gerade in mittelständischen Unternehmen die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu

steigern und den Arbeitsmarkt zukunftsfest zu machen. Notwendige Flexibilisierungen müssen dabei im Interesse der KMU auch ohne Tarifbindung ermöglicht werden. Für andere Bereiche – wie etwa den Datenschutz – gilt das natürlich genauso.

Welche konkreten Vorschläge sehen Sie im Allgemeinen für den Bürokratieabbau in Deutschland?

Bürokratieabbau hat für die Bayerische Staatsregierung hohe Priorität. Hier besteht eine Vielzahl an Instrumenten, mit denen die Gefahr der Überregulierung in Bayern bereits wirksam adressiert wird: Die Zentrale Normprüfstelle in der Bayerischen Staatskanzlei, der Beauftragte für Bürokratieabbau als „Kümmerer“ für Einzelfälle und Praxis-Checks zur Überprüfung von Normen, um deren Praxistauglichkeit zu gewährleisten. Regelmäßig unterziehe ich auch EU-Vorschriften unter Einbindung der anderen Ministerien einem Praxis-Check und schicke ihn an die EU-Institutionen. Seit Juni 2022 berät und unterstützt der neu gegründete Bayerische Normenkontrollrat die Staatsregierung unter anderem in den Angelegenheiten der Deregulierung und des Normabbaus. Er soll Vorschläge zur Entlastung von Bürgerinnen und Bürgern, Wirtschaft und Verwaltung abgeben. Bayern setzt sich darüber hinaus nachdrücklich für Deregulierung auch auf Bundes- und EU-Ebene ein. ☺

ZUR PERSON

Geboren 1975 in Bamberg begann die politische Karriere von Melanie Huml nach dem Abitur und einem erfolgreich absolvierten Medizinstudium in Nürnberg 1993 mit ihrem Eintritt in die Junge Union. Mitglied in der CSU und Frauen Union (FU) wurde sie 2001. Neben ersten leitenden Funktionen innerhalb der Jungen Union fungierte Huml von 2002 bis 2005 als Kreisrätin des Landkreises Bamberg. Von 2008 bis 2014 war sie Stadträtin der Stadt Bamberg. 2007 wurde sie von Ministerpräsident Dr. Günther Beckstein zur Staatssekretärin im Bayerischen Staatsministerium für Arbeit und Sozialordnung, Familie und Frauen ernannt. Unter Horst Seehofer wurde Huml 2008 als Staatssekretärin in das Bayerische Staatsministerium für Umwelt und Gesundheit berufen. 2013 wurde sie als Staatsministerin im neuen Bayerischen Staatsministerium für Gesundheit und Pflege vereidigt. Seit Januar 2021 fungiert sie als Staatsministerin für Europaangelegenheiten und Internationales in der Bayerischen Staatskanzlei.

Kreisvorsitzendenkonferenz des DEHOGA Bayern mit Impuls von Wirtschafts- minister Hubert Aiwanger

DEHOGA Bayern-Vizepräsident Andreas Brunner, Schriftführer Ralf Barthelmes und Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert bedanken sich stellvertretend für alle bayerischen Bezirks- und Kreisvorsitzenden bei Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger für seinen Beitrag und seine Unterstützung hinsichtlich Themen wie der Entfristung der Mehrwertsteuer, der Flexibilisierung des Arbeitszeitgesetzes sowie des Verbots der Bettensteuer.



Betriebsvergleich für Hotellerie und Gastronomie in Bayern

Staatsminister Hubert Aiwanger, DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer und Ruth Nowak, Generalbevollmächtigte der LfA, blicken beim diesjährigen dwif-Betriebsvergleich positiv auf die Zukunft der Branche. Kernthemen waren hier erneut die Flexibilisierung des Arbeitszeitgesetzes sowie die Entfristung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes auf Speisen. Vorgestellt wurde der Betriebsvergleich von Dr. Bernhard Harrer (l.) und Dr. Joachim Maschke (r.) vom DWIF.

Neuer evangelischer Landesbischof Bayern

Susanne Droux – DEHOGA Bayern-Geschäftsführerin für Berufsbildung und Branchenförderung – gratuliert dem Regionalbischof von München und Oberbayern Christian Kopp zu seiner Wahl zum neuen evangelischen Landesbischof.

Landwirtschaftsministerin Michaela Kaniber und DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer bei der Urkundenverleihung zur Betriebszweigentwicklung

Landwirtschaftsministerin Michaela Kaniber und Angela Inselkammer, Präsidentin des DEHOGA Bayern, mit den Absolventinnen und Absolventen des Seminars zur Betriebszweigentwicklung Bauernhofgastronomie. Im Fokus des Seminars stand die Thematik, wie am Betrieb vorhandene Ressourcen bestmöglich genutzt werden können.



Dialog mit der Bayerischen Versicherungskammer

Erst die Arbeit, dann das Vergütigen: Gemeinsam mit der Bayerischen Versicherungskammer arbeitet der DEHOGA Bayern daran, die Rechtsschutz-Partnerschaft für seine Mitglieder weiter zu optimieren. Gemeinsames Kochen und Kennenlernen standen im Anschluss auf dem Programm.



Verleihung des Bundesverdienstkreuzes an Uli Großmann

Der stellvertretende Vorsitzende der Kreisstelle Donau-Ries, Uli Großmann aus Nördlingen, erhält aus den Händen von Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger das Bundesverdienstkreuz. Gewürdigt wurde sein jahrzehntelanges Engagement im Bereich Gastronomie, Ernährung und Nachwuchsförderung. Uli Großmann ist bereits seit 1984 Mitglied des DEHOGA Bayern.



Runder Tisch Tourismuswirtschaft

Nach dem erfolgreichen Startschuss wurde nun im Zuge des Runden Tisches Tourismus beschlossen, die Kampagne „Wir machen Urlaub“ bis Ende des Jahres zu verlängern. Zu Gast waren u. a. Bayerns Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger sowie DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer. (© StMWi/ E. Neureuther)

DEHOGA Bayern-Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert im Gespräch mit Bayern 1

Im Interview mit Bayern 1 betont DEHOGA Bayern-Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert, wie wichtig eine Weiterentwicklung des Fachkräfte-Einwanderungsgesetzes ist, um Flüchtlinge über die Arbeit im Gastgewerbe noch stärker zu integrieren.

Austausch mit dem Bayerischen Bauernverband

Im Rahmen der Präsidiumsklausur des DEHOGA Bayern tauschte man sich mit dem Bayerischen Bauernverband über gemeinsame Ziele aus (v.l.): DEHOGA Bayern-Vizepräsident Andreas Brunner, DEHOGA Bayern-Schatzmeister Leo Dietz, Direktorin im Bayerischen Bauernverband Isabella Timm-Guri, Vorsitzende des DEHOGA Bayern-Fachbereichs Gastronomie Monika Poschenrieder, DEHOGA Bayern-Schriftführer Ralf Barthelmes, DEHOGA Bayern-Vizepräsident Thomas Förster, DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer, Bayerischer Bauernverbands-Präsident Günther Felbner, DEHOGA Bayern-Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert, Bayerischer Bauernverbands-Generalsekretär Georg Wimmer sowie der Vorsitzende des DEHOGA Bayern-Fachbereichs Hotellerie Stefan Wild.

Arbeitsministerin Ulrike Scharf zu Gast beim Großen Vorstand des DEHOGA Bayern

Staatsministerin Ulrike Scharf im Austausch mit dem Großen Vorstand des DEHOGA Bayern über die Flexibilisierung des Arbeitszeitgesetzes und die Entfristung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes auf Speisen.

Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger bei der Fachtagung für nachhaltigen Tourismus

Im Zuge der Fachtagung wurde im Natur- und Wohlfühlhotel Brunner Hof über Maßnahmen diskutiert, den nachhaltigen Tourismus weiterhin zukunftsfähig zu gestalten. Zentrale Aspekte waren hierbei die CO2-Reduzierung sowie die Förderung des Umweltbewusstseins der Urlaubsgäste. (© StMWi/R. Fleischmann)



Abendempfang Tourismus

Bayerns Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger lädt die Tourismusbranche zum gemeinsamen Austausch und zum Vernetzen in die Residenz München ein. Im Mittelpunkt der Veranstaltung standen die Auszeichnungen bayerischer „Urlaubsmacher“, welche den Tourismus in Bayern durch ihr Engagement zu dem machen, was er ist. (© StMWi/ E. Neureuther)

Ehrenamtsseminar in Kloster Banz

In Zusammenarbeit mit der Hanns-Seidel-Stiftung fand im oberfränkischen Kloster Banz das Seminar „Ihr öffentlicher Auftritt - Verhalten vor Publikum, Mikrofon und Kamera“ statt. Führende Ehrenamtsträger des DEHOGA Bayern trafen sich, um zusätzliche Tipps hinsichtlich einer erfolgreichen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zu erfahren.



12. Bayerischer Ausbildungsbotschaftertag der Hotellerie und Gastronomie

Im Fokus des zwölften Ausbildungsbotschaftertages mit Staatsministerin Ulrike Scharf und Dr. Manfred Göbl, Hauptgeschäftsführer des Bayerischen Industrie- und Handelskammertages, stand die Berufsorientierung an allen allgemeinbildenden Schulformen, um Schnupper-Praktika in Betrieben als Erlebnis und vor allem die duale Ausbildung als Chance für alle Schüler begreifbar zu machen.



Kleiner Wirtebrief – Zukunft trotz Handicap

Acht junge Menschen vom Verein „Zukunft trotz Handicap“ unter Leitung der Vorsitzenden Andrea Hanisch (Mitte), erhalten nach ihrem Gastronomie-Lehrgang von Bayerns Arbeitsministerin Ulrike Scharf und DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer ihren „Kleiner Wirtebrief - Zukunft trotz Handicap“. Dass damit der Einstieg in die Gastronomie gelingt, beweisen erste Jobangebote.



Günnewig Stiftung unterzeichnet Stipendium für Europa Miniköche

Klaus Hübenal (2. v. r.), Vorstandsvorsitzender der Gerhard-Günnewig-Stiftung, unterstützt künftig Kochazubis der Europa Miniköche mit einem monatlichen Stipendium. Erste Stipendiaten danken dem Stifter im Beisein von Arbeitsministerin Ulrike Scharf (Mitte): Kochazubi Anna-Sophia Plan, Cafe Bauer, Hersbruck und Gabriel Porisch, Kochazubi, Siemens Healthcare GmbH, Erlangen (vorne im Bild zu sehen).

Auszeichnung für die Teilnahme am Umweltpakt Bayern für Theresa und Thomas Albrecht, Inhaber vom Hotel Zur Post

Der bayerische Umweltminister Thorsten Glauber überreicht Theresa und Thomas Albrecht die Auszeichnung in Gold. Die Inhaber vom Hotel „Zur Post“ wurden für ihre langjährige Teilnahme am Umweltpakt Bayern geehrt, eine der erfolgreichsten Umweltinitiativen in Deutschland.

Austausch des DEHOGA Bayern mit der IHK

Im Spitzengespräch zwischen dem DEHOGA Bayern und allen IHK-Hauptgeschäftsführern wurden insbesondere die diesjährige Landtagswahl sowie die Bereiche Ausbildung und Fachkräftesicherung thematisiert.

EIN PORTRAIT VON CHRISTOPH MÖLLER,
PRÄSIDENT WIRTSCHAFTSVERBAND DEUTSCHER TANZSCHULUNTERNEHMEN

„Mit Tatkraft für den Tanz“

Linker Fuß nach vorne, rechter zur Seite, Drehung und bitte... schön geradestehen. Man(n)ch einem treiben solche Anweisungen den Schweiß auf die Stirn. Für Christoph Möller sind sie entspannter Alltag. Der gebürtige Rosenheimer ist seit sieben Jahren Präsident der Deutschen Tanzschulen und bringt frischen Schwung in die Branche.



In seinem 16. Lebensjahr wurde das Tanzparkett zu seiner zweiten Heimat. Er folgte Freunden anfangs etwas lustlos in den ersten Tanzkurs. „Ich wollte nicht als Außenseiter dastehen – also bin ich mit.“ Soziale Kontakte auf und neben der Tanzfläche motivierten ihn zum Mitmachen.

Irgendwann kam die Leidenschaft für Walzer, Samba und Co. Möller probierte sich aus in Single- und Paartanz und brillierte auf nationalen und internationalen Tanzturnieren. Eigentlich sollte seine berufliche Laufbahn ihn Richtung Außenhandel führen. Doch statt Textilbetriebswirt wurde

er Tanzlehrer. Ambitioniert übernahm er die Münchner Traditionstanzschule Steuer und engagierte sich früh in Verbänden für seine Branche.

„JEDER SOLLTE TANZEN KÖNNEN!“

Möller sieht es überall: Das Tanzen erlebt nach der Pandemie ein großes Revival. „Die Bewegung nimmt Menschen den Stress, lindert Zukunftsängste.“ Zudem gibt es nach den Lockdowns ein großes Bedürfnis nach Gesellschaft. Das war schon früher so. „Der erste Weltkrieg hat die Menschen psychisch und physisch schwer belastet. Als Gegengift entstanden in der Zeit viele Gesellschaftstänze.“ Kramt man tiefer

in der Geschichte, fallen ihm weitere Beispiele ein. „Als 1814 auf dem Wiener Kongress die Neuordnung Europas diskutiert wurde, entstand der Wiener Walzer. Eigentlich eine Weiterentwicklung vom Landler, einem Bauerntanz. Die Bauern hatten nicht genug Geld für Alkohol. Also tanzten sie sich mit vielen Drehungen in eine Art Rausch.“

GESUNDMACHER UND ECHTE KOMMUNIKATION

Studien beweisen: Tanzen stimuliert unseren Körper wie keine andere Sportart. Es kommt zu einer Ausschüttung der Glückshormone Dopamin und Endorphin. Zudem werden unzählige Bereiche

im Hirn simultan angesprochen, etwa das Bewegungszentrum oder jenes für Musik. Die Folge: Es bilden sich neue Synapsen in den Hirnregionen. Ein Effekt, der sogar schwere Erkrankungen wie Alzheimer lindern kann. Doch Tanz taugt nicht nur zur Therapie. Er ist stets eine Form von Kommunikation – man denke etwa an rituelle Regen- oder Kriegstänze. Bei manchem Paar mag die Bewegung auch wie ein Kriegstanz anmuten. „Streit und schlechte Laune sind ein absoluter Killer für leidenschaftliches Tanzen. Wird der Partner kritisiert oder streng korrigiert, erlischt jeglicher Spaß an dieser Bewegung sofort.“
Besser: Geduld haben, Verständnis zeigen. Das gilt vor allem für den Umgang mit tanzscheuen männlichen Zeitgenossen.

MÄNNER LEIDEN OFT UNTER VERSAGENSÄNGSTEN

Tanz, besonders Paartanz, gilt häufig noch immer als kompliziert und setzt vor allem Männer vielfach unter Druck. „Pädagogisch hat sich in den letzten Jahren in Tanzschulen sehr viel weiterentwickelt. Aber es gibt da noch immer ein gewisses Imageproblem.“

Sendungen wie „Let’s Dance!“ verzeichnen hohe Einschaltquoten, transportieren aber auch das Bild von einem anstrengenden, schwierigen Sport. „Das ist, als ob man die Formel 1 mit dem normalen Führerschein vergleicht. Es hat im Grunde genommen nur sehr wenig miteinander zu tun.“ Tanz ist Leichtigkeit, Spaß und Wegbereiter für neue Kontakte. Ein prägendes Erlebnis für Möller war in diesem Zusammenhang das West Coast Swing Festival 2016 in den USA mit über 1.000 Tänzern. „Wir alle haben miteinander getanzt, Alter, Einkommen oder sozialer Hintergrund waren völlig egal.“ Dass Tanzen einfach nur Spaß machen kann, erkennen vermehrt auch stark wettbewerbsorientierte Länder: Osteuropa ist seit Jahrzehnten sehr erfolgreich im Solotanz, etwa dem Ballett. Möller wurde eingeladen, hier den Gesellschaftstanz stärker zu etablieren. Eine Aufgabe, der er sich mit Freude widmet.


DER WDTU

Der WDTU ist ein Zusammenschluss von Tanzschulunternehmen in Deutschland und deutschsprachigen Anrainern. Ihm zugehörig sind ca. 600 Tanzschulunternehmen mit über 1.000 Standorten. Als größter Verband seiner Art widmet er sich überwiegend der Unterstützung bei der erfolgreichen Führung einer modernen Tanzschule, gleich welcher Art. Seit Jahren in dieser Branche erfahrene Experten liefern kontinuierlich aktualisiertes Know-how zu den Themen Steuern, Recht und Betriebswirtschaftslehre. Der WDTU sorgt für einen aktiven Austausch innerhalb des Verbandes und für eine starke Vernetzung aller Mitglieder. Zahlreiche Seminare sowie ein einmal jährlich stattfindender Fachkongress runden das Weiterbildungsangebot jenseits der Tanzfläche ab. Darüber hinaus unterstützt der WDTU Unternehmen von der Gründung bis zur Firmenübergabe mit kreativen Ideen und Konzepten. Er vertritt die Interessen aller professionellen Tanzschulen und Tanzbranchen gegenüber der Politik und macht auf die wichtige Branche der Kultur- und Kreativwirtschaft aufmerksam.

PARTNERSCHAFT MIT DEHOGA: „WIR HABEN ZUSAMMENGEFÜHRT, WAS ZUSAMMENPASST!“

Mit ebenso viel Freude und Einsatz widmet sich Möller der Verbandsarbeit. Er will die Branche stärken, besser vernetzen und auf politischer Ebene mehr erreichen. Daher entschlossen sich die deutschen Tanzschulen 2022 unter seiner Führung zu einer Partnerschaft mit dem DEHOGA.

„Tanzen ist ein beliebtes Hobby und hat ein grundlegend positives Image. Genauso wie das Gastgewerbe. Beim einen wie beim anderen geht es um ein gemeinsames Erlebnis mit einem gewissen Anspruch an Service, Ambiente und Professionalität. Die Betriebe, die sich im DEHOGA vernetzen, sind sich dieses Anspruchs bewusst. Auch bei den politischen Forderungen, etwa der dauerhaften Umsatzsteuersenkung auf Getränke, sind wir auf einer Linie. Gemeinsam können wir einfach mehr erreichen.“

Eine Übersicht über alle professionellen deutschen Tanzschulen und mögliche Kooperationspartner finden Interessierte im Internet unter www.tanzen.de 



SCHLAUBERGERWISSEN

Was haben Liebe & Kochen gemeinsam?



Liebe geht durch den Magen und genau auf diesem Wege können natürliche Aphrodisiaka beim Kochen eingesetzt werden. Sich von Lebensmitteln, Frische und Genuss inspirieren zu lassen sowie Nahrungsmittel zu Liebesmittel umzuwandeln, sorgen dabei für Stimmung.

In allen Kulturen gibt es verschiedene Pflanzen und Nahrungsmittel, die eine aphrodisierende Wirkung erzeugen. Viele Gewürze und Kräuter gelten aufgrund ihrer ätherischen Öle als besonders anregend, wozu Vanille, Muskat, Safran, Ingwer, Zimt und Chili zählen. Muskat wurde bereits im Mittelalter eingesetzt, wobei der Hauptwirkstoff Myristicin besonders stimulierend auf die Libido wirkt. Chili sorgt für die Ausschüttung von Opiaten und fördert die Durchblutung der Schleimhäute. Vanilleschoten enthalten Pheromon-ähnliche Stoffe, die der Körper auch als Lockstoffe bei sexueller Erregung freisetzt.

Auch Fisch und Meeresfrüchte, wie Austern, Miesmuscheln oder Krabben, sind wahrhaftige Sinnestreiber. Austern enthalten einen hohen Anteil Zink, der zur normalen Fruchtbarkeit und Reproduktion sowie Erhaltung des Testosteronspiegels im Blut beiträgt. Den gleichen Effekt gibt es bei Gemüse, wie Spargel, der zudem mit über 90 Prozent Wassergehalt einen positiven Einfluss auf den Flüssigkeitshaushalt hat und den Körper mit wertvollen Mineralien versorgt. Avocados sind reich an ungesättigten Fettsäuren, Vitamin E und B6. Besonders Letzteres leistet seinen Beitrag zur Regulierung der Hormontätigkeit und das fettlösliche Vitamin E schützt die Zellen vor oxidativem Stress. Auch Obst, wie Granatapfel und Erdbeeren, können zielführend eingesetzt werden. Erdbeeren tragen mit ihrem hohen Gehalt an Vitamin C zur Verringerung von Müdigkeit und Ermüdung bei. Der im Granatapfel enthaltene Stoff Piperidin soll zudem eine anregende Wirkung entfachen.

Aphrodite, die griechische Göttin der Liebe, Schönheit und sinnlichen Begierde ist Namensgeberin für die sogenannten Aphrodisiaka, die die Libido steigern und eine belebende Wirkung aufweisen. Was haben also Liebe und Kochen gemeinsam? Ganz einfach: Für beides braucht man Leidenschaft und Fingerspitzengefühl. Machen auch Sie Ihre Speisen zu sinnlichen Erlebnissen und tauchen Sie in neue Welten ein. ♡

mw



HÄNDLER MUST-HAVE 2023: MOBILE ZAHLUNGEN AKZEPTIEREN.

Immer mehr Kunden wollen mit dem Smartphone kontaktlos bezahlen. Das zeigen Studien: Fast jeder Zweite nimmt heute lieber das Smartphone statt eines Portemonnaies mit.*

In den letzten 3 Jahren hat sich die Anzahl derer, die mobil bezahlen, sogar verdreifacht. Zudem glauben 72 % der Verbraucher, dass dies in 5 Jahren der neue Standard ist.*

Machen Sie Ihr Geschäft bereit dafür und upgraden Sie jetzt.
Es ist inzwischen günstiger, als Sie denken!

Mehr dazu auf: visa.de/upgrade



ANGELA INSELKAMMER IM GESPRÄCH MIT ULI HOENESS

„UNSERE GEMEINSAME AUFGABE IST ES, MENSCHEN ZU BEGEISTERN“

Wenn es um Leidenschaft im Beruf geht, ist es im Grunde unerheblich, in welcher Branche man tätig ist. Das „Lodern und Brennen“ für das eigene Tun ist in erster Linie dort zuhause, wo der Broterwerb auf etwas Sinnstiftendes – etwas Selbst-Verwirklichendes – trifft. Dabei ist das Gastgewerbe sicher ein Paradebeispiel für viele Biographien, welche die Leidenschaft zum Beruf gemacht haben. DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer hat sich mit dem ehemaligen Fußballprofi und heutigen Unternehmer und Funktionär Uli Hoeneß über die Parallelen zwischen Gastgewerbe und Fußball unterhalten. Ihr einhelliges Fazit: Eine wesentliche Gemeinsamkeit beider Branchen ist das nötige Herzblut und die Leidenschaft für das, was man tut.

Angela Inselkammer: Lieber Uli, am Anfang steht die Leidenschaft – in der Liebe, wie im beruflichen Erfolg. Ist die Leidenschaft für das, was man tut, nicht die Grundvoraussetzung, um etwas ganz Großes zu schaffen – egal in welchem Bereich?

Uli Hoeneß: Das ist aus meiner Sicht absolut der Fall. Wobei ich den Eindruck habe, dass Leidenschaftlichkeit in manchen Bereichen regelrecht verpönt ist. Das wird oft mit einer unterstellten Zerfahrenheit und der Gier nach Erfolg assoziiert. Für mich steht fest: Wenn man sich kein Ziel setzt, zu dem man gelangen will, wird man es auch nie erreichen.

Angela Inselkammer: Es gibt ja auch immer einen äußeren Rahmen, der die Leidenschaft limitiert, sie im schlechtesten Fall sogar zum Erlöschen bringen kann...

Uli Hoeneß: ...absolut. Nehmen wir zum Beispiel die Quotenregel: Es ist doch völlig egal, ob einer schwarz oder weiß, alt oder jung, Frau oder Mann ist – er muss gut sein. Für mich gibt es nur gut oder schlecht – und das zählt. Und das muss auch die Grundlage für die Bezahlung sein. Es kann doch nicht sein, dass einer aufgrund äußerer Rahmenbedingungen genauso viel verdienen muss wie der andere, obwohl er weniger leistet. Wenn jemand gute Arbeit leistet, sollte er so viel bekommen, wie einer, der ähnlich viel leistet. Wenn er weniger gut ist, muss er auch weniger kriegen.

Angela Inselkammer: Leidenschaft zum und für den eigenen Beruf finden sich in der Gastwirtschaft sowie im Fußball in ganz besonderem Maße.

Uli Hoeneß: Absolut – und beide Bereiche haben den Vorteil, dass sie ihre Leidenschaft

zum Beruf machen können. Das ist schon etwas Besonderes.

Angela Inselkammer: Ich würde sogar sagen – da spreche ich natürlich in erster Linie für meine Branche – es geht gar nicht ohne Leidenschaft! Man braucht diese Passion, mit Menschen zu arbeiten und für seine Gäste da zu sein. Und man braucht den persönlichen Kontakt.

Uli Hoeneß: Der persönliche Kontakt ist aus meiner Sicht ein ganz wesentliches Kriterium für den Erfolg. Ich habe auch große Befürchtungen, was die Veränderungen der Arbeitswelt im Zuge der Corona-Pandemie angeht: Man braucht doch den persönlichen Kontakt, um voranzukommen...

Angela Inselkammer: ...man muss sich auch mal reiben können...



Uli Hoeneß: Sicherlich, auch das gehört dazu. Nur durch Widerspruch kommt man weiter. Ich habe viele Freunde, die zu mir sagen: „Mensch, Uli, was hast Du da wieder gemacht oder gesagt“ – das ist nicht angenehm. Aber das sind die Leute, die Dich voranbringen, nicht die, die einem nach dem Mund reden. Wenn man sich nicht oder kaum sieht, dann reibt man sich auch nicht, dann geht aber auch nichts voran. Der zwischenmenschliche Kontakt geht heute ein Stück weit verloren – in der Arbeitswelt, wie im Berufsleben: Jeder sitzt nur noch vor seinem Bildschirm – teilweise kommunizieren Familienmitglieder mit dem Handy, obwohl sie am gleichen Tisch sitzen... (lacht)

Angela Inselkammer: ...und das hat Auswirkungen: privat und auf den Arbeitsmarkt. Der persönliche Eindruck über den Bildschirm ist doch etwas ganz anderes...

Uli Hoeneß: Absolut – manch eine Agentur stellt heute Leute ein, die sie nie persönlich

gesehen haben. Wenn ich jemanden einstelle, möchte ich ihn vorher sehen. Jeder kann sich im besten Licht zeigen, wenn die Kommunikationswege begrenzt sind. Aber im persönlichen Gespräch bekommt man schnell einen Einblick, was einem da für einer gegenüber sitzt. Sicher kann man sich auch da täuschen. Aber ich meine, die „Trefferquote“ ist im persönlichen Austausch ungleich größer.

Angela Inselkammer: Für unsere Branchen ist der persönliche Kontakt ja geradezu unverzichtbar...

Uli Hoeneß: ...und wie! Ich war gestern wieder im Stadion – wir waren zwar letzten Endes nicht erfolgreich, aber diese Stimmung – wenn 75.000 Leute im Stadion sind – das ist Leidenschaft. Und das spüren natürlich auch die Spieler. Das motiviert einen, das treibt einen an, um noch mehr Leistung zu bringen. Wenn Du das nicht spürst, dann musst Du Dir einen anderen Beruf suchen. Und es gibt noch eine weitere Parallele: Unsere Zuschauer

zahlen Geld dafür, um unterhalten zu werden und Leistung zu sehen. Ähnlich ist es auch im Gastgewerbe. Und dessen müssen sich die Spieler, wie die Mitarbeiter bewusst sein.

Angela Inselkammer: Unsere gemeinsame Aufgabe ist es, Menschen zu begeistern.

Uli Hoeneß: So ist es. Ich habe mir aufgrund der ganzen Entwicklungen der Corona-Pandemie ehrlich gesagt schon ein wenig Sorgen gemacht, ob der Fußball noch diese Attraktion hat; die Leute nach den vielen Einschränkungen auch in der Masse wieder zurückkommen, wie sie vor der Pandemie da waren. Schließlich hat man zwischenzeitlich auch andere Wochenendgestaltungen gefunden: Väter und Großväter sind mit ihren Kindern am Tegernsee gelegen oder auf die Berge gekraxelt, statt Fußball zu schauen... Und was ist passiert? Es kamen noch mehr Leute nach der Pandemie als vorher. Ich habe den Eindruck, in den Zeiten der Kontaktbeschränkungen hat sich regelrecht etwas angestaut:

Das Bedürfnis nach Gemeinsamkeit, nach Austausch, Kontakt.

Angela Inselkammer: Bei uns kommen die Leute zusammen und haben eine gute Zeit.

Uli Hoeneß: So ist es. Ich beobachte gerade auch beim FC Bayern eine ganz interessante Entwicklung: Die Stimmung bei uns im Stadion war ja auch immer so ein bisschen gedämpft – nach dem Motto: „Wir gewinnen ja eh immer...“. Jetzt, wo es gerade nicht so läuft, ist die Stimmung bei den Spielen im Stadion meiner Meinung nach so gut, wie nie zuvor. Das ist sehr interessant zu beobachten.

Angela Inselkammer: In unserer Branche ist – nicht nur gegenüber jungen Mitarbeitern – auch die persönliche Wertschätzung ein großes Thema, um die Leidenschaft für den Beruf zu wecken und am Lodern zu halten. Ich kann ja leidenschaftlich arbeiten, wie ich möchte, wenn es niemand sieht oder wertschätzt, wird diese Leidenschaft früher oder später erlöschen. Oder wie siehst Du das?


Uli Hoeneß: Nun ja... (lächelt) Grundsätzlich bin ich für Wertschätzung natürlich sehr zu haben – Lob ist wichtig, keine Frage. Was mir widerstrebt, ist allerdings dieser derzeitige Trend, dass man jedem Mitarbeiter am besten 17 Mal am Tag sagt, wie toll er ist. Ich selbst habe meine Zufriedenheit im Beruf in erster Linie daraus geschöpft, indem ich gemerkt habe, dass ich zum Erfolg meines Arbeitgebers beitragen oder grundsätzlich etwas Positives bewegen kann. Seit ich nicht mehr im Amt beim FC Bayern bin nutze ich meine Zeit bewusst auch dazu, Gutes zu tun. Ich halte beispielsweise Vorträge und mache Werbung für gute Zwecke. Vor kurzem habe ich erst 4.000 Sammelalben für einen guten Zweck handsigniert – die damit verbundenen Einnahmen in Höhe von 40.000 Euro werden zu 100 Prozent gespendet. Ich habe vier bis fünf Stiftungen, die ich regelmäßig unterstütze und das ist eine ungeheure Genugtuung und Bestätigung dafür, dass Du mit dem, was Du machst, auch etwas erreichst und bewirkst.

Angela Inselkammer: Dieser soziale Gedanke, dieses Miteinander – ist es nicht auch das

Kollektiv, das Leidenschaft überhaupt erst ermöglicht?

Uli Hoeneß: Um auf den Fußball zurückzukommen – sicher ist Leidenschaft in einer Mannschaft leichter zu entfachen. Nehmen wir einmal das Beispiel Tennis: Als Boris Becker und Steffi Graf so erfolgreich waren, haben viele Kinder vom Fußball zum Tennis gewechselt. Dort haben sie schnell die Erfahrung gemacht, dass man allein auf so einem Platz ganz schön einsam sein kann. Das gilt natürlich insbesondere im Falle von Niederlagen und Tiefschlägen. Eine Mannschaft kann einen auffangen, wenn es einmal nicht rund läuft oder auch die eigene eher durchschnittliche Leistung an einem schwachen Tag abfangen – das ist schon ein großer Vorteil gegenüber dem Einzelsport. Ich war auch immer eher ein Teamplayer als ein Einzelsportler. Das gilt aber natürlich für den Fußball genauso wie für Handball, Volleyball oder Basketball...

Angela Inselkammer: ...oder die Küche.

Uli Hoeneß: Genau. (lacht)  jo



GASTBEITRAG VON KATJA SEEMEIER, COACH, TRAINERIN UND GESCHÄFTSFÜHRERIN DER MUTSCHMIEDE CONSULTING

Kontrollierte Leidenschaft für den Beruf

Seit fast 20 Jahren ist Katja Seemeier als Coach und Trainerin selbständig. Als Geschäftsführerin des Consulting-Unternehmens Mutschmiede Germany ist sie neben Deutschland auch verantwortlich für die Schweiz, Österreich, Italien und Tschechien. In ihrem Gastbeitrag beschreibt die erfolgreiche Unternehmensberaterin, warum Leidenschaft zwar eine grundlegende Voraussetzung für Erfolg und Glücklichkeit im Beruf ist, warum sie aber auch ins Negative kippen kann.

Auf der einen Seite beschweren sich manche Gäste über das Essen, Allergiker und Anhänger bestimmter Ernährungsweisen haben Fragen und Sonderwünsche, und manche Gäste reagieren cholerisch, wenn die Bestellung nicht innerhalb weniger Minuten serviert wird. Anderen ist im Hotel die Matratze zu weich, die Decke zu dünn, das Kissen zu hart, das Frühstücksbuffet nicht reichhaltig genug, und der Service war früher sowieso besser.

Auf der anderen Seite sind die Arbeitszeiten ungewöhnlich, die Gehälter manchmal herausfordernd, Lob und Anerkennung mitunter dünn gesät, die Arbeit körperlich anstrengend, oft genug auch psychisch belastend, und die Trinkgelder waren früher sowieso höher. Warum also arbeiten Menschen im Hotel- und Gastgewerbe?

Natürlich gibt es Personen, die nur zum Zweck des Geldverdienens in der Gastronomie arbeiten, sei es, um ihr Studium zu finanzieren, oder für den elementaren Lebensunterhalt. Diese Menschen machen ihren Job idealerweise gut und routiniert. Aber von ihnen überdurchschnittlichen Einsatz oder ein besonderes Engagement zu erwarten, ist wenig zielführend.

Für andere ist diese Arbeit jedoch über den Gelderwerb noch etwas anderes, diese Menschen sind motiviert durch den wichtigsten Faktor in dieser

Branche: Leidenschaft. Diese gilt weitläufig als wesentlicher Faktor für den persönlichen Erfolg und für ein glückliches und erfülltes Leben. Dazu ist es allerdings entscheidend, sich die Fragen zu stellen, was die eigenen Ziele sind und aus welchen Gründen man sie erreichen möchte. Das muss natürlich jeder für sich selbst beantworten.

Wer auf diesem Weg seine Passion im Gastgewerbe gefunden hat, kann in diesem Beruf erfolgreich und glücklich sein. Denn Menschen sind keineswegs erfolgreich, weil sie unter einem „glücklichen Stern“ geboren wurden. Sie sind erfolgreich, weil sie ein Ziel haben und daraus ausgerichtet handeln, und zwar voller Energie und Herzblut. Und genau das ist Leidenschaft.

IST WIRKLICH ALLES GOLD WAS GLÄNZT?

Durch Leidenschaft setzen wir enorme eigene Potenziale frei, sie lässt uns Leistungen erbringen, zu denen wir sonst kaum fähig wären. Und Leidenschaft setzt, ohne dass wir uns dessen bewusst sind, eine wichtige psychologische Wirkungskette in Kraft: Das sogenannte Belohnungsprinzip, in der Psychologie definiert als eine Handlung, deren Resultat uns den Anreiz liefert, diese Handlung zu wiederholen. Dabei ist der erhaltene Anreiz, der sogenannte positive Verstärker, eine Belohnung in Form von positivem Feedback, monetärer Vergütung, oder auf Deutsch: Lob und Trinkgeld.

Ganz nebenbei ist die eigene Leidenschaft für den Beruf übrigens auch auf Seiten der Gäste spürbar. Dies schlägt sich zum einen in Form von weniger Aufwand oder Sonderwünschen, zum anderen in einem höheren Umsatz pro zufriedenen Gast und natürlich in einem höheren Trinkgeld nieder. Dies beobachten wir übrigens auch bei uns in der Mutschmiede-Hotline: Die kontrolliert leidenschaftlichen Mitarbeiter des Gastgewerbes nutzen unsere Unterstützung deutlich seltener als ihre Kolleginnen und Kollegen.

LEIDENSCHAFT ALS ZWEISCHNEIDIGES SCHWERT

Aus Expertensicht ist der leidenschaftliche berufliche Einsatz auf der Jagd nach Erfolg, Glück und Erfüllung nämlich durchaus ein zweischneidiges Schwert. Denn die Leidenschaft für den Beruf erfordert auch Selbstkontrolle. Obwohl für den Job zu brennen gemeinhin als etwas Erstrebenswertes gilt, liegt in diesen Flammen auch etwas Unkontrollierbares. Wer Leidenschaft als freie Autobahn auf dem Weg zum Erfolg sieht, befindet sich schon auf der Abbiegespur in Richtung Burn-Out.

TEAMWORK STATT SELBSTAUFOPFERUNG

Dennoch ist Leidenschaft für die Arbeit grundsätzlich etwas Positives, und beim Arbeiten in

den sogenannten „Flow“ zu kommen, und hin und wieder Überstunden zu machen, ist zunächst einmal kein Problem. Werden aber vor lauter Leidenschaft für den Job Partner, Freunde, die Familie oder die eigene Gesundheit vernachlässigt, wird der Beruf über kurz oder lang mit großer Wahrscheinlichkeit als zunehmend große, psychische Belastung erlebt. Ein teilweiser Ausweg aus diesem Dilemma ist Teamwork. Eine Tätigkeit im Gastgewerbe ist grundsätzlich kein Einzelsport, sondern etwas für ausgeprägte Teamplayer, die sich gemeinsam den Herausforderungen stellen. So lassen sich viele der Anforderungen durchaus meistern, weshalb man im Gastgewerbe oft eine besondere Identifikation mit dieser Arbeit und einen intensiven menschlichen Zusammenhalt findet.

PROFIS KÖNNEN HELFEN

Mit dem Beruf ist es also manchmal so, wie mitunter mit der Liebe: Am Anfang ist es Leidenschaft, aber danach wird es harte, persönliche Arbeit. In diesem Fall sind Freunde und Kollegen zwar vielleicht ein Trost, aber keine Hilfe. Dann ist der Weg zu professioneller psychologischer Unterstützung mit Sicherheit die beste Entscheidung, um wieder ein gesundes Maß an Leidenschaft zu erreichen. ☺

Die Mutschmiede

Das Consultingunternehmen Mutschmiede bietet Beratungsdienstleistungen für Inhaber, CEOs, Vorstände oder Führungskräfte rund um die Bereiche Mitarbeiterführung und betriebliches Gesundheitsmanagement. Als internationales Netzwerk professioneller, erfahrener Experten, die sämtliche Beratungsleistungen, Coachings und Trainings interdisziplinär in Unternehmen anbieten, stützt sich das Mutschmiede-Consulting auf die Hauptsäulen Management und Coaching, Beratung und Training, Betriebliches Gesundheitsmanagement sowie das sogenannte „Early Intervention Program“. Weitere Informationen finden Interessierte im Internet unter www.mutschmiede-consulting.com.



ISABELLA HREN, GESCHÄFTSFÜHRERIN BTG, IM GESPRÄCH MIT SPITZEN- UND FERNSEHKOCH MIKE SÜSSER

„ICH BRAUCHE HITZE,
ICH BRAUCHE THERMIK,
ICH BRAUCHE
DIE LEIDENSCHAFT
EINES TEAMS“

Seit 14 Jahren ist Spitzenkoch Mike Süßer bereits für unterschiedliche Fernsehproduktionen tätig. Dabei kennt er die Küchen des Landes berufsbedingt fast ebenso gut, wie die Hotels. Im Gespräch mit Isabella Hren, Geschäftsführerin der Bayern Tourist Marketing GmbH (BTG) wird deutlich, warum der heute 52-Jährige die Leidenschaft für seinen Beruf als absolute Triebfeder seiner täglichen Arbeit versteht.



© Kabel 1

Lieber Mike, Du warst in vielen Ländern unterwegs, in Metropolen, auf Kreuzfahrtschiffen und verschiedenen Kontinenten. An welcher Stelle hast Du die Leidenschaft für's Kochen für Dich selbst entdeckt?

Naja, ich selbst hatte eigentlich andere Pläne – ich wollte zur See fahren und Kapitän werden. Allerdings war ich dafür aus unterschiedlichen Gründen nicht gemacht. Aufgrund meiner – nicht vorhandenen – handwerklichen Fähigkeiten bin ich dort aber immer in die Kombüse gesteckt worden. Die damalige Anstellung bei einer großen Reederei hatte sich auch bald erledigt, trotzdem war ich mir meiner Stärken und Schwächen danach ein wenig besser bewusst (lacht). Und in der Kombüse hat es mir immer gefallen. So kam ich auf den Gedanken, Koch zu werden.

Und was musste passieren, dass Du zu dem Entschluss kamst: „Das ist es – für den Rest meines Lebens?“

ZUR PERSON:

Bereits damals vom Reisefieber gepackt, wollte Mike Süßer schon nach seinem Abschluss im Jahr 1989 die Welt erobern. Sterneküchen in Europa und Übersee waren die Spielwiese des prämierten Spitzenkochs. Bis 2004 führten ihn seine hochkarätigen Küchen-Engagements in die Schweiz, nach Zermatt und Davos, nach Fuerteventura und Madeira sowie nach Hamburg und München. Es folgte eine Zeit in den USA, sowie eine Phase auf den großen Kreuzfahrtschiffen dieser Welt. Die gesammelten Erfahrungen in der Fünf-Sterne-Hotellerie und in Gault Millau-prämierten Restaurants verhalfen ihm zu seinem heutigen Fachwissen der gehobenen Küche als Kunst und Handwerk gleichermaßen. Von 2009 bis 2014 drehte Süßer insgesamt rund 140 Folgen des TV-Formats „Die Kochprofis – Einsatz am Herd“ (RTL 2). Seit 2013 führt er durch die Sendung „Mein Lokal, Dein Lokal - der Profi kommt!“ (Kabel 1).

Das hat schon ein wenig gedauert – ich denke, als ich etwa zwanzig war. Meine Ausbildung hatte ich im zarten Alter von 16 Jahren begonnen. Direkt danach bin ich in „die große weite Welt“ aufgebrochen: Erst Zermatt, dann Amerika. Zurück in Norddeutschland habe ich im Alter von 21 Jahren mein eigenes Lokal eröffnet. Es war zwar schön, in der Zeitung zu lesen, dass man „Deutschlands jüngster Gastronom“ ist, aber das war ein Moment, an dem ich mir dachte: „Dafür bist Du doch echt nicht um die halbe Welt gereist“. Das war schon eine Art Aha-Moment. Daraufhin habe ich meinen Laden verkauft und bin mit Mitte zwanzig ohne vorherige Bewerbung – nur mit meinen Unterlagen – nach Davos gefahren. Dort bin ich ins erste Fünf-Sterne-Haus gegangen, das „Grand Belvédère“. Dort kam mir dann über den langen Flur ein Küchenchef entgegen mit seiner sacksteif gebügelten Kochklamotte, einer Schürze bis zum Boden und seiner gebügelten Kochmütze – so richtig klassisch. Ich hatte ganz schön Muffensausen, aber es hat geklappt. Der Einstieg war gemacht. Und dort habe ich richtig Gas gegeben, mehr gearbeitet als viele andere und mich richtig reingehauen. Dann ging es richtig los.

Was zeichnet für Dich die Arbeit in der Küche aus?

Grundsätzlich ist das schon ein hartes Pflaster. Ich behaupte, jeder, der in der Gastronomie tätig ist, kommt gegen Mitte, Ende dreißig auf

den Gedanken, damit aufzuhören. Bei mir war das auch so. Aber ich habe schnell gemerkt: Ich brauche Hitze, ich brauche Thermik, ich brauche die Leidenschaft eines Teams. Ich empfinde es auch keineswegs als Drama, wenn Essen nach dem Servieren sofort „zerstört“ wird. Wir produzieren Essen und keine Kunst – Kunst bleibt und Essen verschwindet. Wir Köche sind keine Künstler, wir sind Handwerker. Und genau darum ist unser Beruf einfach schön!

Du sagst von Dir selbst, Deine Leidenschaft zum Kochen wird von Jahr zu Jahr größer. Woran liegt das?

Das ist tatsächlich so. Das hat aus meiner Sicht unterschiedliche Gründe: Zum einen, ich werde besser. Ich bin nicht nur strukturierter und überlegter in meinen Abläufen geworden, ich renne auch keinen Trends mehr hinterher. Mit Ende dreißig ist das „Dazugehören-Wollen“ noch eine andere Sache. Darüber bin ich weg. Ich hab mal auf einer Messe mit tollen Kollegen beieinander gestanden, wir haben Champagner getrunken, weil man das halt so macht, haben Austern gegessen und über Kaviar philosophiert. Da konnte ich es mir nicht mehr verkneifen und hab gesagt „Lass die Austern sein, das kriegt mich seit Jahren nicht“. Und ein anderer Kollege meinte: „Endlich sagt es einmal jemand“ (lacht). Bestimmte Sachen in einem gewissen Alter nicht mehr nötig zu haben, tut schon sehr gut. Und ich denke, das wirkt sich auch positiv auf mein Kochen aus. ►



**WEITERE
INFORMATIONEN
IM INTERNET**

Weitere Informationen zum Ablauf und den Voraussetzungen zur Teilnahme an der Blitzlichtberatung erhalten Interessierte im Internet unter www.wirtshauskultur.bayern/blitzlichtberatung/ oder durch Scannen des nebenstehenden QR-Codes.



BLITZLICHTBERATUNG DES BAYERISCHEN HOTEL- UND GASTSTÄTTENVERBANDS

KOSTENLOSE KURZBERATUNG ZUR POTENZIAL- UND SCHWACHSTELLENANALYSE

GERADE IN WIRTSCHAFTLICH SCHWIERIGEN ZEITEN IST ES WICHTIG, DAS EIGENE UNTERNEHMEN KRITISCH ZU HINTERFRAGEN UND NEUE LÖSUNGSANSÄTZE ZU FINDEN. DER BAYERISCHE HOTEL- UND GASTSTÄTTENVERBAND UNTERSTÜTZT SEINE MITGLIESBETRIEBE IM RAHMEN DER GEFÖRDERTEN „BLITZLICHTBERATUNG“. DIE BERATUNG SOLL DEN GASTGEBERN BAYERNS HELFEN, POTENZIALE, ABER AUCH SCHWACHSTELLEN DES EIGENEN BETRIEBS ZU ERKENNEN UND DIESE GEZIELT ZU BEHEBEN. GLEICHZEITIG SOLL SIE IMPULSGEBER FÜR NEUE IDEEN, KONZEPTE, MASSNAHMEN ODER KOOPERATIONEN SEIN.

Nicht zuletzt im Zuge Deiner langjährigen Tätigkeit als Fernsehkoch und Moderator hast Du zahllose unterschiedliche Gastwirte kennengelernt. Gibt es etwas, das alle ein?

Ich erlebe in erster Linie eine große Wertschätzung – und das nicht nur bei den guten Gastwirten. Egal, ob Imbissbudenbetreiber, in einem Pommesladen oder in der Ein- bis Zwei-Sterne-Gastronomie. Ich möchte an dieser Stelle nicht kleinteilig werden. Es ist ja klar: Ärsche gibt es überall (lacht) ... aber grundsätzlich herrscht meist ein großer zwischenmenschlicher Respekt. Großteilig gesehen ist die Gastronomie ein weltoffener, aufnehmender Haufen. Der Tisch der Gastronomie hat immer Platz für Neue – diesen Austausch halte ich für ziemlich unvergleichbar.

Die Kosten sind in den vergangenen Monaten und Jahren auch für das Gastgewerbe enorm gestiegen – Stichworte: Produktions- und Lebensmittel- sowie Personalkosten. Gleichzeitig hält sich die Bereitschaft der Kunden in überschaubaren Grenzen, für qualitativ hochwertige Produkte und Dienstleistungen auch mehr zu bezahlen. Wie können Gastronomen dieses Bewusstsein von Qualität und Preis bei ihren Kunden schärfen?

Nun ja – wie alles im Leben hat auch diese Geschichte zwei Seiten: Zum einen ist der Gast König und muss auch hofiert werden. Das muss auch sicher so bleiben. Auf der anderen Seite muss aber auch seitens der Gäste ein Bewusstsein für die wirtschaftliche Lage der Betriebe vorhanden sein – wenn die angebotenen Dienstleistungen nicht zu wirtschaftlich vertretbaren Preisen erworben werden, gibt es uns bald schlicht nicht mehr. Dafür muss sich aus meiner Sicht vieles tun – damit könnte man wohl einen ganzen Abend füllen ...

Kann man denn auch als Chef etwas dafür tun, die Leidenschaft der Mitarbeiter gezielt zu fördern und am lodern zu halten?



© Uta Gleiser

Sicherlich müssen das alle Betriebe für sich selbst entscheiden – bei uns herrscht grundsätzlich eine große „Wir-Mentalität“. Das beginnt zum Beispiel damit, dass ich meine Mitarbeiter um ihre Meinung frage, wenn Entscheidungen anstehen und das in allen Bereichen: seien es die Köche bei der Menüplanung, der Service oder die Buchhaltung. Sicher mache ich meine Entscheidungen nicht von meinen Mitarbeitern abhängig, aber ich beziehe sie aktiv mit ein. Wir machen viel privat zusammen. Wir feiern vernünftige Weihnachtsfeiern, haben letztes Jahr einen gemeinsamen Ausflug mit dem Bus ins Wirtshaus gemacht – das alles ging während dieser unsäglichen Corona-Zeit ja nicht mehr – und haben insgesamt auch ein gutes, zwischenmenschliches Verhältnis. Zudem zahlen wir faire und leistungsorientierte Gehälter – auch das ist sicher ein wichtiger

Punkt, um ein gutes betriebliches Umfeld zu schaffen, das die Leidenschaft für den Beruf nicht einengt.

Obwohl Du viel gewagt, geleistet, gesehen und erlebt hast, bist Du dennoch so erfrischend „auf dem Boden“ und offen geblieben. Wie gelingt Dir das?

Das ist ganz einfach – man darf sich nicht zu wichtig nehmen. Wenn Du Dich selbst nicht zu wichtig nimmst, bleibst Du immer offen für Neues, weil Du weißt, wie wenig Du kannst. (lacht). Ich fange mit meinen Anfang 50 auch jetzt erst an zu lernen – es geht ja jetzt erst los. Wenn man meint, fertig in seiner Entwicklung zu sein, ist das aus meiner Sicht ganz schlecht. Ich will auch mit 60, 70 oder 80 noch nicht fertig sein. Da kommt immer noch etwas (schmunzelt). ☺

RESTAURANT-WELTNEUHEIT „EATRENALIN“ BEIM EUROPA-PARK IN RUST

FUTURISTISCHE GASTRONOMIE HAUTNAH

Seit Anfang November 2022 gibt es ein neues Highlight für Fine Dining-Begeisterte: das Gastronomie-Event-Konzept „Eatrenalin“ beim Europa-Park in Rust. Das „Restaurant der Zukunft“ ist ein Feuerwerk für alle Sinne: Möglich macht dies ein eindrucksvolles Zusammenspiel von Multimedia-Content, gastronomischer Spitzenleistung und einer patentierten Neuentwicklung, dem „Floating Chair“. Die Vision und das Ziel sind, die Gastronomie neu zu erfinden und die Gäste emotional zu berühren.


Sobald das Erlebnis im Eatrenalin startet, taucht man in unterschiedlichste Welten ein – und das nicht nur durch Düfte und Geschmack, sondern auch visuell, akustisch und haptisch. „Der innovative Floating Chair sowie die gastronomische Kompetenz rund um ein Küchenteam aus internationalen Spitzenköchen – das gibt es in dieser Art weltweit nirgendwo“, freut sich Thomas Mack, geschäftsführender Gesellschafter des Europa-Park. Zusätzlich wurde eine eigene Musik für Eatrenalin entwickelt, die die



Choreografie der kulinarischen Erlebnisreise auch hörbar untermalt. „Eatrenalin kombiniert ein außergewöhnliches Menü zusammen mit visuellen Eindrücken, Bewegung und Düften, bringt die Gäste an spektakuläre Orte und schafft so eine neue Restaurant-Dimension“, ergänzt Joint-Venture Partner Oliver Altherr, CEO von Marché International.

SINNLICHE GENUSSWELTEN

Sehen, hören, riechen, schmecken, fühlen – in den verschiedenen Genusswelten werden während des Acht-Gänge-Menüs alle Sinne



angesprochen: Los geht es mit einem aufregenden Aperitif, der auf das rund zweistündige Erlebnis von Eatrenalin einstimmt. Die Reise durch Raum und Zeit beginnt in der Lounge mit einem Glas Champagner und kleinen Köstlichkeiten zur Begrüßung. Ein erfrischendes Ritual reinigt im sogenannten Waterfall die Sinne und die Gäste streifen den Alltag regelrecht ab. In der Genusswelt Discovery nehmen sie in den Floating Chairs Platz und die Sinnesreise beginnt. Die „schwebenden Stühle“ sind eine patentierte Neuentwicklung und setzen sowohl die Besucher als auch das Essen in Bewegung. Danach „schweben“ sie in den Raum Ocean – und damit in die Tiefen des Meeres. Anschließend erfolgt in der Genusswelt Taste eine Geschmacksexplosion: süß, sauer, bitter und salzig. Der Raum verändert sich und passt sich den verschiedenen Aromen an.

Der fünften Dimension des Geschmacks, Umami, wurde ein eigener Raum gewidmet. Anschließend heben die Besucher im Spaceship regelrecht ab und gleiten nach dem Raketenstart durch den Weltraum. Die Unendlichkeit des Alls und die Schwerelosigkeit nach Ankunft auf dem Mond erleben die Reisenden im Universe. Hier wird ein zweiter Hauptgang serviert. Das Dessert wird in der letzten Genusswelt, Incarnation, zur Vollendung gebracht.

Nach rund zwei Stunden geht es für die Gäste zurück in die Wirklichkeit. In der angeschlossenen Bar können die bis zu 160 Gäste ihren Ausflug durch Raum, Zeit, Fiktion und Geschmack ausklingen lassen. Die Küche vereint moderne und internationale Einflüsse, passend zum jeweiligen Ambiente der Szenerie in den verschiedenen Genusswelten. So können spannende Kompositionen aus Sashimi und Grapefruit in der Umami-Genusswelt oder Granny Smith, Shiso und Macadamia im Waterfall-Raum gekostet und erlebt werden. 🍷

Weitere Informationen erhalten Interessierte unter www.eatrenalin.de

MIT FOOD-FOTOGRAFIE DIE LEIDENSCHAFT AUF DEM TELLER EINFANGEN

EINE KOMPOSITION für die Sinne

Gleich zu Beginn sei eine eher ernüchternde Information vorangestellt: Die selbst-fotografierte authentische Mahlzeit, und wenn sie noch so schön angerichtet ist, wird selten so gut, mundwässernd und nahezu duftend aussehen wie im Magazin, auf dem Plakat oder im Kochbuch. Warum? Weil Gastronomen hier in der Regel nicht tricksen.

Marketingsspezialisten haben viele Geheimnisse und verwenden Techniken, um tolle Fotos zu machen. Und Lebensmittelfotografen ersetzen einige Fast-Food-Zutaten durch Rasierschaum, Klebstoff und Haarspray. Aber Gastronomen bereiten echtes Essen zu. Mit echten Lebensmitteln. Das „Fotomodell“ kann (hoffentlich) gleich nach dem Shooting aufgegessen werden. Was also sollte bei echter Food-Fotografie beachtet werden? Im Folgenden sind einige wichtige Grundlagen zusammengefasst, um die selbst gekochten Mahlzeiten ideal in Szene zu setzen.

DIE RICHTIGE VORBEREITUNG ALS „SCHLÜSSEL ZUM SCHÖNEN BILD“

Weil das Shooting von Speisen selbst meist sehr schnell gehen muss, ist es umso wichtiger, konkrete und zielgerichtete Vorbereitungen zu treffen – hierfür muss das spätere Bild quasi schon vor seiner Entstehung „feststehen“.

Vor Beginn müssen alle benötigten

Materialien, Requisiten und die Ausrüstung griffbereit und aufgebaut sein. Dabei gibt es einige grundsätzliche Faktoren zu beachten: Wird das Gericht beispielsweise heiß serviert, könnte Dampf das Motiv und die gewünschte Bildkomposition stören. Gefrorene „Motive“ hingegen könnten unter der zusätzlichen Beleuchtung schnell schmelzen. Darum empfiehlt es sich bei kalten



Lebensmitteln und Gerichten, immer das ein oder andere Backup vorzubereiten.

Quicktipp: *Ideal für die Vorbereitung eignen sich die klassischen „W-Fragen“: Was wird gekocht? Wie soll es aussehen? Was für ein Stil wird angestrebt? Welche Requisiten werden benötigt (frische Kräuter, Auswahl von „fotogenem“ Gemüse, Blüten etc.)?*

DEN RICHTIGEN ORT ALS „BÜHNE“ WÄHLEN

Auch der Hintergrund eines fotografierten Gerichts hat Einfluss auf die Wirkung des späteren Bildes. Darum sollte bewusst überdacht werden, vor welchem Hintergrund das gewünschte Gericht am besten zur Geltung kommt. Der richtige Ort, Unter- und Hintergrund können jedes Motiv entweder unterstützen, es richtig inszenieren – oder erdrücken. Dabei gilt es neben optischen Aspekten, auch einen inhaltlichen Rahmen zu setzen: Was ist das Thema des Gerichts? Wo würde man es genießen? Welche Bilder und Assoziationen sollen ausgelöst werden? Auch die Textur des Gegenstandes, auf dem das Hauptmotiv gegebenenfalls fotografiert wird, hat einen großen Einfluss auf die gefühlte Authentizität des Bildes – ein Burger muss beispielsweise anders abgebildet werden als ein sommerliches Fischgericht. Präzise gesetzte Stilbrüche können allerdings auch als „künstlerisches Mittel“ eingesetzt werden, um die erzielte Aufmerksamkeit zu steigern. So könnte der oben genannte Burger beispielsweise bewusst auf feinem China-Porzellan platziert werden.

Quicktipp für die „kleine“ Küche: *Bei der Auswahl des passenden Hinter- oder Untergrunds können (relativ) kostengünstige Fototapeten helfen – abwaschbar und platzsparend kann damit schnell und ohne viel Platz- oder Zeitaufwand ein „Studiosetting“ gezaubert werden.*

HERD AUS – SPOT AN

Das Licht und Schattenspiel auf dem erzeugten Bild sorgt für eine zusätzliche Tiefe der Aufnahmen. Es verstärkt den appetitlichen Effekt und ist oft das vielzitierte „Zünglein an der Waage“ zwischen bloßer Abbildung eines Gerichts und mundwässernder Inspiration – also dem Effekt,

den jeder Food-Fotograf erreichen möchte. Dieser Effekt wird durch das gezielte Spiel mit unterschiedlichen Lichtquellen erreicht. Dabei gilt: Je natürlicher und weniger grell das Licht, desto besser. Gerade vormittags und nachmittags ist das Licht diffus genug, um direktes Sonnenlicht zu vermeiden. Soll das Foto unter freiem Himmel entstehen, sollte ein eher bewölkter Tag gewählt werden. Dies sorgt für die richtige Stimmung im Bild.

Sollen unabhängig vom Tageslicht und Wetter Aufnahmen entstehen, sind Studioblitze und Softboxen nützliche Helfer, die für eine ähnliche Lichtstimmung sorgen. Alternativ kann auch auf ein Studiosetting mit Tageslichtlampen zurückgegriffen werden.

NOCH SCHNELL HÜBSCH GEMACHT: DAS STYLING

Das „Model“ gut aussehen zu lassen, ist die Königsdisziplin der Fotografie. Im Fall der Nahrungsmittelfotografie empfiehlt es sich, erst einmal mit einem „Basis-Setting“ auf dem Teller zu beginnen und dieses schrittweise mit verschiedenen zusätzlichen Dekorationen auszuschnücken. Zwischen jedem Schritt sollte fotografiert werden, um im Zweifel auch einen Schritt zurückgehen zu können. Denn wie so oft gilt auch in diesem Bereich: Weniger ist manchmal mehr.

Quicktipp: *Frisches Gemüse sollte kurz vor der Aufnahme mit Wasser eingenebelt werden. Die Wassertropfen betonen die Frische.*

TIMING IST DAS HALBE FOTO

Zwar kann sich das „Model“ bei der Food-Fotografie nicht bewegen oder beschweren, trotzdem muss es hier sehr schnell gehen. Viele Gerichte verlieren bereits nach kurzer Zeit ihren appetitlichen Glanz. Sie können zusammenfallen, schmelzen, ihre Struktur verlieren oder sogar an Farbe einbüßen. Ähnliches gilt auch für frische Requisiten (Dekorationen) die man neben das Motiv legt. Daher muss – wie schon zu Beginn erwähnt – die Vorbereitung stimmen und schon vor der ersten Aufnahme der komplette Aufbau stehen. Von der Requisite bis zum Licht.



PERSPEKTIVE UND TECHNIK

Und zu guter Letzt: Welche Technik wird für gute Food-Fotografie benötigt? Diese Frage ist schnell beantwortet. Jedes neuere Smartphone macht ausreichend gute Fotos mit Tiefenschärfe, um ein gutes Ergebnis zu erzielen. Soll eine Kamera zum Einsatz kommen, ist man schon mit einer einfachen Systemkamera bestens ausgerüstet. Was Objektive und weitere technische Details angeht, ist vor allem das eigene Gespür, der Fokus und die Komposition ausschlaggebend.

Ein Teil der letztendlichen Gesamtkomposition ist auch immer die Perspektive. Für Social Media-Kanäle eignen sich insbesondere Aufnahmen aus der Vogelperspektive. Soll hingegen bewusst eine Seite des Gerichts im Fokus stehen – beispielsweise bei einem aufgeschnittenen Sandwich – empfiehlt sich eher ein tieferer Aufnahmewinkel. Auch hier gilt: Ausprobieren und Spaß haben, denn erlaubt ist, was gefällt!

Quicktipp: *Geringe oder größere Tiefenschärfen können als bewusstes Mittel eingesetzt werden, um die Aufmerksamkeit des Betrachters zu steuern. Ein unscharfer Hintergrund kann sich auch gut eignen, um unwichtige Details zu verstecken.* ☺ lj

NÜRNBERGER STERNEKUCH VALENTIN ROTTNER ALS FRÄNKISCHER BOTSCHAFTER

WAID- MANNNSHEIL BEI DER STERNEJAGD

Bayerns Köche bringen auf der Basis regionaler Produkte deftig-gesunde Hüttengerichte, Gasthaus-Klassiker und raffinierte Gourmet-Menüs auf den Tisch. Bei Valentin Rottner bedeutet das etwa Schweinebauch mit japanischem Dashi-Sud oder Black Cod mit Kalbskopf und Miso. Der Nürnberger erkocht sich mit seinen puristischen Kreationen seit drei Jahren einen Michelin-Stern.



Fast wäre der Gastronomie ein Stern verloren gegangen: „Eigentlich wollte ich Fußballer werden. Ich war in der U16-Nationalmannschaft und stand jedes Wochenende auf dem Platz. Aber etwas Ehrgeiz hat mir dann vielleicht doch gefehlt“, sagt Valentin Rottner. „Außerdem war es meinen Eltern wichtig, dass ich eine abgeschlossene Berufsausbildung habe, falls mit dem Sport etwas schiefgeht.“ Rottner absolvierte seine Ausbildung bei Sternekoch Alexander Herrmann im „Herrmanns Posthotel“. Es folgten Stationen bei Zwei-Sterne-Koch Johannes King auf Sylt und bei Nils Henkel im „Lerbach“. Kurz nachdem er das „Waidwerk“ im familieneigenen „Gasthof Rottner“ in Großreuth gegründet hatte, erklärte das Fachmagazin „Der Feinschmecker“ 2018 Valentin Rottner zum Aufsteiger des Jahres. Ein Jahr später verlieh ihm der Guide Michelin den ersten Stern.

MENÜ MIT ÜBERRASCHUNGSEFFEKT

Der junge Küchenchef will mit seinen Menüs bei den Gästen Spannung erzeugen. „Auf der Karte stehen nur Grundprodukte, sodass

die Gäste nicht genau wissen, was auf sie zukommt. So baut sich bei jedem Gang ein Spannungsbogen auf.“ Zu finden sind exotische Kreationen, aber „eine gut gemachte Roulade oder ein Schäufele nach traditionellem Rezept schmeckt einfach. Da sollte man nicht erst versuchen, das ‚Schäufele 2.0‘ zu

inszenieren“, hält der junge Sternekoch fest. Solche Klassiker können unter demselben Dach bei Valentins Vater genossen werden: Stefan Rottner erkochte nach Stationen in den „Schweizer Stuben“ und im „Guarda-Val“ 1998 einen Michelin-Stern für das familieneigene „Gasthaus Rottner“.





PURISTISCH UND GESCHMACKSINTENSIV

In den elterlichen Betrieb zurückzukehren, ist für Valentin kein Widerspruch zur Freiheitsliebe. „Ich war schon immer sehr heimatverbunden. Und ich wollte meinen Eltern, die mich so lange unterstützt haben, etwas zurückgeben. Ich wollte mit anpacken und auch einen frischen Wind reinbringen, der dem Haus ja dann auch zugutekam.“ Kritiker nennen Valentins Kreationen mal jung, mal puristisch, mal geschmacksintensiv. „Der Michelin-Stern ist die Wertschätzung für die gute Arbeit, die wir als Mannschaft leisten. Dass es so schnell ging mit dem Stern, hat mich natürlich zusätzlich gefreut“, so Valentin. „Außerdem war das Gourmet-Restaurant meine Idee, nicht die meiner Eltern. Mit dem Stern konnte ich sie stolz machen und dafür sorgen, dass es sich auch wirtschaftlich lohnt.“

Die Einrichtung des „Waidwerk“ spiegelt den Charakter der Küche wider: traditionsverbunden und stylish zugleich. Die Dekoration ist minimalistisch, jedoch mit einer Ausnahme. Das mächtige Zehnder-Geweih eines Hirschs, den Valentin Rottners Großvater

1988 geschossen hat, setzt ein überaus deutliches Ausrufezeichen. „Das Alleinsein im Wald, in der Natur, die Jagd – das alles ist mein Ruhepol und meine Inspiration“, schwärmt Valentin. „Bei der Jagd denke ich über das Kochen nach. Und dabei fallen mir spannende Dinge ein, neue Garmethoden, neue Rezepte.“ So entsteht ein Gericht wie Sauerklee-Sorbet, das leicht säuerlich schmeckt. „Das Sammeln war gar nicht so einfach, da man viel davon braucht“, sagt er und lacht. „Ich habe meine ganze Küchencrew mitgenommen.“

JAGEN, ERNTEN, SAMMELN

Valentin schätzt Wild nicht nur wegen der Jagdtradition. „Wir arbeiten nachhaltig, indem wir zum Beispiel vom Reh mehr als nur die begehrten Rückenstücke verwenden. Aus den Knochen machen wir eine Essenz. Niere, Leber und Milz werden auch verarbeitet. Durch das Jagen und Zerlegen steigert sich meine Wertschätzung für das Produkt, anders als beim reinen Kauf.“ Viele Zutaten bauen die Rottners im Garten an: Kapuzinerkresse, Zitronengras, Meerrettich, Tomaten und Topinambur. Außerdem bringt Valentin viel von seinen Waldgängen mit. „Ich halte die Augen auf und sammle. Die Wildkräuter wandern ins Essen, auf den gesammelten Moosen richten wir unsere Vorspeisen an.“ Und auf dem Baumrindenstück landet die Wildschweinschnitte.

Viel Freizeit bleibt dem jungen Sternekoch nicht. Doch wenn es einmal so weit ist, trifft man ihn bei seiner zweiten Leidenschaft: dem Fußballspielen. „Für den Fußball nehme ich mir immer noch Zeit. Unter der Woche kann ich nicht zum Training gehen, aber sonntags stehe ich mit meiner Mannschaft auf dem Platz.“ ☺

Weitere Genießer-Reportagen aus Bayern finden Interessierte auch unter www.erlebe.bayern/feinschmecker-stories.



Zeit
für
Frische

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

Frische bringt's.

FRAUENPOWER AM TRESEN

Linh Nguyen, die Queen of Cocktails

Man nehme eine große Portion Mut, Leidenschaft für gute Drinks und viel Empathie für Gäste. Das Ergebnis: 1,54 Meter „full of female power“. So oder ähnlich lässt sich Linh Nguyen beschreiben, die beste Barkeeperin der Welt.

SALON beef

OBSESSION

Selektiertes
Kalbinnen-
Fleisch der
Premium-Klasse.



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

www.salonbeef.at
07248.685 94

GEBOREN / GEMÄSTET /
GESCHLACHTET /
VERARBEITET IN ÖSTERREICH

Die gebürtige Marburgerin mit vietnamesischen Wurzeln schüttelt die Bartender Szene seit Jahren kräftig durch. Einst stark männlich dominiert, bekommt die Branche mit ihr viele neue Aromen serviert – mit femininem Touch. „Meine Drinks sind oft rot – schmeckt einfach besser!“ Frisch, selbstbewusst und zielsicher kombiniert sie Grundzutaten zu geschmacklicher Perfektion. Dabei war der Weg dorthin alles andere als leicht.

Der Vater: Maschinenbauingenieur mit zunächst wenig Begeisterung für die beruflichen Ambitionen seiner Tochter. Der erste Chef: Ein Könner an der Bar, aber mit der Einstellung, Frauen gehören vor, nicht hinter den Tresen. An Widerständen mangelte es nicht – besonders für sie als zierliche Frau. „Man nahm mich am Anfang oft nicht ernst.“ Als sie dann auf der Karriereleiter nach oben kletterte und für ihre Mix-Kompetenz Preise erhielt, hieß es: „Klar, das ist der Frauen-Bonus.“ Umso wichtiger war es ihr, sich unter Frauen zu beweisen. Das gelang beim Lady Amarena International, einem Wettbewerb nur für weibliche Bartender. Ergebnis: erster Platz.

LINH NGUYEN STATT MAI TAI

„Remember Me“ heißt einer ihrer selbst entwickelten Cocktail Kreationen, mit denen sie sich in die Herzen der Wettbewerbs-Juroren mixt. Und wer dieser energiegeladenen Perfektionistin einmal bei der Arbeit zusehen und ihre schillernden Drinks trinken durfte, wird sie schwerlich vergessen.

Ein Besuch verschiedener Cocktailbars in Helsinki in jungen Jahren gab den Ausschlag für die Liebe zu Bars und Bitters. Es folgten Reisen nach Asien, Spanien... ihr öffnete sich ein ganzer Kosmos an Aromen, Düften, Farben. Linh beginnt, sich mit den verschiedenen Grundzutaten zu befassen, fängt an, mit Genuss privat zu kochen – und kämpft für ihren beruflichen Traum.

Ihrer Familie zuliebe beendet sie das BWL-Studium, arbeitet neben der Uni aber in der Gastronomie. Das Vila Vita Rosenpark

Hotel in Marburg wird ihre erste Anlaufstelle. Tische eindecken, Gäste bedienen – Abend für Abend. Statt Frust wächst Freude – doch der wahre Sehnsuchtsort wartet eine breite, halbrunde Treppe weiter oben: die 360° Bar.

Der Chef rät ihr zu einer dreimonatigen Bartender Ausbildung in Spanien. Nach ihrer Rückkehr muss sie sich den Platz hinter dem Tresen trotzdem erst erkämpfen – und sich dort Abend für Abend behaupten. Irgendwann erkennt auch ihr Vorgesetzter das Potential seiner Mitarbeiterin – aus fordern wird fördern. Er unterstützt sie bei der Teilnahme an Wettbewerben, gibt Feedback zu ihren Cocktailkreationen und teilt seine Erfahrungen. Fleiß und Mühe zahlen sich aus.

KOMPETENZ STATT MÄDCHENBONUS

„Ich will und brauche keinen Mädchenbonus.“ Doch als Kompetenz hinter dem Tresen ernst genommen zu werden, ist als zierliche Frau noch immer eine Gratwanderung. 1/54 heißt ein weiterer Linh-Cocktail. Bitter-süße Aromen dominieren. „Darin habe ich Eigenschaften verarbeitet, die andere mir zuschreiben. Ich werde entweder schnell als süß oder garstig wahrgenommen.“

Vielleicht ist es aber auch der weibliche Blick, der einen neuen Zugang zu Aromen eröffnet. Denn Sensorik und Geschmack basieren auf einer Fülle unterschiedlichster Aspekte. „Licht, Klima, Farben, Geräusche oder Musik formen meine Wahrnehmung beim Trinken. Da passiert ganz viel im Unterbewusstsein.“ Ein Cuba Libre wird mit gleichem Rezept und Zutaten in Kuba trotzdem anders schmecken als in Deutschland. „Stell Dir umgekehrt vor, Du trinkst einen Glühwein in der Karibik, statt auf einem Weihnachtsmarkt – schmeckt sofort anders.“ Sich derartige Details bewusst zu machen, hilft bei der Entwicklung neuer Rezepturen. Sogar zwischenmenschliche Erfahrungen können dabei mitmischen. „Das ist wie beim Schreiben von einem Lied. Damit können auch Emotionen transportiert werden – genauso geht's bei einem guten Drink.“ ▶

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 INTERNET 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

Internet: www.dehoga-bayern.de

JETZT MITGLIED WERDEN UND VOM NETZWERK DES DEHOGA BAYERN PROFITIEREN!

PASSION FÜR DEN JOB – MIT ALL SEINEN MACKEN

Wie steht sie heute zu ihrem Beruf? „Man muss darin verliebt sein, wie in eine Familie, auch wenn es mal nervt. Sonst ist diese Leidenschaft nicht möglich. Ich hasse zum Beispiel Gläser spülen, aber es gehört dazu. Liebe wächst und entwickelt sich, sie erfordert Arbeit und muss gepflegt werden. So ist es auch im Beruf.“

Standardsätze hat sie abgeschafft. Sie möchte lieber einen authentischen, sympathischen Umgang mit ihren Gästen pflegen. „Was möchten Sie bestellen? Diese Frage stelle ich nicht.“ Ebenso persönlich, wie professionell

hören Barbesucher von ihr eher etwas wie „Kann es sein, dass Sie Lust auf einen Tequila haben?“ Oder die Bestellung beginnt mit einem Gespräch: „Waren Sie schon einmal in Schottland?“ Sie erspürt, zu welcher Aromen-Reise ihre Gäste bereit sind. Wer will sich eher an einem Margarita festhalten? Und wer hat Lust auf etwas komplett Neues? Wichtig dabei: Sicherheit ausstrahlen, zuhören können und mit viel Empathie reagieren.

GASTRONOMIE: RAUS AUS DEM HAMSTERRAD

„Das Tolle an der Gastronomie ist: Du bekommst sofort ein Feedback vom Gast. Diese hohe Resonanz ist eine unglaubliche

Bereicherung für mich.“ Den Bonus wollte sie auch Köchen ihres Teams zukommen lassen, die Rückmeldungen sonst nur über Servicemitarbeiter erhalten. „Wer ist der Mann hinter dem Brokkoli? Das wollte ich Gästen zeigen.“ Ihre Köche waren zunächst erschrocken, angesichts so viel Aufmerksamkeit. Doch Linh blieb unbeirrt. „Ich gebe Menschen gerne die Chance, sich ihre Wertschätzung abzuholen.“ Statt sturem Abarbeiten von Bestellungen sind es diese Momente, die Gastronomiemitarbeitern den Wert ihrer Arbeit zeigen. Linh ist überzeugt: „Es braucht mehr Sozialkompetenz von Führungskräften in der Gastronomie.“ Denn nur wer Wertschätzung vermittelt, kann sein Team auch für die Arbeit begeistern. „Sonst steckt man die ganze Zeit bloß in einem Hamsterrad.“ Was dabei hilft? „Sozialkompetenz sollte bereits in der Ausbildung von Gastronomen stärker vermittelt werden. Empathie für die Mitarbeiter ist enorm wichtig. Es ist ein Mensch-zu-Mensch-Business, da sollte auch der Blick geschult werden für die Personen in der Küche oder an der Bar.“ Und natürlich: Mehr Frauen täten der Branche gut – nicht nur im Service.

NACHWUCHSFÖRDERUNG – IHR HERZENSPROJEKT

„Next Level Bartending“ heißt ihr neues Projekt zur Nachwuchsförderung. Gezeigt werden soll aber nicht nur, wie gute Cocktails entstehen. Vielmehr steht das „große Ganze“ bei der Tätigkeit als Bartender im Vordergrund. Dazu zählen auch der Umgang mit dem Gast oder das Beschwerdemanagement. Linh hat genug Energie für mehrere Projekte auf einmal. So arbeitet sie auch an der Vermarktung ihrer erfolgreichsten Rezepte als „Bottled Cocktails“. Ende 2023 sollen diese „Signature Cocktails“ für alle Interessierten erhältlich sein. Zudem wird sie im August selbst einen Cocktail-Wettbewerb in München moderieren. Der „Lady Amarena Deutschland“ kürt am 7. August 2023 die beste Bartenderin Deutschlands. ☺





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



GASTBEITRAG VON ISABELLA HREN,
VORSTAND DER BAYERISCHEN GASTGEBER AG UND GESCHÄFTSFÜHRERIN DER BTG

Die Glücksmanager

Isabella Hren, Vorstand der Bayerischen Gastgeber AG und Geschäftsführerin der BTG, über Berufshingabe, Gästeverblüffer und wie man Glück üben kann.

Das Gastgewerbe übt eine große Faszination auf Menschen aus, eine Vielzahl verspürt Leidenschaft und Hingabe für diese Kultur, unabhängig davon, ob man selbst im Gewerbe tätig ist oder es als Gast genießt. Diese dynamische Branche bietet viele aufregende Karrieremöglichkeiten und ist immer in Bewegung.

Befragt man ChatGPT zu den Begriffen „Leidenschaft“ und „Gastgewerbe“ erhält man zuerst Informationen über: gute Arbeitsethik, Kundenorientierung, das Bemühen, ein hervorragendes Kundenerlebnis zu schaffen, Anpassungsfähigkeit sowie gute zwischenmenschliche Fähigkeiten, um effektiv mit Mitarbeitern und Kunden zu kommunizieren. Auch diese Informationen sind zu finden: „Es ist eine Branche, die sich ständig weiterentwickelt und sich den Bedürfnissen sowie Wünschen der Kunden anpasst.“ „Eine Karriere im Gastgewerbe kann sehr lohnend sein, sowohl persönlich als auch finanziell.“ Und „Es gibt viele Möglichkeiten, in dieser Branche zu wachsen und sich zu entwickeln, sei es durch Weiterbildung, Schulungen oder Erfahrung.“ Es klingt ein wenig, wie eine Liebeserklärung an den Berufsstand – und es ist viel Wahres dran, denn die Bereitschaft zur Selbstreflexion ist die Voraussetzung für Weiterentwicklung und Veränderung.

Im Aus- und Weiterbildungsbereich der Bayern Tourist GmbH (BTG) trägt die Servicegesellschaft des DEHOGA Bayern dem hohen Bedarf in den Betrieben Rechnung: mit über 100 offenen Seminartagen in Präsenz und zahlreichen weiteren Web-Seminaren.

NEUE AUFLAGE DES SEMINAR-MAGAZINS „ERFOLG & ZUKUNFT“

Aktuell arbeitet die BTG an der 2. Auflage des Seminar-Magazins, welches erneut die Kernthemen der Branche aufgreift. Darunter finden sich die Themen: Mitarbeiter (finden und binden), Betrieb (optimieren und wachsen), Gäste (gewinnen und begeistern), Vorschriften (kennen und umsetzen), Gründer (planen und durchstarten) sowie Digitalisierung (nutzen und profitieren). Referenten, Branchenprofis, Kooperationspartner und Praxiserfahrungen der gastgewerblichen Unternehmen bündeln das Know-how und „servieren“ dieses im Magazin in Form von Artikeln, Interviews sowie Best-Practice-Beispielen. Alle Themen und Inhalte finden sich ebenfalls im Aus- und Weiterbildungsangebot der BTG.

Mit dem Gründer und CEO von Rolling Pin Jürgen Pichler beispielsweise haben wir uns zum Recruiting 3.0 ausgetauscht: Zur Sprache kommt hier, welche Fehler immer noch häufig vorkommen, die es unbedingt zu

vermeiden gilt und mit welchen Stellschrauben erwiesenermaßen Erfolge erzielt werden. Sind Mitarbeitende erst einmal gefunden, gewinnt der Onboarding-Prozess sowie die Denkhaltung der Führung weiter maßgeblich an Bedeutung. Neben professionellen Strukturen, die mittlerweile als Basis vorausgesetzt werden, sehen es erfolgreiche Betriebe als ihre Aufgabe, ihrem Team Möglichkeitsräume aufzuzeigen und bedienen den Spaßfaktor bei der Arbeit, von denen wir in der Branche genügend zu bieten haben. Glück kann aktiv gefördert werden, nicht nur bei den Gästen, beispielsweise in sinnstiftenden sowie -gebenden Aufgaben und Kommunikation. Glück kann man also üben in dem man Achtsamkeit fördert und den Blick darauf richtet zu „sehen was ist“ und nicht, was fehlt.


Mit der Digitalisierung, die in so vielen Bereichen unumgänglich, wichtig und richtig ist, steigt die Bedeutung der Qualität von persönlichen Begegnungen. Begegnungen werden also weniger, die Sehnsucht danach steigt und die Chance zu überzeugen beziehungsweise zu begeistern, mit einfachen Kleinigkeiten, geht damit einher. Das gilt für Mitarbeiter und Gäste gleichermaßen.

Im Gespräch mit Vorzeigeunternehmern wird klar, dass es auch auf die Differenzierung ankommt und darauf, sich permanent selbst zu reflektieren. „Was können wir gut, was passt zu uns?“ – damit befassen sich Gastronomen und Hoteliers keinesfalls nur bei der Gründung ihres Betriebs. Diese Fragen müssen in steter Regelmäßigkeit geprüft und zeitgemäß beantwortet werden. In der neuen Auflage des Seminarmagazins der BTG spricht Daniela A. Ben Said, Beraterin und Coach, in diesem Zusammenhang über Kundenverblüffer, Gästewünsche und darüber, wie es gelingen kann, in den Köpfen der Gäste zu bleiben.

Denn die Reiseleidenschaft ist ungebrochen – das bestätigt auch die BayTM (Bayern Tourismus Marketing GmbH) und gibt einen Ausblick auf das Reisen in Bayern der Zukunft sowie eine Perspektive auf die Erwartungen und Entwicklungen. Dabei rücken regionale Kooperationen und Nachhaltigkeit weiter in den Fokus. „Das Dorf und wir“ ist beispielsweise der Titel einer Weiterbildung, die aufzeigt, wie regionale Kooperationen nachhaltig gelebt und gewinnbringend genutzt werden können.

Mit Buchautorin und GreenSign Gründerin Suzann Heinemann geht es im Talk und in den angebotenen Seminaren unter anderem um die Erfolgskombination aus „Nachhaltigkeit und Wachstum“. Die Leser erfahren, wie diese gelingen kann und warum sich diese Begriffe keinesfalls ausschließen, sondern sich meist sogar bedingen.

MAGAZIN KOSTENFREI ANFORDERN

Weitere interessante Themen wie kleine Mosaiksteine auf dem Weg in die erfolgreiche Zukunft finden Sie im neuen Weiterbildungsmagazin Nr. 2 „Erfolg & Zukunft“. Fordern Sie Ihr Magazin kostenfrei per E-Mail an: konferenz@btg-service.de 

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
- Mystery Checks: der Plus-Check vom Profi für Hotels und Gastronomie

IM GESPRÄCH MIT PROF. DR. KLAUS HURRELMANN,
SENIOR PROFESSOR OF PUBLIC HEALTH AND EDUCATION, HERTIE SCHOOL BERLIN

Flexibilität und Leidenschaft zur Gewinnung und Bindung junger Mitarbeiter

Wer ist die Generation Z, von der alle sprechen und was macht sie so besonders? Prof. Dr. Klaus Hurrelmann, Bildungs-, Gesundheits- und Sozialwissenschaftler, beschäftigt sich intensiv mit dem Bereich der Gesundheits- und Bildungspolitik, Bildungssystemen und der Gesellschaft. Mit mehr als fünfzig Jahren Erfahrung als Forscher und Wissenschaftler erklärt der Professor an der Hertie School in Berlin im Gespräch mit *Gastgeber Bayern*, warum die Generation Z so tickt, wie sie tickt, welchen Fokus sie im Arbeitsleben setzt und was das aus Unternehmenssicht für das Arbeiten von morgen bedeutet.

Herr Professor Hurrelmann, Sie haben schon viel über die Generation Z und den damit neuen Verhaltensmustern auf dem Arbeitsmarkt geforscht. Was ist für Sie der größte Unterschied dieser Generation im Vergleich zu den vorherigen?

Wir bezeichnen die unter 25-jährigen jungen Menschen als Generation Z. Sie sind kurz vor oder nach der Jahrtausendwende geboren worden und finden seitdem eine Lebenssituation mit vielen Krisen und neuen Herausforderungen vor: Klimakrise, die große Pandemie, danach ein Krieg direkt in Europa, welcher wirtschaftliche, soziale und ethische Folgen mit sich bringt. Das ist alles wirklich starker Tobak für die Psyche. Zum Glück haben diese jungen Menschen schon früh ein Bewusstsein für ein (mental) gesundes Leben entwickelt und fordern das von einem Arbeitgeber auch ein. Die Bedin-

gungen auf dem Arbeitsmarkt stehen für sie aufgrund der demografischen Verhältnisse günstig, sodass ihre Chancen gegenüber den vorherigen Jahrgängen besser stehen. Die jungen Leute müssen nicht mehr zittern, um in Ausbildung und Beruf hineinzukommen.

Manchmal herrscht das Klischee vor, dass diese Generation sich auf ihren guten Chancen ausruht und (zu) viele Forderungen stellt. Was würden Sie als Wissenschaftler darauf entgegen?

Es gibt eindeutige Studien, die erklären und bestätigen, warum die jungen Leute mehrheitlich so denken und handeln, wie sie das tun. Sie sind großgeworden in einer Situation, in welcher nicht klar ist, wie es



weitergeht. Das macht Angst, deswegen sind viele jungen Leute sehr vorsichtig und im Vergleich zu Älteren sehr viel stärker auf ihre Gesundheit bedacht. Es mag auch sein, dass die Elternhäuser sie verwöhnt haben. Die Generation Z wünscht sich einen Arbeitsplatz, der sie nicht überfordert – also auf die gesundheitliche Belastung Rücksicht

nimmt. Die Marktmacht der jungen Leute ist sehr groß, sodass sie ihre Bedürfnisse, Wünsche und auch ihre Mentalität direkt am Arbeitsplatz durchsetzen können. Das ist neu und birgt natürlich Konfliktpotenzial. Das ist aber keine Faulheit und darf auch nicht als mangelnde Motivation zu arbeiten verstanden werden.

Arbeitsmotivation ist das Stichwort: Sie haben in einem Zeitungsartikel geschrieben, wer denn eigentlich festlege, dass man nur dann nicht als faul gelte, wenn man mindestens 60 Stunden die Woche arbeitet. Aber eigentlich hat Produktivität ja nichts mit der verbrachten Zeit bei der Arbeit zu tun, oder?

Die meisten jungen Leute wägen heute viel mehr als die Generationen davor ab, wie viel sie in den Beruf investieren möchten – und vor allem warum. Der ideelle Gewinn spielt eine große Rolle, denn neben Spaß und Erfüllung geht es vielen jungen Arbeitnehmern um eine sinnvolle Tätigkeit. Darüber hinaus ist natürlich der Faktor Geld ebenfalls ausschlaggebend. Gerade der Blick auf die Pandemie und die damit verbundene Lebenserfahrung in einer verhältnismäßig kurzen Zeit hat jungen Menschen gezeigt, wie wertvoll eine gesunde Lebenssituation ist. Dieses Verständnis wird ganz weit nach oben auf die Liste der Bedingungen für eine Arbeitsstelle gesetzt – und sicherlich überschreiten sie dabei manchmal auch gewisse Regeln, wie etwa die traditionelle Zurückhaltung, die als Novize am Arbeitsplatz eigentlich gilt. Man darf auch nicht vergessen, dass die Inflation gerade auch bei den jungen Leuten zuschlägt. Sie wissen genau, dass sie von einem Gehalt heutzutage keine riesigen Sprünge mehr machen können – das war bei ihren Eltern und Großeltern meist ganz anders. Das ist im Übrigen auch ein ganz zentraler Faktor, den viele junge Arbeitnehmer angeben: Was bringt es mir, intensiv zu arbeiten, wenn ich von dem Lohn am Ende auch mit Überstunden noch immer nicht so leben kann, wie es meine Eltern und Großeltern konnten?

Das wird insbesondere dann spannend, wenn ein Betrieb auch viele langjährige, erfahrene Mitarbeiter hat, die auch eine andere Einstellung zu ihrer Arbeit haben ... ▶



Prof. Hurrelmann: Absolut, das ist kritisch und Unternehmen müssen hierbei auch wirklich aufpassen. Es müssen Regeln und Vereinbarungen mit den jungen Leuten getroffen werden, die selbstverständlich auch für alle anderen Mitarbeiter gelten. Sonst gibt es starke Spannungen im Unternehmen. Und das geht von der Arbeitszeit über die Arbeitsaufgaben bis hin zur Entlohnung.

Was würden Sie Unternehmen raten, wie man für junge Menschen attraktive Anreize schafft, jenseits der Arbeitszeit und der Entlohnung? Gerade bei Angeboten zum betrieblichen Gesundheitsmanagement mit Fokus auf die mentale Gesundheit hat sich in den letzten Jahren enorm viel verändert.

Das muss ein Unternehmen ausprobieren, dafür gibt es leider keine pauschale Lösung. Die Angebote müssen für alle Altersgruppen und auch Geschlechter als attraktiv empfunden werden. Was sich als hilfreich erwiesen hat, sind vor allem gemischte Teams, um die Stärken und Schwächen der einzelnen Mitglieder und unterschiedlichen Generationen auszugleichen. Beispielsweise können langjährige Mitarbeiter zeigen, warum das Pflichtgefühl und das Durchhalten bei einer langweiligen Aufgabe von Bedeutung ist. Und die Jungen können zeigen, an welcher Stelle das vielleicht gar nicht benötigt wird, da Abläufe beispielsweise dank digitaler Lösungen optimiert werden können. Generell profitieren Unternehmen vom digitalen Wissen der jüngeren Arbeitnehmer und sollten sie in ihre Umstrukturierungsprozesse einbinden – das stärkt das Vertrauen und die Bindung beider Seiten. Insbesondere junge Frauen haben heute einen guten bis

sehr guten Abschluss und möchten dementsprechend auch etwas bewegen. Wenn ein Unternehmen darauf achtet und Frauen eine angemessene Rolle bereitstellt, hat es sehr gute Chancen, wettbewerbsfähig und attraktiv für die Generation Z zu bleiben.

Eine provokant gestellte Frage: Würden Sie sagen, dass die Generation Z durchaus auch eine Leidenschaft für den Beruf entwickeln kann, wenn sie merkt, dass diese Sinn ergibt?

Auf jeden Fall! Ein Arbeitsplatz mit einem guten Betriebsklima lädt jeden Arbeitnehmer – egal ob jung oder alt – ein, die persönlichen Eigenschaften einzubringen. Und das ist der jüngeren Generation eben sehr wichtig. Auch regelmäßiges Feedback von den Personen um sie herum – gerne auch in flachen Hierarchien geordnet – ist gewünscht. Dann entwickeln auch jüngere Arbeitnehmer ein verbindliches Gefühl zu ihrem Beruf und ihrer Arbeitsstätte und damit auch im besten Falle eine wirkliche Leidenschaft.

Welche Herausforderungen, aber auch welche Chancen sehen Sie für die Hotellerie und Gastronomie, um für die Generation Z interessanter zu werden?

Zunächst einmal wirken die Arbeitszeiten für die jungen Menschen sicherlich ungewöhnlich. Die Betriebe müssen versuchen, den jungen Leuten deutlich zu machen, warum diese Arbeitszeiten notwendig sind und welche Alternativen geboten werden können. Was können wir verändern und gelangen wir gemeinsam zu einer Lösung?



ZUR PERSON

Klaus Hurrelmann wurde 1944 geboren und studierte an den Universitäten in Münster, Freiburg und Berkeley (USA) Soziologie, Psychologie und Pädagogik. Nach seiner Promotion habilitierte er sich 1975 zum Thema „Erziehungssystem und Gesellschaft“ an der Universität Bielefeld. Als Gründungsdekan der ersten Fakultät für Gesundheitswissenschaften in Deutschland legte Hurrelmann den Fokus auf Bildungssysteme und Gesellschaft. Im Auftrag der Weltgesundheitsorganisation (WHO) koordinierte er zahlreiche Forschungsbeiträge über einen Zeitraum von mehr als zehn Jahren zur europaweiten Studie „Health Behaviour in School-aged Children“. Seit 2009 ist Klaus Hurrelmann Professor für Public Health and Education an der Hertie School of Governance in Berlin und wurde neben zahlreichen anderen Awards auch für sein Lebenswerk ausgezeichnet.

Das sind sicherlich einige intensive Gespräche, die geführt werden müssen, aber die Branche zeichnet sich ja gerade im Hinblick auf ihre Flexibilität und Leidenschaft als so besonders aus. Dadurch entstehen nicht nur produktive Arbeitsplätze, sondern auch eine gemeinschaftliche Atmosphäre. Natürlich ist ein angemessenes Gehalt unabdingbar, aber auch über das Trinkgeld geht natürlich viel – auch das macht viele Arbeitnehmer zufrieden. Dadurch wird auch der Sinn hinter der Arbeit im Gastgewerbe erfüllt: Den Gast zufrieden zu machen – und das macht sowohl Arbeitgeber, als auch Arbeitnehmer glücklich. ☺

Das Interview führte Julia Schiffer.



**Für besonders
erfrischende
Momente!**

**Entdecke
die Sinalco
Geschmacks-
vielfalt.**



**Oder willst
du weitermachen
wie bisher?**



DAS BESTMÖGLICHE ZUSAMMENSPIEL VON UNTERNEHMEN UND STEUERBERATER

Eine Partnerschaft auf Augenhöhe

Die Zusammenarbeit von Hotel- und Gastronomiebetrieben mit dem Steuerberater kann auf sehr unterschiedliche Weise erfolgen: Die Bandbreite reicht von der unsortierten Belegsammlung bis zum digitalen teilautomatisierten Datenaustausch mit vorkontierten Buchungssätzen. Leider sind viele digitale Prozesse noch nicht überall etabliert und der Ablauf gerät ins Stocken – dementsprechend häufig ist die Endabrechnung aufgrund des Mehraufwands höher.



Karin Maurer und Dr. Peter Leidel von der Kanzlei Leidel & Partner stehen Mitgliedsunternehmen des DEHOGA Bayern als kompetenter Beistand zur Seite.

Unternehmens. Zusätzlich hat er in der selben Auswertung statistische Kennzahlen zu der erzielten Beherbergung, der Betten- und Zimmerauslastung, der Gästeankünfte und Aufenthaltsdauer, gegebenenfalls dem Umsatz pro Zimmer bzw. dem Umsatz je Sitzplatz zur Verfügung.

VORTEILE EINER DIGITALISIERTEN ZUSAMMENARBEIT

Das Unternehmen (oder der jeweilige Steuerberater) kann mithilfe des verwendeten Programms dann daraus beispielsweise die Kapitaldienstfähigkeit des Betriebs ableiten, Entscheidungshilfen bieten, ob eine neue Ausstattung gekauft oder geleast werden soll und auch die Kostenpositionen im Branchenvergleich sehen. Noch wichtiger als die vergangenheitsorientierten sind die vorausschauenden Auswertungen für einen Betrieb. Ein Hotelbetrieb verfügt mithilfe seiner Hotel-Software in der Regel über eine Auslastungsplanung, hat häufig aber keinen

Doch wie lassen sich nun exaktere betriebswirtschaftliche Auswertungen bei gleichzeitiger Kosteneinsparung beim Steuerberater bewerkstelligen? Verständlicherweise ist der Arbeitsaufwand beim Steuerberater – und damit die Kosten beim Auftraggeber – aufgrund von unsortierten, analogen Belegsammlungen ungleich höher als bei einer großteils automatisierten Übermittlung der Daten. Nicht nur für die Bank benötigt der Hotelier exakte

betriebswirtschaftliche Auswertungen, die das Monatsergebnis periodengerecht wiedergeben. Wenn mit einem Branchenkontenrahmen gebucht wird erhält der Hotelier aus seiner Buchführung, die die tatsächliche Leistung seines Hotels im Zeitraum widerspiegelt, entscheidungsrelevante Informationen. Dazu gehören die Zusammensetzung des Umsatzes, den Speisen- sowie Getränke-Rohaufschlag, die Kostenanteile am Umsatz, das GOP (zu deutsch: Betriebsergebnis) sowie die statistischen Kennzahlen seines

genauen Überblick über Auszahlungen, die in den nächsten Wochen und Monaten fällig werden. An dieser Stelle kann der Steuerberater mit einer monatlichen Liquiditätsplanung Klarheit darüber verschaffen, ob Bankgespräche erforderlich sind oder ob zusätzliche Privatentnahmen möglich sind.

VORTEILE FÜR DIE BETRIEBE

Darüber hinaus trägt die exaktere Verbuchung von Geschäftsvorfällen auch zur Vermeidung von Angriffspunkten bei steuerlichen Betriebsprüfungen bei. Betriebsprüfer in Hotelleriebetrieben lassen sich regelmäßig auch die Auswertungen der Hotel-Software sowie den Registrierkassen geben und verproben damit die gebuchten Erlöse. Wurden diese Erlöse über die elektronische Schnittstelle der Software zum Steuerberater überspielt, kann es hierbei keine Differenzen mehr geben und etwaige Probleme schon im Vorhinein vermieden werden.

Bei gastronomischen Betrieben ist die Richtsatzverprobung ein noch immer wichtiges Instrument der Betriebsprüfung, um die Vergleichbarkeit des Roh- und Reingewinns innerhalb der Branche zu prüfen. Durch die differenzierte Verbuchung des Wareneinsatzes und des Umsatzes sowie die laufende Kontrolle in der betriebswirtschaftlichen

Auswertung lassen sich Abweichungen im Zeitablauf oder im Vergleich zur Branche schnell erkennen und auf ihre Ursachen hin überprüfen.

Auch zur allgemeinen Problemvermeidung im Rahmen von Lohnsteuer- und Sozialversicherungs- sowie Zollprüfungen ist die Einführung eines digitalen Zeiterfassungssystems zu empfehlen. Nicht nur die Arbeitszeiten der einzelnen Mitarbeiter sind so gesichert, auch die Verknüpfung über Schnittstellen in das Lohnprogramm des Steuerberaters hilft einem Unternehmen, das Tagesgeschäft und gleichzeitig die Buchhaltung unkompliziert und sauberen zu gestalten.

WELCHE VORAUSSETZUNGEN SIND NÖTIG?

Um nun von den gesamten Vorteilen einer engen Zusammenarbeit von Unternehmen und Steuerberater zu profitieren, müssen einige Voraussetzungen geschaffen werden. Ein wesentlicher Punkt ist dabei die Nutzung elektronischer Schnittstellen zwischen der Software des Hotellerie- oder Gastronomiebetriebes sowie der Software des Steuerberaters. So wird gesichert, dass die Daten, die elektronisch auf die zutreffenden Konten der Finanzbuchführung eingespielt werden, Erfassungsaufwand und -fehler ausschließen.

ZAHLREICHE VORTEILE ORGANISierter DATENÜBERMITTLUNG

Ein gut organisierter und zeitnaher Belegtransfer zum eigenen Steuerberater gewährleistet bessere und schnellere Informationen zur Aufbereitung betrieblicher Entscheidungen und ermöglicht eine zeitnahe Jahresabschlussstellung. So wird schon im Vorfeld Stress bei Betriebsprüfungen vermieden. Ein reibungsloser Prozess im Datenfluss zum Steuerberater sorgt schließlich auch für geringere Steuerberatungsgebühren – eine willkommene Abwechslung in Zeiten steigender Preise.

Dr. Peter Leidel WP, StB, RB
Karin Maurer, StBin
Leidel & Partner

Kompetenter steuerlicher und rechtlicher Beistand

Als Kompetenz-Partner des DEHOGA Bayern steht die Kanzlei Leidel & Partner für die Beratung und Vertretung der Mitgliedsunternehmen rund um die Themen Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung und Rechtsberatung zu Verfügung. Weitere Informationen erhalten Interessierte im Internet unter www.leidel.de.

Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten



AKTUELLE TERMINE DES STAATSMINISTERIUMS

15. - 16. Juni 2023: Symposium für Feines Essen und Trinken
(Beteiligung des Staatsministeriums mit Geprüfter Qualität – Bayern und dem Bayerischen Bio-Siegel)

29. Juli - 4. August 2023: BR-Radltour
(Beteiligung des Staatsministeriums mit dem Bayerischen Streuobstpakt)

PRAXISTIPP VOM RECHTSANWALT

Generationenwechsel – eine ganz besondere Aufgabe

Viele Hotel- und Gaststättenbetriebe wurden über Jahrzehnte, gar Generationen, mit Leidenschaft und Fleiß aufgebaut. Doch wenn der Generationenwechsel ansteht, folgt die Verdrängung. Dabei sollte die Nachfolge zu Lebzeiten ebenfalls so leidenschaftlich gestaltet werden wie der Aufbau des familiären Betriebs.

Doch was ist bei der Übergabe eines Betriebs von der älteren zur jüngeren Generation zu beachten?

Der Aufbau eines Betriebes ist durch Mut, Visionen und Hartnäckigkeit geprägt. Geht es nun an die Übertragung an die jüngere Generation, verschließen sich viele dieser Aufgabe. Dabei handelt es sich um eine besondere Verantwortung, dem beziehungsweise den Nachkommen die richtigen Weichen

zu stellen – nicht zuletzt zur Sicherung des eigenen Lebenswerks und der Existenz der Folgegenerationen.

INDIVIDUELLE LÖSUNGEN BEI REGULARIEN SIND GEFRAGT

Bei der Übertragung eines Unternehmens ist eine Vielzahl von Regelungen zu beachten, die sowohl das Gesellschafts-, Erb- sowie das Steuerrecht betreffen. Dabei handelt es sich um eine sowohl fachliche als auch menschliche Herausforderung in gleichem Maße. Daher sollte ein Unternehmen nicht auf vorgegebene Standardregularien zurückgreifen, sondern maßgeschneiderter Lösungen mit dem zuständigen Rechtsanwalt ausarbeiten.

PROBLEME ERKENNEN, BEVOR SIE ENTSTEHEN

Bei der Gestaltung eines Regelwerks ist darauf zu achten, dass neben der juristischen Wirksamkeit auch die Bedürfnisse der Personen und ihrer individuellen Lebensumstände beachtet werden. Bereits vor dem Ausscheiden der aktuellen Geschäftsführung kann es sinnvoll sein, einen Nachfolger – sei es aus der Familie oder einen externen Dritten – aufzunehmen. Dabei sollten



**Kompetente Rechtsberatung
für DEHOGA Bayern-Mitglieder**

Die Kanzlei Cramer Bender Rechtsanwälte Partnerschaftsgesellschaft mbB ist Kompetenz-Partner des DEHOGA Bayern und steht Mitgliedsunternehmen als lösungsorientierter Ansprechpartner bei rechtlichen Fragen und Problemen zur Verfügung. Weitere Informationen erhalten Interessierte im Internet unter www.cramerbender.de.

klassische Konfliktsituationen erkannt und bereits zu Lebzeiten eine zufriedenstellende Lösung für alle Beteiligten erarbeitet werden. Doch was passiert, wenn es zwischen zwei Nachfolgern, die gleichberechtigt sind, zu Meinungsverschieden kommt? Für diesen Fall muss eine „Selbstblockade“ durch ein Stimmenpatt unbedingt vermieden werden. Bestehende Gesellschaftsverträge sollten ebenfalls überprüft und angepasst werden, um die gewünschte Übertragung zu ermöglichen, sodass die Nachfolge nicht ins Leere läuft.

**RA Dr. Matthias Bender LL.M.,
Kanzlei Cramer Bender Rechtsanwälte**



100-JÄHRIGE EXPERTISE FÜR HOTELEINRICHTUNGEN

Tradition, Innovation und Familie seit 1923



Authentisch und voller Tatendrang: Die vierte Generation der Geschäftsführung steht bei den Schusters bereits in den Startlöchern.

Showroom vereint und bieten ein Forum für Innovationen, Trends und nachhaltige Produktionswege.

Schuster Hoteleinrichtungen bietet ihren Kunden ein breites Spektrum an Leistungen. Neben der Beratung und Planung von individuellen Einrichtungskonzepten in eigener Planung und Innenarchitektur bietet Schuster auch die Produktion der Möbel und die Montage vor Ort an. Interessierte können sich im großen Showroom vom Lobbybereich mit Rezeption über die Zimmer mit Bad, wobei die Sanitärbereiche mit langjährigen Partner umgesetzt werden, bis hin zum Frühstücksraum inspirieren lassen.

Das Familienunternehmen Schuster Hoteleinrichtungen aus Bernau am Chiemsee blickt auf eine 100-jährige Tradition zurück und gehört zu den führenden Unternehmen in der Branche.

1923 von Schreinermeister Max Schuster gegründet und 1986 von Rudi Schuster Senior gemeinsam mit seinen fünf Brüdern übernommen, haben die Gebrüder Rudi und Michael Schuster die Geschichte seit 2000 in der dritten Generation weitergeschrieben. Mit Jonas Schuster steht nun bereits die vierte Generation in den Startlöchern.

Die Wurzeln der Familie liegen nicht nur in der Schreinerei, denn Michaels und Rudis Mutter kam aus der Hotellerie. Schuster hat also quasi die „Hotel-DNA“ im Blut. Das Unternehmen beschäftigt heute rund 90 Mitarbeiter und hat seinen Firmensitz in Bernau am Chiemsee. Hier werden Innenarchitektur, Planung, Produktion, Verwaltung und

„Eine Investition in die Hotelausstattung lässt die Bewertungen besser werden, die Auslastung steigern, reduziert Beschwerden und die Mitarbeiter sind zufriedener“ betont Geschäftsführer Michael Schuster. „Im Regelfall wird die Amortisierung in drei bis fünf Jahren erreicht“, so Schuster weiter. Das Familienunternehmen mit ausgewiesener Expertise für hochwertige Hoteleinrichtungen verbindet Tradition, Innovation und Familie und steht für durchdachte, praktische, optisch ansprechende und innovative Einrichtungskonzepte.

SHOWROOM IN BERNAU AM CHIEMSEE

Überzeugen Sie sich selbst von der Leidenschaft für Hoteleinrichtungen und der innovativen Arbeitsweise von Schuster Hoteleinrichtung bei einem Besuch im Objektforum in Bernau am Chiemsee.

ONLINE-SHOP WWW.BIRKENHOF-BRENNEREI.DE

TRADITIONELL
FEINE SPIRITUOSEN

holz fassgereift



Birkenhof
Brennerei



WEB-SEMINARE effizient und kostensparend

Jetzt auch digital: Hier werden aktuelle Themen und prägnante Inhalte vermittelt sowie Einheiten als Ergänzung zu den Präsenzseminaren angeboten. Die aktuellen WEB-SEMINARE entnehmen Sie bitte unserer Homepage: www.btg-service.de/web-seminare
Tool: ZOOM

PRÄSENZ-SEMINARE

JUNI

WOW-Effekte und Verblüffungsmomente schaffen	12.06.2023
Den Onboardingprozess erfolgreich gestalten – neue Mitarbeitende ans Unternehmen binden	13.06.2023
Spaß am Verkauf	14.06.2023
Mitarbeiterführung – Personalwesen Teil II	19.-20.06.2023
Mitarbeiterführung – Personalwesen Teil I	21.06.2023
Generation Y und Z – Pragmatische und zielorientierte Führung	26.06.2023
Kalkulation und Einsparungen	28.06.2023

JULI

Online-Vertrieb und -Marketing	03.07.2023
F&B Konzept – Workshop von der Idee bis zur Umsetzung	04.07.2023
Power Briefing	10.07.2023
Hilaritas – Die Kunst der heiteren Gelassenheit	11.07.2023
Persönlichkeitsentwicklung für Führungskräfte Teil I	13.07.2023
Prozessoptimierung in der Dienstleistung	17.07.2023
Zeit-/Selbstmanagement	18.07.2023
Body Language	19.07.2023
Quick & Clean – optimierte Housekeeping-Organisation	24.07.2023
Zielführende Kommunikation	25.07.2023
Start up – Tipps und Tricks	26.07.2023

SEPTEMBER

Aufzeichnungspflichten im Gastgewerbe	13.09.2023
---------------------------------------	------------

OKTOBER

Die nächste Betriebsprüfung kommt gewiss!	05.10.2023
Führungs-Akademie Teil III	09.-10.10.2023
Führungs-Akademie – Intensiv- und Praxistag	11.10.2023
Der Preis ist heiß	12.10.2023
Erfolgsfaktor Feedback-/Beschwerde-Management Basis	16.10.2023
Erfolgsfaktor Feedback-/Beschwerde-Management Fortgeschrittenenkurs	17.10.2023
Effizientere Prozesse durch Digitalisierung	18.10.2023
Einblick in die Vorschriften	19.10.2023
Gastgewerbliche Betriebswirtschaft Teil II	23.-24.10.2023
Gastgewerbliche Betriebswirtschaft Teil I	25.10.2023
Future Service Sells – Dienstleistung im Wandel	26.10.2023
Easy Leading	30.10.2023

Veranstaltungsort

Prinz-Ludwig-Palais
Türkenstraße 7
80333 München

Weitere Informationen unter

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

PAPSTAR BEGLEITET DEN KOMPLETTEN „LIFE CYCLE“ SEINER PRODUKTE, UM IHNEN NACH DEM GEBRAUCH ZU EINEM ZWEITEN LEBEN ZU VERHELFFEN

Zirkuläre Transformationsprozesse zur Bereitstellung von Sekundärrohstoffen

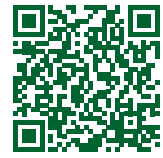
Der seit nunmehr über einem Jahrzehnt forcierten aktiven Unternehmenspolitik pro Umwelt und Nachhaltigkeit folgend, sieht sich PAPSTAR längst nicht mehr „nur“ als Vertriebsgesellschaft und somit In-Verkehr-Bringer von unter hygienischen und sicherheitstechnischen Aspekten wertvollen Einmalprodukten, sondern auch als Lösungsanbieter für eine grüne Zukunft.

Vor diesem Hintergrund sucht PAPSTAR im Rahmen der Sortimentsgestaltung ständig nach neuen Alternativen und Materialarten für sein Produkt-Portfolio in den Kategorien Einmalgeschirr und Serviceverpackungen, Tisch- und Raumdekoration sowie Einmalprodukte für Haushalt, Profiküche, Hygiene und Altenpflege.

Mit der Spin-Off-Gründung der PAPSTAR Solutions GmbH im April 2019 konnte das Geschäftsmodell frühzeitig in Richtung kreislauforientierter Stoffstrommanagement-Konzepte weiterentwickelt werden. „Im besten Fall schaffen wir zirkuläre Transformationsprozesse, die mit der Bereitstellung von verlässlichen Sekundärrohstoffen einhergehen und so auch auf lokale Klimaziele einzahlen“, so Bernd Born, Head of Media, Communication & Marketing bei der europaweit agierenden PAPSTAR GmbH mit Hauptsitz im nordrhein-westfälischen Kall.

Neben dem konsequenten Einsatz nachwachsender Rohstoffe wie Holz und Frischfaserkarton, Zuckerrohr, Palmblatt, Bambus, Mais(stärke) oder auch Agrarreste – auch im Hinblick auf vom Kunden gewünschte Produktentwicklungen – gehören nachhaltig zu Ende gedachte Verwertungskonzepte zum Leistungsspektrum der PAPSTAR Solutions GmbH, die exklusive Vertriebsrechte für Bio-Konverter der Marke „Oklin“ besitzt und individuell von der Warenversorgung bis zu umweltgerechten Entsorgungslösungen im Sinne moderner Wertschöpfungsketten berät.

Damit widmet sich PAPSTAR einem innovativen und zukunftsrelevanten Geschäftsfeld rund um geschlossene Wertstoffkreisläufe, das in dieser Konstellation in Deutschland einmalig ist und Maßstäbe setzt.



Wertstoffkreislauf I:
Zero Waste (mittels Bio-Konverter, organische Abfälle pflanzlicher Herkunft oder Einmalprodukte aus nachwachsenden Rohstoffen)



Wertstoffkreislauf II:
Maisbecher-Recycling



Wertstoffkreislauf III:
Pappbecher-Recycling



Berchtesgadener Land

Echt. Gut.

**AUCH IM GROSSGEBINDE: BIO-SPEISEQUARK
UND BIO-SCHLAGRAHM VON BERCHTESGADENER LAND**

NATÜRLICH WIRD MIT *Bio-Zutaten gebacken*

HERKUNFT BIO-MILCH – WO ANDERE URLAUB MACHEN

Für Bio-Rahm und Bio-Quark im 5 kg Eimer verarbeitet die Molkerei Berchtesgadener Land ausschließlich Bio-Milch von ihren 500 Naturland-Höfen der Alpenregion zwischen Watzmann und Zugspitze. Das sichert eine grasbasierte und damit besonders natürliche Fütterung der Kühe und beste Inhaltsstoffe für die Bio-Milchprodukte.

BIO-SPEISEQUARK: TRADITIONELLE VERARBEITUNG

Hergestellt mit dem traditionellen Separatorenverfahren ist der Bio-Quark von Berchtesgadener Land besonders kompakt und lässt sich sehr gut mit Flüssigkeiten wie Milch und Rahm mischen. Er eignet sich damit als ideale Basis für Käse-Sahne-Massen genauso wie für den klassischen Käsekuchen oder Topfenstrudel – erhältlich in der Magerstufe im 5 kg Eimer.

BIO-SCHLAGRAHM: CREMIGES TOPPING FÜR KAFFEE UND KUCHEN

Kurze Transportwege der Bio-Milch, hohe Gehalte an mehrfach ungesättigten Fettsäuren dank Grasfütterung und schonender Verarbeitung: Das ist die Basis für die besondere Berchtesgadener Land Schlagrahmqualität. Mit 32 Prozent Fett hergestellt lässt sich der Bio-Rahm ideal aufschlagen und bleibt besonders lange steif.

KONTAKT FÜR DEN GASTRO-VERKAUF:

Pirmin Gollinger
E-Mail: pirmin.gollinger@molkerei-bgl.de
Homepage: www.50jahrebio.de



GASTGEBER BAYERN

Das offizielle Fachorgan des
Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbandes
DEHOGA Bayern e. V.

IHR KONTAKT ZUM DEHOGA BAYERN

BEZIRKSGESCHÄFTSSTELLEN

Bezirksgeschäftsstelle Oberbayern

Türkenstraße 7
80333 München
Tel. +49 89 28760-15
Fax +49 89 28760-166
oberbayern@dehoga-bayern.de
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

Hohenzollernring 17
95444 Bayreuth
Tel. +49 921 56663
Fax +49 921 54364
oberfranken@dehoga-bayern.de
Bezirksgeschäftsführer: Günther Elfert

Bezirksgeschäftsstelle Mittelfranken

Am Plärrer 10
90429 Nürnberg
Tel. +49 911 262611
Fax +49 911 284930
mittelfranken@dehoga-bayern.de
Bezirksgeschäftsführer:
Dr. Gerhard Engelmann

Bezirksgeschäftsstelle Unterfranken

Schottenanger 6
97082 Würzburg
Tel. +49 931 412409
Fax +49 931 416656
unterfranken@dehoga-bayern.de
Bezirksgeschäftsführer: Michael Schwägerl

Bezirksgeschäftsstelle Schwaben

Nibelungenstr. 1
86152 Augsburg
Tel. +49 821 33714
Fax +49 821 35666
schwaben@dehoga-bayern.de
Bezirksgeschäftsführer: Jochen Deiring

LANDESGESCHÄFTSSTELLE

Prinz-Ludwig-Palais
Türkenstr. 7
80333 München
Tel +49 89 28760-0
Fax +49 89 28760-111
info@dehoga-bayern.de
Landesgeschäftsführer: Dr. Thomas Geppert

AUSSENDIENST



Reiner Hebermehl
Außendienstleiter | südl. Oberbayern & Schwaben
r.hebermehl@dehoga-bayern.de
Tel. +49 160 96981977



Christina Baumann
Mittelfranken & östl. Oberfranken
c.baumann@dehoga-bayern.de
Tel. +49 151 14847898



Michael Lauer
Unterfranken & westl. Oberfranken & westl. Mittelfranken
m.lauer@dehoga-bayern.de
Tel. +49 171 3032309



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

Herausgeber:

Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband
DEHOGA Bayern e.V.

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

PresseCompany GmbH
Kommunikationsagentur

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

Chefredaktion:

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

CvD:

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

Redaktion:

Melanie Walz (mw), Karolina Wojdyla (kw),
Sonja Mai (sm), Juliane Jerin (jj),
Verena Jäger (vj), Lena Jaunik (lj)

Gesamtanzeigenleitung:

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

Layout:

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

Druck & Versandanschrift für Beilagen:

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

Erscheinungsweise:

viermal im Jahr

Preis:

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

Urheber- und Verlagsrecht:

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen
Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich
geschützt. Mit Annahme des Manuskripts gehen
das Recht zur Veröffentlichung sowie das Recht zur
Übersetzung, zur Vergabe von Nachdruckrechten,
zur elektronischen Speicherung in Datenbanken,
zur Herstellung von Sonderdrucken, Fotokopien und
Mikrokopien an den Herausgeber über. Jede Ver-
wertung außerhalb der durch das Urheberrechtsgesetz
festgelegten Grenzen ist ohne Zustimmung des
Herausgebers unzulässig. In der unaufgeforderten
Zusendung von Beiträgen und Informationen an
den Herausgeber liegt das jederzeit widerrufliche
Einverständnis, die zugesandten Beiträge bzw.
Informationen in Datenbanken einzustellen, die vom
Herausgeber oder von mit diesem kooperierenden
Dritten geführt werden. Mit dem Namen des
Verfassers gekennzeichnete Beiträge stellen nicht
unbedingt die Meinung der Redaktion dar. Beiträge
in unserer Zeitschrift, in denen speziell Erzeugnisse
von Firmen besprochen werden, dienen lediglich der
Information unserer Leser, um sie über Neuheiten
auf diesem Gebiet aufzuklären. Eine 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 3. Quartal 2022:
15.790 Exemplare
Deutsche Post AG
Entgelt bezahlt



Auf einen Mai Tai mit...

... Kult-Eismacher Matthias Münz



*Mit-
machen &
gewinnen!*

Unter allen Lesern, die bis 15. Juli 2023 eine E-Mail mit dem Stichwort „Eis aus dem Wunderland“ an gewinnspiel@gastgeber.bayern schicken, werden drei Exemplare des gleichnamigen Buchs von Matthias Münz verlost. Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

M **ATTIAS, DU BIST ER-
FOLGREICHER UNTER-
NEHMER UND BEKANNT
ALS EXPERTE FÜR**

**VERRÜCKTE EISKREATIONEN. WAR DIES
SCHON IMMER DEINE LEIDENSCHAFT? WAS
HAT DICH DAZU INSPIRIERT, DEIN EIGENES
EISIMPERIUM AUFZUBAUEN?**

Als ich ein Kind war, konnte ich einfach nicht genug Eis bekommen. Ich war regelrecht besessen und genoss es, mehrere Kugeln zu essen. Obwohl ich die klassischen Eissorten wie Pistazie, Joghurt und Haselnuss bevorzugte, faszinierte mich auch die Vielfalt an Geschmacksrichtungen und die Kreativität, die bei der Herstellung von Eis möglich war. Meine Leidenschaft für Eis hatte ich immer noch als Erwachsener und ich begann, mich intensiver mit der Eisproduktion zu beschäftigen. Während meines Studiums hatte ich schließlich die Gelegenheit, im Rahmen meiner Bachelorarbeit ein Konzept für mein eigenes Eiscafé zu entwickeln. Dabei kam mir die Idee, ungewöhnliche und verrückte Eiskreationen zu produzieren und damit ein eigenes Unternehmen zu gründen. Ich war fasziniert von der Idee, das klassische Eis neu zu erfinden und neue Geschmacksrichtungen und Kombinationen auszuprobieren. Ich experimentierte mit verschiedenen Zutaten und Aromen und entwickelte schließlich meine eigene, einzigartige Eismarke. Die Kreation von verrückten Eissorten wurde zu meinem Markenzeichen und zog eine breite Fangemeinde an. Daher mein Name „der verrückte Eismacher“.

Ich liebe es, Menschen glücklich zu machen. Inspiriert wurde ich von der Idee, den Menschen ein besonderes und einzigartiges Erlebnis zu bieten und ein Lächeln ins Gesicht zu zaubern. Ich wollte, dass meine Kunden etwas Neues und Aufregendes probieren und ihren Geschmackssinn auf eine Reise ins Wunderland schicken. Es war mir immer wichtig, dass meine Eissorten nicht nur köstlich, sondern vor allem authentisch sind. Jede Sorte schmeckt genau nachdem, wie sie soll: Pistazie köstlich nach Pistazie, Weißwurst eben nach Weißwurst. Ob es der Kunde gut findet, darf er selbst entscheiden. Auf jeden

Fall bleibt es in Erinnerung und ist ein Erlebnis. Insgesamt war es die Kombination aus meiner Leidenschaft für Eis, meiner Kreativität und meinem Wunsch, Menschen glücklich zu machen, was mich dazu inspirierte, mein eigenes Eisunternehmen aufzubauen.

**WO SIEHST DU DIE GRÖSSTEN HERAUSFOR-
DERUNGEN, SOWOHL BEI DER GRÜNDUNG
ALS AUCH BEI DER FÜHRUNG EINES UNTER-
NEHMENS? WAS HAT DICH TROTZ MÖGLI-
CHEN HINDERNISSEN MOTIVIERT, DEINER
LEIDENSCHAFT NACHZUGEHEN?**

Die Gründung und Führung eines Unternehmens kann eine äußerst anspruchsvolle und herausfordernde Aufgabe sein. Als Gründer muss man hart arbeiten und bereit sein, Opfer zu bringen, um das Unternehmen zum Erfolg zu führen. Eine der größten Herausforderungen bei der Gründung ist es, das notwendige Kapital aufzubringen und das Unternehmen aufzubauen, was viel Zeit, Energie und Ressourcen erfordert. Als Inhaber einer Eisdiele wurde ich auch mit spezifischen Herausforderungen konfrontiert. Zum einen ist die Eissaison sehr wetterabhängig, was jedes Jahr erneut schwierig werden kann, insbesondere wenn das Wetter nicht mitspielt und weniger Kunden kommen. Während der Pandemie musste ich auch mit einem deutlichen Rückgang der Kunden rechnen, was eine enorme Belastung war. Doch trotz dieser Herausforderungen und Hindernisse habe ich mich nicht entmutigen lassen und meine Leidenschaft für die Eiskreationen hat mich immer weiter angetrieben.

Es gab nie einen Moment, in dem ich meine Entscheidungen in Frage stellte, ob ich das Richtige tue. Ich liebe meinen Job! Aber ich wusste, dass ich nur überleben und meine Ziele erreichen werde, wenn ich hart arbeite. Ich war bereit, viele Überstunden zu machen (in den ersten drei Jahren habe ich 17-20 Stunden pro Tag gearbeitet, sieben Tage die Woche) und meine Freizeit zu opfern, um sicherzustellen, stets das Beste zu geben und zu überleben. Ich habe hart daran gearbeitet, mein Team zu motivieren und zu führen und dafür gesorgt, dass die Eisdiele reibungslos läuft und unsere Kunden zufrieden sind. Ich habe auch versucht,

immer einen Schritt voraus zu sein, indem ich flexibel und anpassungsfähig auf kurzfristige Änderungen reagiert habe, sei es bei der Planung der Öffnungszeiten oder der Entwicklung neuer Eissorten. Ich wusste, dass es keine einfache Reise sein würde, aber ich war bereit, den Weg zu gehen und die Herausforderungen zu meistern, die sich mir in den Weg stellen würden. Und das hat mich immer motiviert, trotz aller Hindernisse und Herausforderungen, meiner Leidenschaft nachzugehen.

**DIE ENTWICKLUNG EINZIGARTIGER EIS-
SORTEN ERFORDERT VIEL KREATIVITÄT
UND EXPERIMENTIERFREUDIGKEIT. GIBT
ES ETWAS, WAS DICH BEI DIESEM PROZESS
BESONDERS INSPIRIERT?**

Die Entwicklung neuer und einzigartiger Eissorten erfordert in der Tat viel Kreativität und Experimentierfreudigkeit. Bei diesem Prozess gibt es viele Dinge, die mich inspirieren. Zum einen ist es wichtig, sich immer weiterzuentwickeln und an seinem Geschmack zu arbeiten, um immer neue und spannende Geschmackskombinationen zu kreieren. Ich höre auch immer auf die Wünsche meiner Kunden und versuche, ihre Vorlieben und Geschmäcker in meine Kreationen einzubeziehen. Eine wichtige Quelle der Inspiration sind für mich auch Reisen in Länder, vor allem Italien, wo Eis eine große Tradition hat und viele verschiedene Geschmacksrichtungen und Kreationen zu finden sind. Ich habe die Gelegenheit genutzt, verschiedene lokale Eisdiele zu besuchen und neue Ideen und Inspirationen zu sammeln. Dadurch konnte ich meine Rezepte immer wieder überarbeiten und perfektionieren. Ein weiterer wichtiger Faktor bei der Entwicklung neuer Eissorten ist die Qualität der Zutaten. Ich lege großen Wert darauf, nur die besten und hochwertigsten Zutaten zu verwenden, um sicherzustellen, dass meine Kunden das bestmögliche Eiserelebnis haben. Auch die verrückten Eissorten, die ich entwickelt habe, sind das Ergebnis harter Arbeit und sorgfältiger Überlegung. Es ist wichtig, dass sie nicht nur einzigartig und interessant sind, sondern auch einen hervorragenden Geschmack haben. Deshalb arbeite ich hart daran, sicherzustellen, dass jede Zutat perfekt abgestimmt ist, um ein unvergessliches Eiserelebnis zu bieten. ▶

ALS VERRÜCKTER EISMACHER HAST DU WAHRSCHEINLICH EINE TIEFE LIEBE ZU ALLEN GESCHMACKSRICHTUNGEN, DIE DU ANBIETEST, ABER HAST DU EINEN PERSÖNLICHEN FAVORITEN, DER DIR BESONDERS AM HERZEN LIEGT?

Als Eismacher liebe ich alle meine Kreationen, aber es gibt tatsächlich einige Sorten, die mir besonders am Herzen liegen. Ich erinnere mich noch gut daran, wie ich als Kind immer Pistazieneis bevorzugt habe und diese Liebe bis heute nicht verloren habe. Nuss-Eis und insbesondere Gianduja (italienisches Edelhölgat) oder Schwarzwälder-Kirsch-Eis gehören auch zu meinen persönlichen Favoriten. Aber ich bin auch ein großer Fan von fruchtigen Sorten und hierbei ist das Mandarinen-Sorbet definitiv mein Lieblingseis. Ich hatte die Gelegenheit, während eines Urlaubs auf Sizilien, das beste Mandarinen-Sorbet Palermo's zu probieren und war begeistert. Zurück in meiner Produktion habe ich dann das Rezept für mich perfektioniert und bin heute sehr stolz darauf. Für mich ist es wichtig, dass ich bei der Herstellung meiner Eissorten immer auf hochwertige Zutaten achte. So kaufe ich beispielsweise meine Pistazien extra aus Bronte, einer Stadt auf Sizilien, wo die besten Pistazien der Welt wachsen. Auch beim Mandarinen- und Zitronen-Sorbet lege ich viel Wert auf die Qualität der Früchte. Ich glaube, dass nur durch die Verwendung hochwertiger und frischer Zutaten ein wirklich gutes Eis entstehen kann.

WENN DAS UNTERNEHMEN WÄCHST, KANN ES MANCHMAL SCHWIERIG SEIN, DAS GLEICHE MASS AN LEIDENSCHAFT UND BEGEISTERUNG AUFZUBRINGEN, WIE ZU BEGINN. WIE BLEIBST DU WEITERHIN MOTIVIERT BEI DER ARBEIT?

Es ist wichtig, die Leidenschaft und Begeisterung für die Arbeit aufrechtzuerhalten, insbesondere wenn das Unternehmen wächst. Für mich persönlich ist es leicht, motiviert zu blei-

ben, weil ich eine tiefe Liebe und Leidenschaft für Eis habe. Ich glaube wirklich, dass, wenn ich nur noch eine Sache auf der Welt essen könnte, es Eis wäre. Es ist etwas, das mich seit meiner Kindheit fasziniert und inspiriert hat. Darüber hinaus gibt es nichts Schöneres, als jeden Tag meinen Traum zu leben und Menschen glücklich zu machen. Ich liebe es, in die Gesichter der Menschen zu blicken und sofortiges Feedback darüber zu erhalten, ob sie das Eis mögen oder nicht. Es ist ein innerer Antrieb, den ich seit über 10 Jahren nicht verloren habe. Natürlich gibt es auch Aspekte meiner Arbeit, die weniger aufregend sind, wie zum Beispiel die Büroarbeit. Aber selbst dabei schaffe ich es, motiviert zu bleiben, indem ich mir einen großen Becher Eis gönne und dabei laut Rammstein höre. Das hilft mir, die Dinge zu genießen und mich daran zu erinnern, warum ich diese Arbeit mache.

FÜR VIELE UNTERNEHMER IST DIE LEIDENSCHAFT FÜR IHRE ARBEIT DER ANTRIEB ZUM ERFOLG. WELCHEN RAT WÜRDDEST DU JEMANDEM GEBEN, DER SEINE PASSION IN EIN ERFOLGREICHES GESCHÄFT VERWANDELN MÖCHTE?

Mein Rat an jemanden, der seine Leidenschaft in ein erfolgreiches Geschäft verwandeln möchte, ist, niemals den Traum aus den Augen zu verlieren. Das bedeutet, dass man sich immer auf das große Ziel konzentrieren sollte und trotz Rückschlägen und Hindernissen niemals aufgeben sollte. Es ist nie einfach, ein Unternehmen aufzubauen und es erfordert viel Arbeit, Ausdauer und Entschlossenheit. Es ist auch wichtig, sich selbst und das Unternehmen immer weiterzuentwickeln und zu verbessern. Das bedeutet, dass man sich ständig weiterbilden, neue Ideen entwickeln und Innovationen vorantreiben sollte. Man sollte stets auf die Bedürfnisse und Wünsche der Kunden eingehen und sich an ihrem Feedback orientieren. Ein weiterer wichtiger Aspekt ist, dass man das Geschäft aus Leidenschaft betreibt und nicht nur aus finanziellen Gründen. Ich habe mich zum Beispiel trotz diverser Angebote mehrmals gegen eine Expansion entschieden, da mir viel wichtiger ist, meine Arbeit jeden Tag mit Freude und Leidenschaft zu machen, als kurzfristig viel Geld zu verdienen, aber dadurch Dinge tun zu müssen, die mir keinen Spaß machen. ☹️

Jetzt beraten
lassen!

VER|SICHER|UNGS
KAMMER
BAYERN

Ein Stück Sicherheit.

Unser Schutzschirm für Ihre Hotellerie- und Gastronomiebetriebe

Sie kümmern sich um Ihre Gäste – wir um den Schutz
für Ihren Betrieb, Ihre Mitarbeiter und Sie

Mehr Informationen unter vkb.de





ERSTE BIO-MOLKEREI DEUTSCHLANDS

