

Gastgeber Bayern

Das Magazin
für Gastronomie und
Hotellerie

DEHOGA Bayern

#01

Ausgabe 2024

FAMILIEN- UND INHABER- GEFÜHRTE BETRIEBE

DEHOGA Bayern
und die Aktionswoche
„Ohne uns keine Essen“

Seite 6

Den erfolgreichen
Übergang in Familien-
betrieben schaffen

Seite 28

Portrait von
Stephan Zinner,
Schauspieler,
Kabarettist, Buchautor
und Musiker

Seite 50

Auch so kann ein wertvolles Erbe aussehen!

*Abensberger Spargel · Fränkischer Spargel
Schrobenhausener Spargel*



*Diese und über 50 weitere bayerische Spezialitäten mit dem Herkunftsschutz
der Europäischen Union finden Sie unter
www.weltgenusserbe.bayern*



Gelten Familien als Kernelement unserer Gesellschaft, so sind Familienunternehmen das Rückgrat der deutschen Wirtschaft. Das Firmen-Gespinnst aus Eltern, Kind, Oma, Tante und Onkel ist in beliebigen Kombinationen sowie oft über Generationen hinweg eine erstaunliche Erfolgsgeschichte. Grund genug für uns, diese Struktur genauer unter die Lupe zu nehmen. Wie gelingt die Balance zwischen Tradition und Innovation? Wo lauern Hürden und wie wird mit Krisen umgegangen? Was läuft richtig gut und wo sind die Herausforderungen gerade allzu groß? Und vor allem: Wo kann unser Verband unterstützend zur Seite stehen?

Ein Spitzenprofessor für Familienunternehmen zeigt, wie sich die Unternehmensnachfolge konfliktfrei regeln lässt. Familiengeführte Hotel- und Gastronomiebetriebe kommen zu Wort und geben Einblick in ihre Erfahrungen. Sternekoch Andreas Schweiger erklärt, wo inhabergeführte Restaurants schon viel richtig machen und wie es noch besser geht.

Mehrwertsteuererhöhung, Mitarbeitermangel und Bürokratie belasten das Gastgewer-



be weiterhin enorm. Wir kämpfen unaufhaltsam dafür, die Rahmenbedingungen zu verbessern. So waren wir unter anderem Teil der Aktionswoche „Ohne uns kein Essen“ und forderten auf verschiedenen Kundgebungen lautstark Entlastung für die Branche.

Kabarettist und Schauspieler Stephan Zinner trafen wir zum Gespräch und bekamen Einblick in sein Leben auf und jenseits der Bühne. Warum er gerne bayerisch flucht und sich ein Leben ohne Wirtshaus kaum vorstellen kann, erklärt er in diesem Heft.

Neo-bayerische Fusionsküche auf höchstem Niveau kreiert das Dreamteam Elif Oskan und Markus Stöckle im Restaurant Rosi. Das türkisch-bayerische Paar ist ein heller Stern am Himmel der Spitzengastronomie in Zürich. Wir haben uns die Erfinder von Gerichten wie „Stamperl im Latex“ oder „Laubfrosch“ genauer angesehen.

Doch lesen Sie selbst ...

Angela Inselkammer
Präsidentin des DEHOGA Bayern

Dr. Thomas Geppert
Landesgeschäftsführer des DEHOGA Bayern



DEHOGA Bayern

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

Inhalt

Ausgabe 01/2024

06 Aus dem Landesverband

DEHOGA Bayern und die Aktionswoche „Ohne uns keine Essen“	Seite 06
DEHOGA Bayern im Gespräch	Seite 08
Darf man mal fragen...?	Seite 13
Neue Hotelfachschule in Cham startet Ausbildung	Seite 14

Ansprechpartner Impressum	Seite 33
Im Gespräch mit Robert Tischler, Gasthof „Zur Post“, Hohenschambach (Gemeinde Hemau)	Seite 34
Familienbetriebe mit Knowhow	Seite 36
Im Gespräch mit Gastronom Jakob Portenlänger, „Alter Wirt“ in Grünwald	Seite 38
Im Gespräch mit Sterne- und Fernsehkoch Andreas Schweiger	Seite 40

18 Familien- und inhabergeführte Betriebe

Familien- und inhabergeführte Betriebe im Gastgewerbe	Seite 18
Die unternehmerische Nachfolge aus der Perspektive der Nachfolgenden	Seite 20
Im Gespräch mit Stephanie Schreiner, Hoteldirektorin Kaiseralm, Bischofsgrün im Fichtelgebirge	Seite 22
Ein breites Netzwerk für familien- und inhabergeführte Betriebe	Seite 26
Den erfolgreichen Übergang in Familienbetrieben schaffen	Seite 28
„Neue Wege“ statt „Weiter so!“	Seite 30

Bayern und die Welt

43

Sternegastronomie mal anders – das „Rosi“ in Zürich	Seite 43
Seminarangebote der Bayern Tourist GmbH	Seite 46
Bayerische Gastfreundschaft für alle	Seite 48
Portrait von Stephan Zinner, Schauspieler, Kabarettist, Buchautor und Musiker	Seite 50

Auf einen Kaffee mit...

56

Maximilian Moser	Seite 56
Große Events für Europas Miniköche	Seite 58

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

Wussten Sie schon...*

... dass 90 Prozent aller privaten Unternehmen in Deutschland familienkontrollierte Unternehmen sind?

...dass 46 Prozent der Unternehmen mit mehr als 50 Millionen Euro Umsatz Familienunternehmen sind? Im Vergleich zu etlichen anderen Industrienationen ist der Wirtschaftsstandort Deutschland damit durch auffallend viele umsatzstarke Familienunternehmen geprägt.

...dass 57 Prozent der in Deutschland sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in familienkontrollierten Unternehmen tätig sind?

...dass 55 Prozent aller in der Bundesrepublik erwirtschafteten Umsätze von familienkontrollierten Unternehmen erzielt werden?

...dass etwa 80 Prozent der bundesweit ausbildenden Betriebe Familienunternehmen sind?

...dass 94 Prozent der Unternehmen mit bis zu neun Mitarbeitern und 22 Prozent der Unternehmen ab 500 Mitarbeitern familienkontrollierte Unternehmen sind?



IM SCHULTERSCHLUSS MIT VERBÄNDEN DES MITTELSTANDES FÜR ENTLASTUNGEN DER NAHRUNGSMITTEL- UND GASTROBRANCHE

DEHOGA BAYERN

UND DIE AKTIONSWOCHE "OHNE UNS KEIN ESSEN"

Im Schulterschluss mit einem breiten Verbändebündnis, darunter Bauern, Bäcker, Metzger und die Vereinigung der bayerischen Wirtschaft, kämpfte der DEHOGA Bayern in der Aktionswoche „Ohne uns kein Essen“ um seine aktuellen Kernforderungen: Dies sind: „Die Rücknahme der Steuererhöhung auf Speisen – nur 7% auf Speisen sind fair und gerecht“, „Flexible Wochenarbeitszeit – jetzt!“ sowie „Abbau der Bürokratie – wir ersticken zwischen Vorschriften und Formularen!“

Insbesondere die Erhöhung der Mehrwertsteuer auf Speisen trifft das Gastgewerbe bis ins Mark und darf so nicht hingenommen werden. „Mein Vertrauen in die Bundesregierung ist erschüttert“, so Angela Inselkammer, Präsidentin des DEHOGA Bayern. Sie fügt hinzu: „Olaf Scholz hatte dem Gastgewerbe versprochen, dass es beim reduzierten Mehrwertsteuersatz auf Speisen bleibe, Christian Lindner hatte seine Unterstützung zugesichert, so gehandelt hat jedoch keiner der beiden.“

Fakt ist: Wer Steuern auf Essen in Restaurants von 7 auf 19 Prozent erhöht, der führt Betriebe in den Ruin, zerstört regionale Wertschöpfungsketten, vernichtet Arbeitsplätze und nimmt insbesondere denjenigen, die keine Besserverdienenden sind, Lebensqualität. Familiengeführte, mittelständische Betriebe stehen vor dem wirtschaftlichen Aus und die Gastronomie als Teil der Lösung hin zu mehr Nachhaltigkeit und Regionalität wird sukzessive zerstört. Es kann nicht die Lösung sein, auf billige Importe von Nahrungsmitteln zu setzen, statt heimische Produkte zu fördern.

Der DEHOGA Bayern wird nach wie vor auf allen Ebenen weiter für die Mehrwertsteuerreduzierung kämpfen. Und anders als die Bauern, die auf öffentliche Aktionen angewiesen sind, um auf ihre Notlage aufmerksam zu machen, hat das Gastgewerbe die Wähler direkt an seinen Tischen.

Alle Branchenverbände, die an der Aktionswoche teilnahmen, vereint im Ergebnis ein Ziel: Essen muss bezahlbar bleiben. Ohne Bauern kein Essen. Aber auch ohne Wirte kein Essen! Die Sorge, dass sich Menschen hochwertige Lebensmittel außer Haus nicht mehr so oft leisten können, ist real und wird Folgen haben. Es wird zu einem Umsatzrückgang kommen, mit der Folge, dass alle Lebensmittelproduzenten, wie Metzger und Bäcker, aber eben auch Wirte davon betroffen sein werden. Gäste werden wegbleiben und Betriebe müssen schließen.

„Es waren die klein- und mittelständischen Betriebe, die Deutschland erst

groß gemacht und durch alle Krisen geführt haben. Statt zusätzlichen Belastungen brauchen wir jetzt Entlastungen. Neben der Rücknahme der Steuererhöhungen ist das, was wir alle brauchen, eine flexible Wochenarbeitszeit“, führte Inselkammer aus. „Dabei geht es nicht darum, mehr arbeiten zu müssen, sondern dann arbeiten zu können, wenn die Arbeit anfällt. Zudem brauchen wir dringend Meilensteine im Bürokratieabbau. Die Belastungen nehmen immer mehr zu. Es ist utopisch, alles erfüllen zu können. Wir ersticken im Papierkram.“

Landwirte, Wirte, Bäcker und Metzger sind die Gesichter von Dörfern und Städten. Der gesellschaftliche Schaden ist immens, wenn diese Strukturen zerbrechen. Denn sie kommen nicht wieder. Der Standpunkt des DEHOGA Bayern steht im Sinne seiner Mitgliedsunternehmen fest: „Wir brauchen Entlastungen auf allen Ebenen.“ ☹





Neujahrsempfang der Kreisstelle Nürnberger Land

Mit Leckereien, guten Gesprächen und einem Bühnenprogramm begrüßte die Kreisstelle Nürnberger Land das Neue Jahr. Auch dieses Mal wieder mit dabei: die Miniköche Hersbruck. Foto (v.l.): Kreisvorsitzender Hans-Peter Bauer, Geschäftsführer beim Bayerischen Landesverband der Marktkaufleute und der Schausteller Jürgen Wild, Referentin für Berufsbildung & Fachkräftesicherung Catherine Karanja, Kabarettist Mäc Härder und Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert.



Austausch mit Ministerpräsident Markus Söder

„Die Bayerische Staatsregierung steht an der Seite unserer Gastronomie. Die Erhöhung der Gastro-Steuer durch die Ampel ist ein schwerer Fehler“ bekräftigte Ministerpräsident Markus Söder im Gespräch mit DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer und Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert in der Bayerischen Staatskanzlei.
© Bayerische Staatskanzlei



Austausch mit dem Hoteliers- und Gastwirteverband Südtirol

Gemeinsam ist man stärker. Dies gilt gerade für den Alpenraum. Bayern und Südtirol haben ähnliche Herausforderungen weswegen der DEHOGA Bayern sowie der Hoteliers- und Gastwirteverband Südtirol (HGV) künftig enger zusammenarbeiten werden. Im Rahmen einer gemeinsamen Präsidiumsklausur wurden u. a. die Themen Tourismusfinanzierung, Tourismusakzeptanz sowie Wertschätzung und Bedeutung des Gastgewerbes besprochen.

Eröffnung der Skisaison

Schnee in Hülle und Fülle: Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert freute sich unter anderem mit der neuen Tourismusministerin Michaela Kaniber sowie der Riesenslalom-Legende und Olympiasiegerin Viktoria Rebensburg für die bayerischen Wintersportregionen über einen Bilderbuchstart in die Saison.
© Stefanie Büchl, STMELFT



Neujahrsempfang des Bezirks Oberbayern

Wir blicken positiv in die Zukunft! DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer, Bezirksvorsitzender Christian Bär, Bezirksgeschäftsführer Thomas Quiram und Tourismusministerin Michaela Kaniber zeigten im Gasthof Hirzinger eine klare Haltung für die touristischen Leistungsträger in Bayern: Das Gastgewerbe muss weiter ent- statt belastet werden.
© mikesamplay



Sternstundengala

DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer überreichte stellvertretend für bayerische Hoteliers und Gastronomen einen Spendenscheck in Höhe von über 41.000 Euro. © BR/Ralf Wilschewski

Antrittsbesuch bei Michaela Kaniber

Im Mittelpunkt des Gesprächs mit der neuen Bayerischen Tourismusministerin standen nicht nur Themen wie die sieben Prozent, die Wochenarbeitszeit und der Bürokratieabbau, sondern auch die vielfältigen Möglichkeiten zur nachhaltigen Stärkung der Akteure im Bereich des Tourismus. Wir freuen uns auf zahlreiche gemeinsame Projekte und den auf Vertrauen basierenden Austausch.
© Pia RegnetStMELF

Kundgebung in Nürnberg

„Schluss mit reden! Jetzt Wirtschaft stärken!“ Unter diesem Motto hat der DEHOGA Bayern gemeinsam mit der vbw Bayern, den Bauern, Metzgern, Selbständigen und Zimmerern am Rande des Besuchs von Bundeswirtschaftsminister Robert Habeck ein starkes Signal an die Ampel gesendet: So kann es nicht weiter gehen! Wir brauchen eine Politik für den Mittelstand! Es braucht einen Kurswechsel in Berlin!

Zu Besuch im Posthotel Alexander Herrmann

Neujahrsempfang des Bezirks Oberfranken

Auf Schloss Burgellern mit dabei waren unter anderem (v.l.): Prof. Dr. Claus-Christian Carbon, Ralf Barthelmes, Präsisiumsmitglied, Holger Dremel, MdL, Melanie Huml, MdL, Joachim Kastner, Bezirksvorsitzender Oberfranken, Andrea Luger, Ehrenvorsitzende Oberfranken, Florian Rose, Bezirksgeschäftsführer Oberfranken und Landrat Johann Kalb.
© Florian Rose

Die Beibehaltung des ermäßigten Mehrwertsteuersatzes wäre ein wichtiges Zeichen der Wertschätzung an die Gastronomie gewesen - darin waren sich Florian Rose, DEHOGA Bayern-Regionalgeschäftsführer Oberfranken, Emmi Zeulner, MdB, Alexander Herrmann, Gastronom und Sternekoch, Anja Karliczek, tourismuspolitische Sprecherin der CDU/CSU-Bundestagsfraktion und Dr. Thomas Geppert, Landesgeschäftsführer, bei Ihrem Treffen in Wirsberg einig. © Büro Emmi Zeulner



Treffen mit Passauer Landtagsabgeordneten

„Wir stehen hinter Euch!“ versicherten die neuen Passauer CSU-Landtagsabgeordneten Josef Heisl und Stefan Meyer der niederbayerischen DEHOGA-Spitze insbesondere im Hinblick auf die 7-Prozent-Forderung.
Foto: (v. l. – obere Reihe) Beate Hubig, Rainer Gottinger, Helmut Paster sen., Stefan Meyerhofer, Bernhard Sitter, Fritz Mayer jun., (v. l. – untere Reihe) MdL Stefan Meyer, Rita Mautz, Cornelia Krumesz und MdL Josef Heisl.
© Abgeordnetenbüro CSU Passau

5. Jahrestagung des Forums Junge Gastgeber

Nach einer informativen Tagung des Forums Junge Gastgeber, bei der die 7-Prozent-Kampagne im Mittelpunkt der Diskussionen stand, ging es in Würzburg in einer Trendtour in verschiedene Betriebe.

Neujahrsempfang der Kreisstelle Roth

„Lasst uns anpacken, so wie wir es immer getan haben!“ Trotz aller Widrigkeiten plädierte Präsidentin Angela Inselkammer in der Heidexx Genusshütte dafür, den Mut nicht zu verlieren. Foto (v.r.): Kreisvorsitzende Sylvia Lehmann, Präsidentin Angela Inselkammer und 1. Stellv. Kreisvorsitzende Sandra Braun.

DEHOGA-Bundesdelegiertenversammlung

In Berlin demonstrierten die Bundesdelegierten eine geschlossene Einheit und sendeten ein starkes Signal für die 7 Prozent auf Speisen an die Politik.



Neuwahlen DEHOGA Bayern Fachabteilung Kur- und Bäderwesen

Die Delegierten der Fachabteilung haben auf ihrer Sitzung in Nürnberg turnusgemäß ihre neue Vorstandschaft gewählt. „Alter“ und neuer Vorsitzender ist Kai Tiemer. (v.l.): Hubertus Holzbock, stv. Vorsitzender, Kai Tiemer, Vorsitzender, Stefan Wild, Vorsitzender Fachbereich Hotellerie, Frank Oette, Geschäftsführer Bayerischer Heilbäder-Verband, Dr. Gerhard Engelmann, Geschäftsführer Fachbereich Hotellerie

Zukunftspakt für den ländlichen Raum

Im Schulterschluss mit den Spitzen der Verbände aus Landwirtschaft, Handwerk und Handel hat der DEHOGA Bayern im Rahmen einer Sitzung der CSU-Landtagsfraktion an der Ausgestaltung eines Pakts zur Stärkung des ländlichen Raum mitgewirkt und dabei ein wichtiges Zeichen für die Rücknahme der Steuererhöhung auf Speisen gesetzt.
© CSU Landtagsfraktion



Hier geht es
zur Anmeldung



Anmeldeschluss:
8. April 2024



DEHOGA Bayern

GastroFrühling

Montag, 22. April 2024

HIPPODROM Festzelt auf dem Frühlingsfest München



Veranstaltungsort
HIPPODROM Festzelt
Theresienwiese
80336 München

www.dehoga-bayern.de

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

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



MAL ANDERS BETRACHTET –
FRAGESTELLUNGEN AUS GÄSTESICHT

Darf man mal fragen...?

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

Darf ich im Lokal ein kostenfreies Glas Trinkwasser verlangen?

Nein. Der Grund: Mit der Abgabe von Leitungswasser ist ein nicht unerheblicher Aufwand für den Wirt verbunden: Das Glas muss gekauft, befüllt, serviert und gereinigt werden. Auch der Tisch, an dem der Gast sitzt, muss sauber gehalten werden. Dafür braucht es Personal. Hinzu kommt die Nutzung des Lokals, der Toilette und so fort. Das zeigt, für wie viele Aspekte ein Wirt Sorge tragen muss, auch wenn es „nur“ um ein Glas Leitungswasser geht.

In Ländern wie Österreich, Italien oder Frankreich ist es durchaus üblich, ein kleines Glas Wasser zum Kaffee zu erhalten. Aber auch dort ist es Teil der bezahlten Ware „Kaffee“ und somit gratis. Ein Wirt kann jederzeit aus Kulanz ein Glas Wasser reichen – diese Entscheidung liegt in seinem Ermessen. Einen Anspruch hierauf hat ein Gast hingegen nicht. Natürlich gibt es auch Situationen, in denen Hilfe geboten ist, zum Beispiel wenn ein Gast dringend Wasser benötigt, etwa zur Einnahme eines Medikaments – hier gilt selbstverständlich das moralische Gebot der Hilfsbereitschaft.

Die Kartenzahlung im Lokal ist erst ab einem bestimmten Betrag möglich – beispielsweise ab einer Höhe von 20 Euro. Das erfahre ich aber erst beim Bezahlen, ohne genug Bares dabei zu haben. Wie ist hier zu verfahren?

Der Wirt muss nicht jede Bezahlmöglichkeit akzeptieren – außer der Barzahlung. Möchte ein Gast unbedingt mit Karte (EC- oder Kreditkarte) zahlen, kann er den Zahlvorgang an Bedingungen knüpfen, wie etwa einen Mindestumsatz. Grundsätzlich fällt dieser Aspekt in den Bereich seiner Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Nachdem die Möglichkeit der Kartenzahlung heute jedoch gang und gäbe ist, sind Gäste zuweilen durchaus überrascht, falls diese einmal nicht akzeptiert wird. Es besteht seitens des Verbrauchers eine gewisse Erwartungshaltung, auch bargeldlos bezahlen zu können. Umgekehrt ist die Möglichkeit, nur in bar zahlen zu können, die Ausnahme. Hat der Wirt die (eingeschränkte) Bezahlmöglichkeit zu Beginn nicht deutlich kommuniziert, wird er die Zahlung per Karte oder Smartphone akzeptieren müssen, auch ohne dem Gast zusätzliche Kosten zu berechnen.



EIERLIKÖR DES JAHRES 2023

SAMTWEICH UND CREMIG,
KOMPLEX, FILIGRAN UND
AUSSERGEWÖHNLICH:
VERFEINERT MIT HIMBEER-
DESTILLAT AUS UNSERER
EDEL-DESTILLERIE.

**Birkenhof
Brennerei**

EINE FUNDIERTE AUSBILDUNG ALS BASIS EINER ERFOLGREICHEN KARRIERE

NEUE HOTEL- FACHSCHULE IN CHAM STARTET MIT AUSBILDUNG

Ab September 2024 werden in der neuen Staatlichen Hotelfachschule in Cham die Führungskräfte von morgen zum „Staatlich geprüften Hotelbetriebswirt/-in“ ausgebildet. Die moderne Fachschule, die im Zuge einer Neuordnung des regionalen Schulsprenghels im Gastronomiebereich hervorgeht, ist erst die zweite staatliche Hotelfachschule in ganz Bayern.



Von rechts: Siegfried Zistler, Schulleiter staatliche Hotelfachschule Cham, Landrat Franz Löffler, Ulrich Fischer, stellvertretender Schulleiter und Andreas Brunner, Vizepräsident des DEHOGA Bayern und Kreisvorsitzender von Cham



Die Stadt Cham ist Kreisstadt des gleichnamigen Landkreises im Regierungsbezirk Oberpfalz in Ostbayern.

Cham liegt etwa 60 Kilometern nordöstlich von Regensburg am Fluss Regen, einem kleinen Nebenfluss der Donau. Die Stadt ist ein zentraler Wirtschaftsstandort der Region Oberer Bayerischer Wald. In den letzten Jahren hat die Region Stadt und Landkreis Cham eine beeindruckende Entwicklung in der Hotel- und Gastronomiebranche erlebt. Dank einer Vielzahl von erstklassigen Betrieben konnte die Region ihre Attraktivität für Touristen und Geschäftsreisende gleichermaßen steigern.

Die Staatliche Hotelfachschule Cham verfügt über eine zeitgemäße Ausstattung, um den Auszubildenden ein optimales Lernumfeld zu bieten. Von der professionellen Küche bis hin zu Seminar- und Konferenzräumen. Untergebracht ist die Staatliche Hotelfachschule Cham im – in dem Jahr 2020 errichteten – Modul 4 des Beruflichen Schulzentrums Werner-von-Siemens.

Neben dieser Hotelfachschule gibt es nur noch den Standort Bad Kissingen. „Die steigende

Nachfrage nach qualifizierten Fachkräften im mittleren Management der Hotelbranche kann durch die neue Fachschule in Cham perfekt gedeckt werden – für den gesamten ostbayerischen Raum und darüber hinaus“, zeigt sich DEHOGA Bayern-Vizepräsident Andreas Brunner sicher. Das neue Angebot stärke nicht nur die Tourismusregion, sondern auch den Bildungsstandort Cham. „Die Qualität steht an oberster Stelle. Fachkräfte in der Hotellerie haben nun die Möglichkeit, sich gezielt weiterzubilden und den Anforderungen in den stark wachsenden Hotelbetrieben in der Region gerecht zu werden“, betont Brunner. Die Ausbildung in Vollzeit dauert zwei Jahre und ermöglicht den Teilnehmern eine intensive und praxisnahe Ausbildung. Hier lernen die Teilnehmer unter anderem Fachbereiche wie das Hotelmanagement, Marketingstrategien, das Eventmanagement und vieles mehr kennen. Nach einem erfolgreichen Abschluss erhalten die Studenten das Zeugnis zum/zur staatlich geprüften Hotelbetriebswirt/in. ☺

INTERESSE AN EINER AUSBILDUNG ZUM HOTELBETRIEBSWIRT?

Weitere Informationen zur neuen Fachschule in Cham sowie den Ausbildungsinhalten finden Interessierte im Internet unter www.hotelfachschule-cham.de oder durch Scannen des untenstehenden QR-Codes.



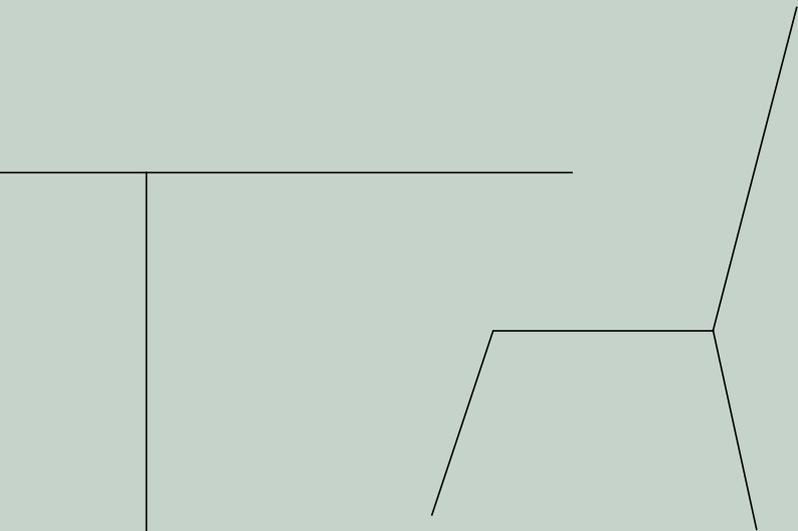
aroma*tisch*
bomba*tisch*
fanta*tisch*
kosmopolit*tisch*
empath*tisch*

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

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

Jetzt mitmachen!
Weitere Informationen
unter misch-tisch.de

MISCH*tisch*
www.misch-tisch.de



INTERNORGA 2024, 8. BIS 12. MÄRZ 2024, MESSE HAMBURG

DIE ZUKUNFT DES AUSSER-HAUS-MARKTES ZUSAMMEN GESTALTEN

Der Countdown läuft: Vom 8. bis 12. März 2024 öffnet die internationale Leitmesse INTERNORGA wieder ihre Hallen und lädt als Plattform und Innovationszentrum zum Besuch ein. Auch in diesem Jahr werden jede Menge Inspirationen, Neuheiten und Brainfood präsentiert, welche die Messe zum ultimativen Event des Außer-Haus-Marktes machen.



ter einem Dach. Neben den beliebten großen Ausstellungsbereichen Digitale Anwendungen, Küchentechnik und -ausstattung, Nahrungsmittel und Getränke sowie Restaurant- und Hotelausstattung werfen Trendbereiche wie Packaging and Delivery, die Newcomers Area oder auch das AI Center ein besonderes Spotlight auf wegweisende Branchentrends. Gepaart mit den Awards wie dem INTERNORGA Zukunftspreis, dem Next Chef Award und dem Deutschen Gastro-Gründerpreis entsteht so der einzigartige INTERNORGA-Spirit.

Um auch abseits des Messe-Standes in Kontakt zu kommen, bietet die INTERNORGA mit der Open Stage und der Plattform What the Food! – by foodlab Einblicke in die Branche mit wertvollen Insights und Tipps. Auch das Networking soll nicht zu kurz kommen: Alle Messe-Besuchenden und Ausstellenden sind in der Afterwork-Lounge OFF THE RECORD herzlich willkommen den Abend bei guter Musik und gekühlten Getränken ausklugen zu lassen.

INTERNORGA
08. – 12.03.2024
INTERNORGA.com

DIE GANZE VIELFALT DES AUSSER-HAUS-MARKTES ERLEBEN

Mehr als 1.000 Ausstellende präsentieren ihre Angebote, Lösungen und Neuheiten für den Hospitality-Sektor. Dabei versammelt die INTERNORGA erneut namhafte Hersteller, aufstrebende Newcomer und junge Start-ups un-

„Ganz nach dem INTERNORGA-Motto ‚Alle zusammen.‘ vereinen wir wieder die gesamte Branche für fünf unvergessliche Tage, die geprägt sind von Innovationsgeist, brandaktuellen Nachrichten, spannenden Gesprächen und nicht zuletzt natürlich auch einer ordentlichen Portion Spaß“, betont Claudia Johannsen, Business Unit Director bei der Hamburg Messe und Congress.



© INTERNORGA/Messe Hamburg



Weisker Hahn
Hotel • Restaurant

1840/2003/03



EINE TRAGENDE SÄULE DER BRANCHE UND IHRE BESONDERHEITEN

FAMILIEN- UND INHABER- GEFÜHRTE BETRIEBE *im* Gastgewerbe

Marriott, Hilton, Intercontinental – wenn man an die „Großen Player“ des Gastgewerbes denkt, drängen sich einem so manche Namen auf. Doch sind derartige „Global Player“ auch repräsentativ für das bayerische Gastgewerbe? Sicher nicht – schließlich gehören dem Gastgewerbe im Freistaat zehntausende von Hotels, Restaurants und Pensionen an, die – teilweise schon seit Generationen – in Familienhand sind. Darum widmet sich diese Gastgeber Bayern-Ausgabe insbesondere den vielfach kleinen Betrieben, die ihren ganz eigenen Charm, aber auch ein enormes wirtschaftliches Potenzial haben.

Familien- und inhabergeführte Betriebe im Gastgewerbe sind häufig kleinere Unternehmen, wie der Gasthof um die Ecke oder das Restaurant mit Gästezimmern. Dennoch entwickeln sich diese bayerischen Familienunternehmen nicht selten zu erfolgreichen Anbietern, die weit über regionale Grenzen hinweg bekannt sind. All diesen Betrieben soll in der vorliegenden Ausgabe ein Ohr geschenkt werden. Denn schließlich sind die Anforderungen familiengeführter Betriebe so individuell, wie deren Ausgestaltung.

Dennoch finden sich bei näherem Hinsehen einige „Knackpunkte“ dieser Betriebsform, die sorgsam bedacht und geplant sein wollen. Hierzu zählt beispielsweise die Übergabe des Betriebs an die nächste Generation – ein Thema, über das allein schon Bücher geschrieben werden könnten: Sorgen und Ängste der übergebenden Generation treffen dabei nicht selten auf großen Elan und die Bereitschaft der übernehmenden Generation, sich lieber heute als morgen von „Alten Zöpfen“ zu trennen. Konfliktpotenzial gibt es hier reichlich. Doch einige erfolgreiche Beispiele im folgenden Schwerpunkt zeigen, wie es gelingen kann, den Elan der neuen Generation in die richtige Richtung zu lenken und die Bedenken der ehemaligen Unternehmensführung zu zerstreuen. So kann dem Unternehmen durch den Respekt vor dem Gewesenen und die Offenheit gegenüber Neuem neuer Schwung verliehen werden. ☺

SOLL ICH ODER SOLL ICH NICHT?

DIE UNTERNEHMERISCHE NACHFOLGE AUS DER PERSPEKTIVE DER NACHFOLGENDEN

In einer umfassenden Studie wurde die Situation und Motivation von Nachfolgenden in Familienunternehmen beleuchtet. Basierend auf den Einsichten von über 200 Teilnehmern, lässt sich die Nachfolge in ein „Nachfolgedreieck“ aus drei Kernaspekten gliedern.

DIE ENTSCHEIDUNG ZUR NACHFOLGE IST EINE KARRIEREENTSCHEIDUNG

Auch wenn es in vielen Familien nicht explizit thematisiert wird, ist die Entscheidung für die Nachfolge immer eine Entscheidung für eine bestimmte Karriere und gegen eine andere.

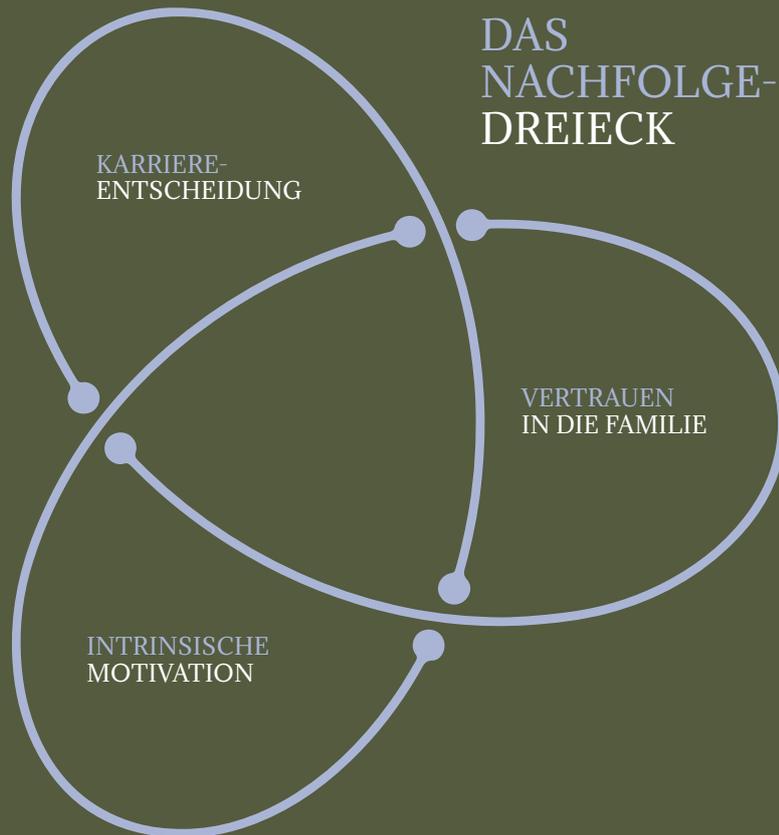
1. Die Nachfolge ist umso attraktiver, je geringer die Komplexität der damit verbundenen Aufgaben in der Unternehmensführung ist. Kandidaten bewerten, ob sie die fachlichen Anforderungen erfüllen können.
2. Die Attraktivität der Nachfolge hängt auch von der (verlockenden) Erwartung der Nachfolgenden ab, im eigenen Unternehmen schneller aufzusteigen als extern. Dabei wird allerdings oft übersehen, dass hierfür auch gewisse Fähigkeiten erforderlich sind.
3. Schließlich wägen Nachfolgende ebenso ab, ob es sich finanziell lohnt, das heißt, ob das Unternehmen auch langfristig eine solide wirtschaftliche Grundlage bietet.

Diese Betrachtung der Nachfolge als Karriere ist in Familienunternehmen besonders heikel, da es sich in der Regel um eine irreversible Entscheidung handelt. Nachfolgende, die das Unternehmen doch aufgeben müssen, stehen im Zweifel einem Arbeitsmarkt gegenüber, der für ihre lange erworbenen Fähigkeiten im eigenen Unternehmen kaum Verwendung hat.

PERSÖNLICHE MOTIVE ENTSCHEIDEN ÜBER DAS GELINGEN DER NACHFOLGE

Nachfolge ist Vertrauenssache. Nicht nur Vertrauen der Familie in den Nachfolgenden, dem das familiäre und unternehmerische Erbe anvertraut wird, sondern vor allem die Frage, inwieweit die Nachfolgenden auf die psychologische und mentale Unterstützung der Familie vertrauen können. In diesem Kontext stellen sich die Nachfolgenden folgende Fragen:





DAS NACHFOLGE-DREIECK

KARRIERE-
ENTSCHEIDUNG

VERTRAUEN
IN DIE FAMILIE

INTRINSISCHE
MOTIVATION

1. Hält sich die Familie an getroffene Vereinbarungen zur Nachfolge?

2. Hat die Familie eine gute Absicht mit mir? Werden meine Interessen berücksichtigt oder wird hier mein Leben auf dem Altar des Unternehmens geopfert?

3. Hat die Familie Nachfolgeerfahrung? Traue ich der Familie die Kompetenz zu, dass sie mit mir eine gelungene Nachfolge anstrebt?

Auch in diesem Feld ist zu beobachten, dass zumindest die zweite und dritte Frage wenig bis gar nicht thematisiert werden. Es ist aber von eminenter Wichtigkeit, auch diese emotionalen Fragen zu klären, da Nachfolge immer eine familiäre und unternehmerische Entscheidung ist.

DIE INTRINSISCHE MOTIVATION ZUR NACHFOLGE HAT VIELE GESICHTER

Die intrinsische Motivation der Nachfolgenden ist ein weiterer wichtiger Faktor. Nach-

folgende müssen sich mit ihren persönlichen Motiven auseinandersetzen. Mit anderen Worten, die Nachfolgenden brauchen ein gutes „Bauchgefühl“. Dies wird aber leicht von äußeren Erwartungen an die Übernahme der Unternehmerrolle überdeckt. Nachfolgende müssen sich fragen, welches der folgenden Motive für sie persönlich ausschlaggebend wäre

1. Werde ich primär durch Erfolg und Leistung motiviert? Ist es für mich entscheidend, das beste, wachstumsstärkste und so weiter Unternehmen zu führen, das möglich ist?

2. Ist es mir wichtig, Einfluss auf andere Menschen auszuüben? Möchte ich also gerne „Chef sein“, von meinen Mitarbeitern anerkannt, respektiert oder sogar gefürchtet werden?

3. Möchte ich meine Unternehmerrolle nutzen, um Verantwortung für andere zu übernehmen beispielsweise als verantwortungsvoller Arbeitgeber?

Alle diese Motive kommen bei Nachfolgenden vor und alle haben ihre Berechtigung und können fruchtbar in unternehmerisches Handeln umgesetzt werden. Entscheidend hierfür ist, dass Nachfolgende ihre Rolle auf der Basis ihrer wahren Motive entwickeln, statt sich an traditionellen Rollenerwartungen zu orientieren nach dem Motto: „Der Opa hat das so und so gemacht...“.

Leitfragen zur gelungenen Nachfolge

1. Wie bewerten und unterstützen wir die fachlichen Fähigkeiten des Nachfolgenden für eine effektive Unternehmensführung?

2. Wie schaffen wir ein familiäres Umfeld, das Vertrauen und Unterstützung für eine erfolgreiche Nachfolge bietet?

3. Wie gewährleisten wir, dass die persönlichen Ziele des Nachfolgenden mit den Unternehmenszielen übereinstimmen? 

Prof. Dr. Marcel Hülsbeck,
Hochschule München
www.hm.edu/trifam

ZUR PERSON:

Mit Prof. Dr. Marcel Hülsbeck ist im Oktober 2022 ein international etablierter Experte für anwendungsorientierte Forschung zu Familienunternehmen an die Hochschule München berufen worden. Die damit verbundene, erste Spitzenprofessur bündelt die Kompetenzen eines Teams aus Wissenschaftlern rund um die „Transformation und Innovation in Familienunternehmen und kleinen und mittelständischen Unternehmen“ an einer Hochschule für angewandte Wissenschaften. Zuvor war er Inhaber des WIFU-Stiftungslehrstuhls „Management von Familienunternehmen“ an der Universität Witten/Herdecke sowie von 2017 bis 2020 Akademischer Direktor des Wittener Institut für Familienunternehmen.



IM GESPRÄCH MIT STEPHANIE SCHREINER, HOTELDIREKTORIN KAISERALM, BISCHOFSGRÜN IM FICHELGEBIGE

„Nur gemeinsam geht's

– manchmal ist ein Kompromiss
der beste Weg zum Ziel“

Mit 25 Jahren steht Stephanie Schreiner noch am Anfang ihrer beruflichen Karriere, dennoch hat sie bereits vor zwei Jahren die Position der Hoteldirektorin im Hotel Kaiseralm im Fichtelgebirge übernommen. Im Gespräch mit *Gastgeber Bayern* spricht die junge Unternehmerin offen über die Vorzüge und Herausforderungen einer schrittweise erfolgten Unternehmensübergabe an die junge Generation. Und es zeigt sich: Gerade in der Übergangszeit einer gemeinsamen Unternehmensführung zwischen übergebender und übernehmender Generation liegt so manche Chance.

Liebe Stephanie, war für Dich immer klar, dass Du in die Fußstapfen Deiner Eltern treten möchtest?

Eindeutig nein. In der Schule wusste ich anfangs nicht, was ich einmal werden möchte und habe deswegen Praktika in den unterschiedlichsten Bereichen gemacht. Aber egal in welcher Branche ich mich versucht habe, es hat immer etwas gefehlt. Das Gefühl von Angekommen und Zuhause sein, dass mir überall gefehlt hat, habe ich nur in der Gastronomie und Hotellerie gefunden.

Hand aufs Herz: Gab es auch Momente, in denen Du lieber etwas anderes hättest lernen wollen?

Oh ja, die gab es mit Sicherheit. Es ist eine Branche die viele Höhen, aber auch Tiefen mit sich bringt. Ich habe bereits als Kind vieles in dieser Hinsicht mitbekommen und war somit der Meinung, dass ich weiß, auf was ich mich da einlasse. Aber die Arbeit in dieser Branche stellt einen doch öfter als gedacht vor neue und ungeahnte Herausforderungen. Aber auch diese sind dafür da, um aus ihnen zu lernen und stärker zu werden. Trotz der oft schwierigen Zeiten bleibt es für mich die schönste Branche der Welt.

Habt ihr die Bereiche in Eurem Hotel innerhalb der Familie aufgeteilt? Wenn ja, wer ist für was zuständig?

Tatsächlich war meine Mutter schon immer die gute Seele des Hauses und hat für jeden ein offenes Ohr. Sie hat ein unglaubliches Talent, wenn es um das Merken von Namen und Gesichtern in Verbindung mit Zimmernummern geht und übernimmt deswegen neben der Position als „Mama“ für alle Mitarbeiter zeitgleich die Rezeptionsleitung. Mein Vater hat sich schon immer um das ganze Administrative gekümmert und ist unser „kreativer Spinner“ im positivsten Sinne. Wenn ihm eine Idee in den Kopf schießt, sieht man es ihm sofort an seinem

Gesichtsausdruck an und es dauert nicht lange, dann wird Gedachtes ausprobiert. Durch seine mehr als 30-jährige Zeit als Prüfer für die Berufe Hotelfach und Restaurantfach kümmert er sich zusätzlich um unsere Auszubildenden im Service und an der Rezeption. Auch wenn mein Aufgabenschwerpunkt inzwischen die Administration, Organisation, Planung und das Marketing des Betriebes ist, werde ich mit meinem Herzen immer in der Küche verankert sein und bringe gerne ein bisschen Chaos durch kreative Ideen in die Abteilung. Vor allem bei Extra-Essen freue ich mich, auch selbst noch manchmal in der Küche stehen zu können. Ich bin Ausbilderin und Prüferin für den Bereich Küche und kümmere mich somit auch um unsere Auszubildenden in diesem Bereich. Aktuell übernehme ich immer mehr Aufgaben von meinem Vater, um irgendwann komplett in seine Fußstapfen treten zu können. Deswegen verbringe ich momentan viel Zeit mit ihm im Büro, schaue ihm über die Schulter und kümmere mich vermehrt um das Marketing. Vor allem während des Abendgeschäfts bin ich dann auch für die Gästebetreuung zuständig, denn dieser persönliche und familiäre Kontakt ist für unser Haus essenziell.

Hast Du „Lieblingsaufgaben“? Und gibt es irgendetwas, was Du gar nicht magst?

Eine meiner Lieblingsaufgaben ist das Training unserer Auszubildenden. Auch wenn es nicht immer einfach ist, gibt es nichts Schöneres als jungen interessierten Menschen das eigene Wissen und die Kreativität weitergeben zu können. Ich bin zwar grundsätzlich ein „Bauchmensch“, trotzdem können Tabellen, Statistiken und Diagramme, die auf Tatsachen beruhen, den Bauch im Fall der Fälle auch mal beruhigen. Weswegen das Erstellen dieser ebenfalls zu den Dingen zählt, die ich am liebsten mache. Tatsächlich ist die Rezeption ein Bereich, den ich nicht so gerne mag. Umso mehr Respekt habe ich hier vor meiner Mutter, die die Abteilung vollkommen im Griff

hat und es schafft, allen Gästen ein Lächeln ins Gesicht zu zaubern.

Was sind aus Deiner Sicht die größten Herausforderungen in einem familiengeführten Betrieb wie Eurem?

Mit unseren 95 Zimmern, 165 Betten und knapp 50 Mitarbeitern sind wir in unserer Region ein relativ großer familiengeführter Betrieb. Meine Eltern leiten unsere Kaiseralm bereits seit 1992 und haben diese im Jahr 2006 gekauft. Das hat viele Herausforderungen mit sich gebracht. Unter anderem einen immer größer werdenden Kostendruck, da bei unserem 50 Jahre altem Haus wirklich fast täglich etwas repariert werden muss. Vor allem aber hat dieser Kauf eine Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeitern mit sich gebracht. Uns war es schon immer wichtig, dass trotz der Größe unseres Hauses, das Persönliche und Familiäre an erster Stelle steht. Durch die immer stärker werdende und zeitraubende Bürokratie stellt dies allerdings gleichzeitig eine sehr große Herausforderung dar.

Welche Vorteile gibt es aber vielleicht auch gegenüber anders geführten Betrieben?

Unser großer Vorteil ist genau dieses familiäre. In einer Zeit, in der immer mehr auf die Hilfe von Robotern zurückgegriffen werden muss, können wir uns glücklich schätzen, zahlreiche Mitarbeiter zu haben, die schon jahrelang oder gar Jahrzehnte dabei sind. Sie gehören alle zu unserer „Kaiseralm-Familie“ und können nicht durch einen Roboter ersetzt werden. Wir leben sowohl vom persönlichen und familiären Gästekontakt als auch vom Miteinander und genau das ist es, womit wir uns eventuell in der Zukunft wieder mehr von anderen Betrieben abheben können.

Gibt es zwischen den Generationen Unterschiede bei der Lösung von manchen Herausforderungen oder auch bei der ▶

Führung eurer Mitarbeiter oder ketzerisch formuliert: Was kann die junge Generation besser als die Elterngeneration bei der Betriebsführung?

Ja die gibt es wirklich. Vor allem bei der Zusammenarbeit mit meinem Vater merkt man die extremen Unterschiede bei der Herangehensweise an die verschiedensten Dinge. Erstaunlicherweise haben wir festgestellt, dass der beste Weg eine Mischung aus beidem ist. Seine „alte Schule“ gemischt mit meiner teilweisen unkonventionellen Herangehensweise. Wir können wirklich behaupten, dass wir trotz unserer Unterschiede ein wahres „Dream-Team“ sind. Und sollten wir doch nicht auf einen Nenner kommen, kommt meine Mama – unsere Chefin – und holt uns wieder auf den Boden der Tatsachen zurück. Ich denke, bei der Führung unserer Mitarbeiter ist dieser Generationenunterschied ein großer Vorteil. So kommen die etwas älteren Mitarbeiter, die teilweise länger bei uns arbeiten als es mich gibt, mit Problemen eher zu meinem Vater. Wohingegen ich durch mein Alter einen ganz anderen Draht zu den jüngeren Mitarbeitern und Auszubildenden habe. So haben wir die Möglichkeit, jeden in irgendeiner Form mitzunehmen. Was allerdings meiner Meinung nach wirklich ein großer Vorteil der jungen Generation ist, ist die „unverkopfte“ Herangehensweise an

neue Projekte und Ideen. Durch die jahrzehntelange Erfahrung der Elterngeneration ist diese oft etwas vorsichtiger und durchdenkt die Sachen ganz anders. Auch wenn das selbstverständlich etwas Gutes und sehr wichtig ist, kann es auch viele neue Wege zum Ziel versperren. Auch hier ist das Zusammenspiel von Jung und Alt meines Erachtens die perfekte Lösung. Die Jungen mal machen lassen und trotzdem mit Rat, Tat und vor allem Erfahrungswerten zur Seite stehen. Und wenn man dann als junger Mensch doch nicht hört und etwas nicht funktioniert, muss man halt nun mal auch daraus lernen.

Und nun umgekehrt: Was war früher besser? Was kann man lernen oder mitnehmen?

Man kann auch von der Elterngeneration sehr vieles mitnehmen. Ich für mich nehme, neben dem lexikonartigen Fachwissen der „alten Schule“ und alten Kochweise, vor allem den sachlichen Umgang und das ruhige Verhalten in schwierigen Situationen mit. Auch ich musste lernen, dass man sich nicht alles zu sehr zu Herzen nehmen darf und versuche, mir in dieser Hinsicht vieles von meinen Eltern abzuschauen.

Gibt es Gästegruppen, mit denen Du oder Deine Eltern besser umgehen können?



Nachdem sich mein Vater bis letztes Jahr seit Jahrzehnten um die „abendliche Gästebetreuung“ gekümmert hat, war es tatsächlich für viele unserer Stammgäste am Anfang eine große Umstellung, dass meine Eltern ein wenig in den Hintergrund getreten sind, um mir den Vortritt zu lassen und ich diesen Part übernommen habe. Da auch viele unserer Stammgäste länger die Kaiseralm besuchen, als es mich gibt, war es für diese anfangs oft einfacher, Gesprächsthemen mit meinem Papa zu finden als mit mir. Inzwischen freuen sie sich auch immer, mich – die Vertreterin der Nachfolgeneration und meine Entwicklung – zu sehen und sich mit mir zu unterhalten.

Hoteldirektorin mit 23 Jahren: Wie viel Autorität hat man da bei den Mitarbeitern? Gab es irritierte Blicke bei Kollegen, Freunden oder Gästen?

Anfangs definitiv ja – vor allem, da wir so viele langjährige Mitarbeiter haben, die bereits seit über 20 oder 30 Jahren bei uns sind, hat mir dieses Thema am Anfang viele





Wie viel Freizeit bleibt übrig?

Konfuzius sagte: „Wähle einen Beruf den Du liebst, und Du wirst nie wieder arbeiten müssen.“ (lacht) Auch wenn nicht immer viel Freizeit übrigbleibt, ist genau diese Branche und dieser Beruf das, was ich liebe. Noch dazu lernt man die freie Zeit mit Familie und Freunden auf eine ganz andere Art und Weise zu schätzen und zu nutzen.

Wie kannst Du Dich nach einem langen Tag am besten entspannen?

Für mich ist die beste Entspannung, um den Kopf nach einem langen Tag einfach mal abzuschalten, mich mit Musik vor meine Staffelei und eine Leinwand zu setzen und einfach drauf los zu malen.

Sorgen bereitet. Aber ich muss sagen, diese waren nahezu unbegründet. Nachdem ich mit allen offen über die neue Situation geredet habe, habe ich sie um ihre Unterstützung durch deren Erfahrung in den jeweiligen Bereichen gebeten. Ich habe in den Abteilungen mitgearbeitet, um mir ein besseres Bild der Abläufe verschaffen zu können und konnte so vieles besser verstehen. Ich gehe offen damit um, dass mir durch mein Alter noch viel an Erfahrung fehlt und bin umso dankbarer, dass ich von unserem Kaiseralm-Team so den Rücken gestärkt bekomme.

Hast Du Tipps für andere junge Gastgeber, bei denen die Betriebsübergabe bald ansteht?

Jeder Betrieb und jeder Mensch ist vollkommen anders und man sollte jeden genauso nehmen wie er ist. Mein ganz persönlicher Tipp wäre, nicht alles über den Haufen zu werfen, was die Eltern bisher gemacht haben. Es geht darum zu verstehen, warum was wie gemacht wurde und wird. Der Be-



trieb ist eine Existenz, die die Elterngeneration meist komplett von Grund auf aufgebaut hat und in die sie viele Tränen, Schweiß und Liebe hineingesteckt haben. Veränderungen sind nie leicht aber sie werden leichter, wenn man genau diese Menschen auf die Reise mitnimmt und auch deren Meinung berücksichtigt. Deswegen mein persönlicher Tipp: Nur gemeinsam geht's. Manchmal ist ein Kompromiss der beste Weg zum Ziel und Erfolg.

Was motiviert Dich, jeden Tag Deinen Job zu machen?

Die Kleinigkeiten machen den Unterschied. Eine kleine Geste, ein Wort oder auch ein Lächeln. Und manchmal ist es einfach dieser eine Satz unserer Gäste, der für mich der bedeutendste von allen ist: „Man fühlt sich hier bei euch in der Kaiseralm wie Zuhause.“ ☺



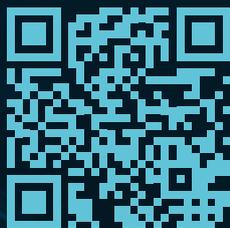
DIE BRANCHENPARTNER DES DEHOGA BAYERN

EIN BREITES NETZWERK FÜR FAMILIEN- UND INHABERGEFÜHRTE BETRIEBE

Gerade familien- und inhabergeführte Betriebe profitieren in vielen Bereichen vom breiten Partnernetzwerk des DEHOGA Bayern. Schließlich kann man sich in einem facettenreichen Unternehmen mit vielfach nicht mehr als fünf Mitarbeitern plus Geschäftsführung wahrlich nicht um alles kümmern.

Umsowichtiger ist es, in bestimmten Fällen und Geschäftsbereichen Partner zu Rate zu ziehen, die gastgewerbliche Betriebe durch fachkundige und zeitgemäße Service- und Dienstleistungen unterstützen. Seien es Themenfelder wie Rechtsschutz, Software, Hygiene, Sicherheit, Einkauf – die Kooperation mit zahlreichen Partnern bietet Mitgliedern des DEHOGA Bayern kompetente Unterstützung. Vielfach erhalten Mitglieder exklusive Sonderkonditionen.

Eine Übersicht aller aktuellen Branchenpartner ist auf der Homepage des Landesverbands unter www.dehoga-branchenpartner.bayern/ zu finden, oder durch Scannen des unten stehenden QR-Codes.





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



ZWISCHEN LEBENSWERK UND ZUKUNFTSVISIONEN

DEN ERFOLGREICHEN ÜBERGANG in Familienbetrieben schaffen

Isabella Hren, Vorstand der Bayerischen Gastgeber AG und Geschäftsführerin der BTG über Generationenübergaben im Gastgewerbe und Strategien für einen erfolgreichen Wandel.

Die Generationenübergabe in Unternehmen ist ein komplexer sowie emotionaler Prozess, der von allen Seiten Disziplin abverlangt und damit einhergehend eine sorgfältige Planung und strategische Umsetzung erfordert. Zwischen Lebenswerk und Zukunftsträumen, Erfahrungen und Innovationen soll dieser Artikel die Herausforderungen dieses Übergangs beleuchten und konkrete Tipps für eine erfolgreiche Umsetzung geben.

FRÜHZEITIGE PLANUNG ALS SCHLÜSSEL ZUM ERFOLG

Ein entscheidender Faktor für eine erfolgreiche Generationenübergabe im Gastgewerbe ist eine frühzeitige Planung. Sowohl Übergeber als auch Übernehmer sollten bereits Jahre im Voraus klare Ziele, Erwartungen und Vorstellungen definieren. Dies schafft die notwendige Grundlage für einen strukturierten Übergangsprozess.

KONTINUITÄT DURCH KLARE KOMMUNIKATION SICHERSTELLEN

Die Kommunikation zwischen den Generationen spielt eine zentrale Rolle. Offene Gespräche über Unternehmensvisionen, Ziele und Werte helfen Missverständnisse zu vermeiden und das Vertrauen zu stärken. Oft spielen emotionale Aspekte dabei eine gravierende Rolle und es fällt beiden Seiten schwer, die Perspektiven des anderen zu verstehen. Es ist empfehlenswert, in dieser Phase der Planung einen neutralen, professionellen Dritten, zum Beispiel in Form eines Beraters oder Wirtschaftsmediators mit an Bord zu holen, der von Anfang an hilft, alle Anliegen und Bedürfnisse mit zu berücksichtigen.

MITARBEITER EINBINDEN UND MOTIVIEREN

Die Mitarbeiter sind ein zentraler Bestandteil des Unternehmenserfolgs. Veränderungen erzeugen bei Menschen stets Verunsicherung, nicht nur deshalb ist während des Generationswechsels eine transparente Kommunikation mit den Mitarbeitenden unerlässlich. Das Team von Anfang an aktiv in den Übergabeprozess einzubinden bringt zahlreiche Vorteile mit sich: Die Generationen profitieren von den Ideen der Mitarbeiter, die oft die besten Lösungsansätze bereits parat haben. Sie fühlen sich eingebunden, dies schafft Vertrauen, minimiert Unsicherheiten und erhöht die Bereitschaft, sich aktiv am Übergangsprozess zu beteiligen. Betroffene zu Beteiligten zu machen bindet zudem ans Unternehmen und sichert langfristig die Qualität.

GÄSTE VON HEUTE UND MORGEN MIT IHREN BEDÜRFNISSEN STEHEN WEITERHIN IM MITTELPUNKT

Sind Unternehmen mit internen, strukturellen Themen beschäftigt besteht die Gefahr, den Blick auf die Gäste und deren Bedürfnisse zu vernachlässigen. Wer sind schon heute die Kunden, was schätzen sie am Betrieb und wie sieht der Gast von morgen aus – dies sind nur einige der Fragen, die im



Fokus bleiben sollten. Was muss beziehungsweise darf sich ändern, damit der Erfolg erhalten bleibt? Was ist in Bezug auf die Gästetransformation im Hinblick auf Erlebnisse, betriebliche Prozesse, Buchungsverhalten und Qualität zu tun? Dabei können sowohl die Erstellung eines klassischen Stärken-/Schwächen-Profiles sowie der direkte Austausch mit Kunden helfen.

TECHNOLOGISCHE ANPASSUNG NICHT VERNACHLÄSSIGEN

Das Gastgewerbe ist einem stetigen Wandel unterworfen, nicht zuletzt durch technologische Entwicklungen. Die Integration zeitgemäßer Technologien kann die Effizienz steigern und die Wettbewerbsfähigkeit erhöhen. Übergeber und Übernehmer sollten gemeinsam prüfen, welche Technologien für das Unternehmen sinnvoll sind und wie sie optimal implementiert werden können.

QUALIFIZIERTE NACHFOLGE SICHERSTELLEN

Die Eignung des Nachfolgers ist ein kritischer Erfolgsfaktor. Frühzeitige Ausbildung, Schulungen und Hospitationen sind notwendig, um sicherzustellen, dass der Übernehmer über die erforderlichen Fähigkeiten und Kenntnisse verfügt. Eine gute Gelegenheit, um neues Know-how ins Unternehmen zu integrieren und zukunftsorientiert bestehende Prozesse zu hinterfragen.

FINANZIELLE ASPEKTE IM BLICK BEHALTEN

Auch die finanzielle Seite der Generationenübergabe ist von entscheidender Bedeutung. Eine genaue Bewertung des Unternehmens, realistische Erwartungen hinsichtlich des Wertes und die Wahl geeigneter Finanzierungsinstrumente sind essenziell. Dabei sollte auch die Möglichkeit einer schrittweisen Übergabe in Betracht gezogen werden.

RECHTLICHE ASPEKTE PROFESSIONELL GESTALTEN

Die rechtliche Gestaltung des Generationswechsels erfordert spezifisches Fachwissen. Darum sollte frühzeitig ein erfahrener Anwalt konsultiert werden, um Verträge, Regelungen und steuerliche Aspekte optimal zu gestalten. Die rechtzeitige Klärung rechtlicher Fragen minimiert potenzielle Risiken und trägt zur Stabilität des Übergangsprozesses bei.

FAZIT: EIN GANZHEITLICHER ANSATZ FÜR DEN ERFOLG

Die Generationenübergabe erfordert einen ganzheitlichen Ansatz. Emotionale Aspekte sollten von Anfang an offen besprochen werden und fordern von allen Beteiligten Disziplin. Respekt für Geleistetes, Erfahrungen und Traditionen sind hierbei ebenso wichtig, wie die Offenheit für Neues, Veränderungen und Zukunftsvisionen. Durch eine frühzeitige Planung, klare Kommunikation, Finanztransparenz, qualifizierte Nachfolge, Mitarbeiterintegration, technologische Anpassung und rechtliche Präzision kann dieser Übergang erfolgreich gestaltet werden. Denn: Ein gut durchdachter Generationswechsel schafft nicht nur Kontinuität, sondern legt auch den Grundstein für eine erfolgreiche Zukunft des Unternehmens. 

Dienstleistungen der Bayern Tourist GmbH

ZERTIFIZIERUNGEN & KLASSIFIZIERUNG

QUALITÄT MACHT DEN UNTERSCHIED

- Hotelsterne
- 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 zu den Kernthemen:
 - Mitarbeitende – finden & binden
 - Betrieb – optimieren & wachsen
 - Gäste – gewinnen & begeistern
 - Vorschriften – kennen & umsetzen
 - Gründer – 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
- Vorteile auf einen Blick:
www.dehoga-branchenpartner.bayern

BERATUNGS-SERVICE

MEHR WISSEN, MEHR ERFOLG

- Operative Unterstützung von Profis für Profis im Betrieb vor Ort
- Geförderte Energieberatung über die HOGA Beratungsgesellschaft
- Mystery Checks:
der Plus-Check für Hotels und Gastronomie

IM GESPRÄCH MIT PHILIPP UND HANS SCHNEIDER

„NEUE WEGE“ statt „Weiter so!“

Die rechtzeitige Regelung der Unternehmensnachfolge ist für kleine und mittelständische Hotels und Gastronomiebetriebe eine Herausforderung. In den kommenden Jahren stehen geschätzt 40 Prozent vor dieser Herausforderung – eine Rekordzahl. Zumeist ist die Betriebsnachfolge eines Unternehmens ein komplexer Prozess. Es geht vorrangig darum, den Übergang so zu gestalten, dass Betrieb, Arbeitsplätze und Knowhow fortbestehen, notwendige Investitionen getätigt werden können und dem Betrieb keine Substanz entzogen wird. Dabei kann ein Generationenwechsel auch die Neuausrichtung des Unternehmens bedeuten oder gar erfordern, um es für die Zukunft fit zu machen.

Branchenübergreifend geht man davon aus, dass rund 55 Prozent der Nachfolge innerhalb der Familie, 30 Prozent extern, und rund 17 Prozent aus dem Kreis der Mitarbeiter erfolgt. Betriebsübergänge sind daher in der Regel sehr persönliche, einschneidende Schritte. Dabei gilt es das Lebenswerk eines Unternehmers und das seiner langjährigen Mitarbeiter wertzuschätzen und mit Respekt zu würdigen. Andererseits braucht der Fortbestand auch Wandel, der mit Achtsamkeit aber auch Konsequenz stattfinden darf.

Im Gespräch mit *Gastgeber Bayern* kommen im Folgenden beide Generationen zu Wort – der

übergebende Vater sowie der übernehmende Sohn. Offensichtliche Unterschiede hinsichtlich möglicher Ziele und Pläne für den Betrieb – das Hotel Riesengebirge in Neuhoof an der Zenn – wurden im Zuge ihrer Übergabe offen kommuniziert und transparent dargelegt. Dies erleichterte den Wechsel für beide Seiten erheblich.

Herr Schneider Senior, wie ist die Übergabe des Hotel Riesengebirge in Neuhoof an der Zenn an die nächste Generation erfolgt?

Das war eigentlich die logische Konsequenz aus unserer Bereitschaft, den Betrieb nach langer Selbständigkeit an die folgende Generation zu

übergeben und der Bereitschaft unseres Sohn Philipp und seiner Frau Katrin andererseits, das Erbe anzutreten. Insofern konnten die Voraussetzungen nicht besser sein.

Hatten Sie dabei Ängste? Was waren Ihre Hoffnungen? Mussten Sie sich bei dem Prozess bisweilen auch zurücknehmen?

Na klar hatten meine Frau Christine und ich auch mal ein „mulmiges Gefühl“, wenn Altbewährtes verändert wird. Dass die jungen Chefs Dinge nach ihren Ansichten ändern wollen, dass sie die in ihrer Ausbildung erlernten Erfahrungen und Eindrücke einbringen und



umsetzen wollen, eigene Ideen verwirklichen und neue Wege gehen wollen, ist legitim! Da ist schlichtweg eine neue Generation am Werk. Wenn ich ehrlich bin und an meine Anfänge als Unternehmer zurückdenke, war das nicht anders. Die primäre Erwartungshaltung war natürlich, dass das aus eigener Sicht erfolgreiche „Geschäft“ erst mal so weiterläuft, dass Löhne und Verbindlichkeiten bezahlt, Darlehenszins und Tilgung aus Investitionen bedient und Rücklagen für Investitionen geschaffen werden. Diese Erwartungen wurden allerdings schon sehr bald übertroffen. Dabei gab es auch Entscheidungen, die die Grundwerte und Philosophie unseres Unternehmens tangierten. Philipp und Katrin suchten im Vorfeld aller grundlegenden Veränderungen das Gespräch, um uns ihre Ideen, die Umsetzung und die Ziele zu erläutern. Diese Gespräche waren für meine Frau und mich enorm wichtig, um die Veränderungen zu verstehen und sie stärkten unser Vertrauen in die zukünftige Geschäftsausrichtung.

Haben Sie sich weiter eingebracht? Wenn ja, wie und in welchem Umfang? Wie ging es Ihnen mit Veränderungen, welche die nächste Generation im Betrieb vorgenommen hat?

Unser gemeinsames Ziel war es, dass die komplette Geschäfts- und Abteilungsleitung sukzessive übergeben wird. In allen Bereichen wurde nach einer Übergangsphase der Stab weitergereicht. Veränderungen gab es sehr viele und auch in hohem Tempo. Meine Frau Christine und ich haben uns zum Thema Betriebsübergabe im Vorfeld viele Gedanken gemacht. Wir wissen aus dem Kollegenkreis, dass manche nicht loslassen können, eben aus Angst vor Veränderungen. Stichwort Generationsproblem! Wir haben versucht, bei allen was die nächste Generation unternahm, dies zu berücksichtigen. Natürlich gab es auch mal Bedenken, die sich aber schon nach kurzer Zeit in Vertrauen umschlugen, weil wir sahen, wie positiv sich „unser“ Betrieb entwickelte, wie stimmig das neue Konzept ist und natürlich auch bedingt durch den wachsenden Geschäftserfolg.



Sie haben relativ früh übergeben, bereuen Sie das oder würden Sie diese Vorgehensweise Ihren Kollegen ebenfalls empfehlen?

35 Jahre Selbständigkeit bedeuten 35 Jahre auf der Überholspur, Verantwortung, lange Arbeitstage, oftmals sieben Tage die Woche. Unser Ziel war es immer, ein paar Jahre früher abzugeben. Ich kann nur jedem Kollegen raten sich frühzeitig mit dem Thema zu befassen, bevor die nachfolgende Generation die Lust verlässt.

Was war bei der Übergabe ein ganz besonderer Moment?

Wir haben während der gleitenden Betriebsübergabe eine Jubiläumsfeier veranstaltet in der nicht

nur auf Erreichtes zurückgeschaut wurde, sondern den Gästen und Geschäftspartnern auch die Betriebsübergabe verkündet wurde. Das war der Startschuss und auch für uns etwas Besonderes.

Hat sich Ihr Betrieb weiterentwickelt?

Unser Betrieb hat sich unglaublich weiterentwickelt. Wir sind begeistert!

Herr Schneider Junior, seit wann sind Sie nun Geschäftsführer des Hotels Riesengebirge?

Ich habe im August 2019 die Geschäftsführung übernommen. Kurz bevor Corona die ganze Welt auf den Kopf gestellt hat. ►

Was war Ihnen bei der Übernahme des Betriebs wichtig, was war Ihr Antrieb?

Meine Frau und ich sahen in dem Betrieb meiner Eltern enormes Potenzial. Wir haben uns diesen Schritt natürlich reiflich überlegt. Wir waren uns sicher, mit dem Fachwissen und dem Knowhow, das wir aus unseren vorhergehenden beruflichen Stationen mitbringen, unsere Vision für das „Riesengebirge“ verwirklichen zu können.

Was hat sich inzwischen verändert?

Was haben Sie investiert und konzeptionell verändert?

Wo soll ich anfangen? Neben umfangreichen Modernisierungs- und Umbaumaßnahmen in nahezu allen Gästebereichen, haben wir auch stark in die IT investiert. Dadurch wurden verwaltungstechnische Abläufe optimiert und effizienter gestaltet. Ein Revenue Management wurde eingeführt. Website, Marketing, Social Media wurden erneuert und werden der neuen Ausrichtung fortwährend angepasst. Aber auch hinter den Kulissen waren wir rege. Die Lager wurden neu organisiert, ein großer Tiefkühler geschaffen. Unsere bisher größten Investitionen waren im Jahr 2023 die Umgestaltung eines Restaurants zur Bar und Lounge sowie die Komplettsanierung der Hotelküche. Durch diese umfangreichen Investitionen bieten wir unseren Gästen einen neuen Wohlfühlfaktor und unseren Mitarbeitern in allen Bereichen moderne, mit neuester Technik ausgestattete Arbeitsplätze. New Work auf dem Land eben. (lächelt) In unserem Betrieb herrscht eine flache Hierarchie. Das Riesengebirgs-Team duzt sich. Sonntag ist Ruhetag, damit unsere Mitarbeiter einen gemeinsamen Tag mit der Familie in der Woche haben. Allgemein versuchen wir, die Wertigkeit eines Jobs in der Gastro Schritt für Schritt zu heben, beispielsweise durch kreative Arbeitszeitmodelle oder eine individuelle Herangehensweise an die einzelnen Stellen und die Menschen, die Sie ausfüllen. Wir haben das „Riesengebirge“ vom traditionellen fränkischen Landgasthof mit starker Frequentierung im á la carte, zu einem Business-Hotel mit Fokus auf den Veranstaltungssektor gewechselt. Die Tagungs- und Seminarräume wurden in einen modernen

„New Work Style“ mit modernster Technik umgestaltet. Die Öffnungszeiten im á la carte sind jetzt um mehr als 50 Prozent reduziert, die Küchenausrichtung erlebte – den Erwartungen des geänderten Gästekreises angepasst – den Wandel von einschlägig fränkisch-deutscher Küche zur gehobenen Restaurantküche mit starkem vegetarischem und veganem Akzent. Der Spirit des Lokals wird den Gästen und dem Team durch ein einheitliches Corporate Design vermittelt. Wert gelegt wird dabei unter anderem auf wiederkehrende Materialien und Farben im Hotel, ein einheitliches Look and Feel im Team-Outfit sowie regionale Produkte. Zusätzlich zum Stammhaus betreiben wir nun zwei weitere Eventlocations in unmittelbarer Nähe, die in identischer Ausrichtung positioniert wurden. Freie Trauungen auf der Obstwiese mit Champus und Fingerfood, Kreativ-Workshops in unserer Macherscheune, Live-Cooking-BBQs in lockerer Atmosphäre bei Feuer & Drinks, Teamkoch-Events und Küchenpartys in unserer neu gestalteten

Riesen-Eventküche mit separatem Gästebereich sind inzwischen Aushängeschilder der Riesen-Marke.

Waren Ihre Eltern „gute Übergeber“?

Ich glaube, die ein oder andere Falte auf der Stirn entdeckt zu haben. (lacht) Das hat sich aber relativ schnell gelegt. Wir haben unseren Eltern schließlich auch in kürzester Zeit einiges abverlangt. Sie haben uns immer unterstützt, ganz besonders in der Corona-Zeit. Da waren die stärkenden Worte und die Unterstützung für uns Jungunternehmer auch sehr wichtig.

Hatten Sie selbst Bedenken und Hoffnungen im Kontext der Betriebsnachfolge?

Wir waren uns unserer Sache sehr sicher. Wir hatten und haben klare Ziele vor Augen. Manchmal wünschen wir uns, manche Prozesse würden schneller voran gehen. Aber es gibt immer Luft nach oben. (schmunzelt) ☺



Setzen Erfolgreiches fort und definierten den Unternehmenskurs neu: Philipp und Katrin Schneider haben das „Hotel Riesengebirge“ 2019 von Christine und Hans Scheider übernommen.

GASTGEBER BAYERN

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

IHR KONTAKT ZUM DEHOGA BAYERN

BEZIRKS- UND REGIONALGESCHÄFTSSTELLEN

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)

Bezirk Oberfranken

Regionalgeschäftsstelle Franken

Am Plärrer 10
90429 Nürnberg
Tel. +49 911 262611
Fax +49 911 284930
oberfranken@dehoga-bayern.de
Regionalgeschäftsführer: Florian Rose
Nicole Aßmann (Syndikusanwältin)

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

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

Chefredaktion:

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

CvD:

Johannes Ohnesorg (joh)
Reinsburgstr. 82 | 70178 Stuttgart

Redaktion:

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

Gesamtanzeigenleitung:

Richard Garin | MuP Verlag GmbH
Tengstraße 27 | 80798 München
Telefon: 089 / 1 39 28 42 68
E-Mail: richard.garin@mup-verlag.de

Layout:

Jens Tippel
Reinsburgstr. 82 | 70178 Stuttgart

Druck & Versandanschrift für Beilagen:

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

Erscheinungsweise:

viermal im Jahr

Titelbild & ergänzendes Bildmaterial:

Getty Images, Shutterstock

Urheber- und Verlagsrecht:

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

Gedruckte Auflage 3. Quartal 2023:
15.500 Exemplare
Deutsche Post AG
Entgelt bezahlt



IM GESPRÄCH MIT ROBERT TISCHLER, GASTHOF „ZUR POST“, HOHENSCHAMBACH (GEMEINDE HEMAU)

TRADITION IST FÜR UNS EHRENSACHE, DENNOCH GEHEN WIR MIT DER ZEIT.

Gemeinsam mit seiner Ehefrau hat Robert Tischler im Jahr 2019 das elterliche Gasthaus „Zur Post“ übernommen und bildet somit die vierte Generation einer traditionellen „Wirtshaussfamilie“. In der Zwischenzeit hat in den Betrieb so manche Änderung Einzug gehalten, die auch wirtschaftliche Früchte trug. So investierte die neue Geschäftsführung zwischenzeitlich in den Neubau mit Gästezimmern. Bis heute sind die Eltern noch täglich im Betrieb. Die Aufgabenteilung im Zuge der Unternehmensübergabe ist auch in diesem Fall eine stetige Neudefinition.

Lieber Herr Tischler, wie fühlt es sich an, den Gasthof „Zur Post“ bereits in der vierten Generation zu leiten?

Es ist uns eine freudige Aufgabe, in unserer Heimat die Position der Dorfwirtsleute zu erfüllen. Unsere Familie liebt und lebt diese Position.

Wann und wie sind Sie in den Gasthof beruflich eingestiegen?

Wann steigt man in einem Familienbetrieb ein? Ich würde sagen, man ist schon eingestiegen sobald am Stammtisch alle Opa genannt werden. (lacht) Ich arbeite seit 2005 als Küchenchef im Betrieb. Parallel hatten meine Frau und ich noch ein Bistro in Hemau gepachtet.

Wie verlief der Prozess des Generationenwechsels zwischen Ihnen und Ihren Eltern?

Wer sagt, es ging reibungslos, der flunkert wohl ein wenig. (lächelt) Wir hatten schon einige Reibungspunkte, vor allem die Preispolitik war ein Diskussionspunkt. Auch in der Personalführung und deren Einsatz musste ich erst einmal beweisen, dass ich mit dem ein oder anderen Recht hatte. Glücklicherweise sind meine Eltern auch offen für neues. Unsere Zahlen bestätigten dann auch die neu getroffenen Entscheidungen.



Welche Maßnahmen wurden ergriffen, um einen reibungslosen Übergang sicherzustellen?

Wir haben ein hervorragendes Steuerbüro. Hier wurde alles fachlich sauber aufbereitet, was wir

im Vorfeld inhaltlich vereinbart hatten. Somit gab es keinerlei Probleme mehr. Seit mein Name an der Tür steht, haben meine Eltern auch vollstes Vertrauen in unser Handeln und Tun. Allerdings muss ich betonen, dass ich das alles ohne meine Frau nicht hätte schaffen können.

Welche Herausforderungen traten auf, und wie haben Sie diese bewältigt?

„Herausforderung“ ist unser zweiter Vorna-me. (lacht) Die Corona-Pandemie war wohl die schwerste Phase, die wir bislang meistern mussten. Hier kam uns unser Dorf zu Hilfe. Dazu zählten zum einen Bestellungen und Abholungen aber auch anderweitige Unterstützung. Bei jeder Aktion, die wir planten, waren alle dabei. Auch so manches Gartenzaungespräch war in dieser Zeit eine Wohltat für die Seele.

Welche Rolle nahm Ihre Frau bei der Übernahme des Betriebs ein?

Da meine Frau gelernte Hotelfachfrau ist, und schon sehr bald mitgearbeitet hat, verlief der Übergang recht reibungslos. Sie hatte ja die Restaurantleitung schon inne. Und für die Dorf-leut war klar, dass sie die nächste Wirtin ist.

Sind Ihre Eltern noch in Geschäftsprozesse involviert?

Ja, sie sind täglich im Betrieb. Meine Mutter kocht und kümmert sich um die Lehrlinge. Mein Vater ist anscheinend an der Theke festgewachsen. Wo sonst soll ein Wirt außer Dienst auch seine Rente verbringen? (schmunzelt) Er ist auch ein verlässlicher Facility Manager. Oma und Opa, wie sie von den meisten genannt werden, sind noch immer zwei stabile und verlässliche Stützen im Betrieb. In betriebswirtschaftlichen Angelegenheiten halten sie sich aber mit Recht raus. Eigentlich sind sie ja Rentner.

Inwiefern hat sich der Gasthof verändert, seit Sie ihn übernommen haben?

Seit 2019 konnten wir unseren Umsatz verdoppeln und die Anzahl unserer Mitarbeiter verdreifachen. Unser Catering haben wir zwischenzeitlich bis auf 2.000 Personen ausgebaut. Es wurden Betriebsstrukturen angepasst, weitere Gastronomien angepachtet und ständig investiert. So bin ich jetzt unter anderem stolzer Bierzeltbesitzer. (lacht)

Welche Rolle spielt für Sie die Tradition im Hinblick auf die Ausrichtung des Gasthofs?

Tradition ist für uns Ehrensache, dennoch gehen wir mit der Zeit. Aus meiner Sicht ist Tradition ein sich ständig wandelnder Vorgang. Wenn man sich diesem Prozess verschließt, wird man wohl nie zukunftsfähig handeln. Konkret stehen wir mit voller Kraft hinter unseren Vereinen, um die Aktivitäten in unserem Dorf weiterhin genießen zu dürfen und stets an die Ansprüche unserer schnellle-bigen Zeit anzupassen.

Warum haben Sie sich entschlossen, in den zusätzlichen Bau von Hotelzimmern zu investieren?

Das Angebot von Zimmern in unserer Gegend ist eher spärlich, dafür die Nachfrage ohne Werbung groß. Unsere Küche und Logistik ist leider viel zu klein geworden und so reifte im Laufe der Planungen der Gedanke, in einen Neubau mit Zimmern zu investieren. Das Denkmal ist aber trotz alledem im Vordergrund und wir pflegen es auch. Somit ist auch hier wieder „Moderne“ und „Tradition“ vereint.

Waren Ihre Eltern in die Entscheidung involviert? Wie stehen sie dazu?

Da die Idee schon seit etwa zehn Jahren in unseren Köpfen schwebte, natürlich. Schließlich gehörte der Gasthof meinen Eltern, als die Planungen mit Stefan Lerzer begannen. Sie platzten vor Stolz. Wir führen unsere Tradition als Wirtsleute weiter, wenn auch in einer etwas gewandelten Form.

Inwiefern beeinflusste die staatliche Förderung Ihre Pläne?

Ohne die Fördermaßnahme wäre eine Finanzierung wohl nicht so einfach umzusetzen, ja nahezu unmöglich gewesen. Wir bedanken uns an dieser Stelle nochmals für die Fördermittel und sehen dies als ein klares Statement der Politik zu unseren familiengeführten Gastronomien. Ohne Wirtshaus kein Bayern.

Auch mit der staatlichen Förderung – gerade in diesen für die Gastronomie so unsicheren Zeiten – bedeutet der Ausbau (sicherlich) ein wirtschaftliches Risiko. Beunruhigt Sie das manchmal?

Da ich Jäger bin, habe ich nichts gegen schlaflose Nächte. Natürlich haben wir mit der Gesamtsumme von rund drei Millionen Euro eine große Belastung aufgenommen. Aber ohne diese Investition wäre wohl auch unser Betrieb über kurz oder lang vor dem Aus gestanden.

Bürokratische Hürden, Steuerbelastungen und Fachkräftemangel verkomplizieren den Geschäftsbetrieb enorm. Was motiviert Sie angesichts der derzeitigen Herausforderungen, tagtäglich als Gastwirt weiterzumachen?

Hürden sind zum Überspringen da. Bezüglich bestehender Steuerbelastungen müssen zukünftig natürlich Veränderungen her – sowohl in der Gastronomie, wie auch in der Landwirtschaft. Wir wollen ja „ehrliche“ Lebensmittel verarbeiten. Ein altes Sprichwort besagt: „Ohne Bauernstand kein Heimatland“. So müssen wir als Gastronomen uns sehr wohl über die Landwirtschaft Gedanken machen. Wer erhält denn unsere schöne Landschaft, die uns touristisch an die Spitze Deutschlands bringt? Wer produziert unsere qualitativ hochwertigen Lebensmittel? Wir stehen für Regionalität, Heimatverbundenheit und Tradition. Das alles werden wir sicherlich von niemanden in Frage stellen lassen. Wir haben hier einen starken Verband, der sehr gut vernetzt ist. Und fühlen uns in sämtlichen Angelegenheiten gut vertreten. Der Fachkräftemangel ist für uns mitunter ein Imageproblem. In der Gastronomie sind die Arbeitszeiten schlecht, aber warum nicht bei Automobilherstellern? Im Krankenhaus? Am Fließband? Wir sind der Meinung, wer seine Mitarbeiter schätzt und ihnen versucht, etwas zu bieten, der kann auch mit der Industrie mithalten. Der Fachkräftemangel ist da, fraglos. Aber auch hier besteht die Chance, Mitarbeiter zu finden und auch lange zu binden. ☺

BRANCHENPARTNER DES DEHOGA BAYERN

Familienbetriebe mit Knowhow

Das breite Netzwerk des DEHOGA Bayern bietet familien- und inhabergeführten Unternehmen im Gastgewerbe nicht nur kompetente und zuverlässige Partner in unterschiedlichen Bereichen der Branche. So manches Unternehmen dieses Netzwerks basiert selbst auf einem Familienbetrieb. Zwei Beispiele hierfür bilden die Unternehmen ASA und Greif Mietwäsche, die im Folgenden kurz vorgestellt werden. Dabei wird deutlich, wie die Kooperation „von Familienbetrieb zu Familienbetrieb“ zum Gewinn für beide Seiten werden kann.

ASA

Klassischer Familienbetrieb und international erfolgreiches Unternehmen

Warum zwischen klassischem Familienbetrieb oder international erfolgreichem Unternehmen unterscheiden? Der Hotelsoftwarespezialist ASA – ein Branchenpartner des DEHOGA Bayern – nutzt die Vorteile beider Welten, auch für seine Kunden.



© Hannes Niederkofler

Mit 35 Jahren Branchenerfahrung ist ASA Marktführer für Hotelsoftware in Südtirol und auch in Deutschland, Italien, Österreich und der Schweiz erfolgreich. Gegründet wurde das Unternehmen 1989 von den zwei Schulfreunden Gerhard Spitaler und Stephan Perktold.

Vertriebspartnerschaften wurden gemeinsam aufgebaut, bereits nach fünf Jahren nutzten mehrere hundert Betriebe ASA Hotel. Laufend wurde die Hotelsoftware weiterentwickelt, heute bauen über 2.000 Betriebe auf ASA Hotel. Mittlerweile sind auch Gerhard Spitalers Kinder Barbara und Manfred sowie Stephan Perktolds Sohn Matthias Teil der Unternehmensführung. „Wir arbeiten mit kleinen Beherbergungsbetrieben ebenso wie mit Multi Property Hotels zusammen. So wie wir die Anforderungen der großen Betriebe kennen, können wir die spezifischen Bedürfnisse von Familienbetrieben gut nachvollziehen. Die Erfahrungen aus den frühen ASA-Tagen helfen uns dabei“, so Barbara Spitaler. Als klassischen Familienbetrieb sieht sie ASA aber nicht.

MIT LEIDENSCHAFT GEMEINSAM GESTALTEN

„Ursprünglich waren es mit Stephan und Gerhard ja zwei Familien. Und bei unserer Arbeit setzen wir auf ein ziel- und praxisorientiertes Teamwork, bei dem wir uns alle auf Augenhöhe, mit Respekt und Verlässlichkeit begegnen. ASA, das ist ein bunter Haufen kreativer Köpfe,

erfahrener Entwickler, junger Tech-Talente sowie Product Owner, Data Genies und Hotelmanagement-Allrounder“.

Mit dem Generationenwechsel hat ASA die Weichen für ein langfristiges, organisches und gesundes Wachstum gestellt. Man legt Wert auf freundliche, langfristige Beziehungen und

schätzt unterschiedliche Perspektiven und Meinungen, die helfen, ein Thema aus allen Blickwinkeln zu verstehen. „Und wir haben alle das gemeinsame Ziel vor Augen, federführend die Zukunft des Tourismus zu gestalten. Das schweiß uns alle zusammen, mindestens genauso wie unsere Firmenhistorie als eigentümergeführter Betrieb“, so Spitaler.

GREIF MIETWÄSCHE

Familienunternehmen mit Herz und Verantwortung

Das Familienunternehmen Greif Mietwäsche mit Hauptsitz in Augsburg und acht weiteren Niederlassungen in ganz Deutschland führen die Brüder Markus und Martin Greif nun bereits in vierter Generation. Starke Unterstützung erhalten sie von ihrer Schwester Andrea Greif sowie von den Eltern Walter und Angelika Greif. Mit der Kraft zweier Generationen handeln die starken Unternehmerpersönlichkeiten gemeinsam verantwortungsbewusst, teamorientiert und zukunftsstark.

Dabei setzt jeder seine persönlichen Akzente und prägt Greif Mietwäsche auf individuelle Art und Weise. Das Unternehmen, das es bereits seit über 100 Jahren gibt, hat sich von einem kleinen Bügelservice zu einem deutschlandweit erfolgreichen Mietwäsche-Dienstleister mit rund 1.400 Mitarbeitenden und über 8.000 Kunden entwickelt und ist schwerpunktmäßig auf den Bereich Hotellerie und Gastronomie ausgerichtet. Dabei sind es vor allem die inhabergeführten Familienbetriebe, die Greif mit Bettwäsche, Frottierwäsche, Tischwäsche, Berufskleidung und Co. beliefert. Eine partnerschaftliche, vertrauensvolle und vor allem langfristige Zusammenarbeit steht dabei im Vordergrund.

„Wir pflegen einen gemeinschaftlichen, freundlichen Umgang und haben stets ein offenes Ohr – sowohl für unsere Mitarbeiter als auch für unsere Kunden und Geschäftspartner. Dabei

setzen wir in allen Bereichen auf langfristige Beziehungen“, so Markus Greif. Gerade kleinere Betriebe schätzen die familiären Strukturen und die Vorteile des Mietwäsche-Systems: Keine Kapitalbindung, keine Reparatur- oder Lagerkosten und kein zusätzliches Personal. Mietwäsche bietet einen Rundum-sorglos-Service und das auch noch nachhaltig. Denn das Mietsystem lohnt sich auch für die Umwelt.

Bei den Miettextilien setzt Greif auf maximale Qualität. In Europa nach verlässlichen Standards produzierte Ware prägt das Sortiment. Irreparable Artikel werden durch Recycling oder Upcycling sinnvoll verwertet. Und mit der klimaneutralen Mietwäsche bietet Greif auch den eigenen Kunden die Möglichkeit, sich an Klimaschutzprojekten zu beteiligen. „Nachhaltigkeit ist bei uns keine leere Floskel, sondern wird aktiv auf allen Ebenen umgesetzt und ist unser täglicher Antrieb“, so Martin Greif. Das spiegelt sich auch in den Unternehmenswerten „Beständigkeit, Individualität, Innovation und Verantwortung“ wider. Und auch das soziale Engagement kommt nicht zu kurz. Egal, ob unbürokratisch Hilfe in sozialen Projekten gebraucht wird oder als dauerhafte Sponsor für kleinere Sportvereine – die Familie Greif ist bekannt für ihre Hilfsbereitschaft und übernimmt Verantwortung. Vor Kurzem gewann Greif Mietwäsche den sogenannten „RWIN 2023“ für die „Wäscherei des Jahres“. Dabei bewertete die Fachjury vor allem auch die Nachhaltigkeitsaktivitäten von Greif Mietwäsche positiv. 



"Wenn der Restaurantbesuch zum Erlebnis wird, bezahlen die Gäste auch gern Geld dafür"

Jakob Portenlänger führt das heutige Bio-Hotel und -Restaurant „Alter Wirt“ in Grünwald in vierter Generation. Im Interview mit *DEHOGA Bayern* spricht er über Möglichkeiten und Herausforderungen der Mitarbeitergewinnung, über die Chancen von Social Media und gibt einen persönlichen Eindruck davon, was ihn jeden Tag antreibt.

Herr Portenlänger, welches Thema treibt die Branche derzeit besonders um? Ist es der Mitarbeitermangel?

Ich finde es spannend, dass so viele davon reden, dass wir einen Mitarbeitermangel haben. Wenn ich dann frage, ob sie selbst ausbilden, beantworten sie das oft mit „Nein“, weil es so anstrengend sei. Ich glaube, wir haben einfach einige Kollegen in der Branche, die noch nicht verstanden haben, dass es unsere Aufgabe ist, die Freude, die wir an unserem Beruf haben, an junge Menschen weiterzugeben. Und dass der Prozess ein anderer ist als noch vor 16 Jahren, als ich beispielsweise meine Ausbildung als Koch gemacht habe. Damals haben sich auf eine Stelle zehn Leute beworben.

Und heute?

Auf eine Stelle als Koch-Azubi kommen aus Deutschland ein, zwei Bewerbungen. Dazu 50 aus Marokko. Man muss es mit diesen Bewerbern einfach ausprobieren. Sicher fällt man dabei auch mal auf die Nase, aber man hat auch tolle Möglichkeiten. Wir führen den „Alten Wirt“ jetzt in vierter Generation. Mit meinen Geschwistern zusammen habe ich vor sechs Jahren noch das „Xaver’s“ eröffnet. Zwei der leitenden Angestellten sind ehemali-

ge Auszubildende aus dem „Alten Wirt“. Das ist für mich ein Beispiel dafür, wie toll man eine Karriere gestalten kann. Und nein, die waren nicht immer nur bei uns, sondern auch bei anderen Kollegen. Sie sind dann aber Gott sei Dank wieder zurückgekommen. (lacht) Das zeigt mir, dass wir in der Mitarbeiterführung vielleicht auch das ein oder andere richtig gemacht haben.

Was kann die Branche denn darüber hinaus gegen den Mitarbeitermangel tun?

Wir müssen uns die Zuwanderung zu Nutzen machen. Wie können wir junge Menschen aus anderen Ländern möglichst effektiv herausfiltern? Wer passt zu meinem Betrieb, wer nicht? Wie kriege ich es hin, über ein Video-Interview einen Kandidaten herauszufiltern, der zu mir passt, der möglichst auch seine Ausbildung bei mir abschließt – und danach natürlich auch noch ein paar Jahre bei mir bleibt? Diese Fragen müssen wir uns stellen.

Sie haben das Video-Interview angesprochen. Über welche Kanäle versuchen Sie denn sonst, neue Mitarbeiter zu erreichen?

Wir haben Gott sei Dank viel Mund-zu-Mund-Propaganda im Großraum München. Vorgestern hatte ich erst wieder

ein Bewerbungsgespräch mit dem Sohn eines ehemaligen Mitarbeiters, der mal bei meinen Eltern gearbeitet hat. Der ist immer noch in der Gastronomie. Er hat seinem Sohn gesagt: ‚Wenn du in die Gastronomie willst, dann gehst du in den „Alten Wirt“, da kriegst du eine gute Ausbildung!‘ Da geht einem als Unternehmer natürlich das Herz auf. Dann hat man doch irgendwie einen ganz guten Eindruck hinterlassen.

Sie haben vorhin Mitarbeiter aus anderen Ländern erwähnt. Gibt es da Sprachbarrieren?

Natürlich, denn sie sprechen ja nicht fließend Deutsch, wenn sie nach Deutschland kommen. Einer ägyptischen Auszubildenden, die seit drei Monaten bei uns ist, finanzieren wir gerade einen Volkshochschulkurs. Wir müssen auch diesbezüglich einfach einen Schritt weitergehen als bisher.

Wie wichtig sind soziale Medien für Sie?

Das Thema halte ich für wahnsinnig wichtig. In der Anfangsphase des „Xaver’s“ war eine Influencerin da, die wir über ein paar Ecken kannten. Sie hat ihren Geburtstag bei uns gefeiert. An diesem Abend haben wir ein paar Flaschen Wein ausgegeben und ein Brotzeit-



brettl. Und im Gegenzug hat sie eben ihren Geburtstag im „Xaver’s“ auf Social Media hoch und runter gespielt. Man hat tatsächlich gemerkt, wie sich in den darauffolgenden ein, zwei Wochen das Publikum geändert hat. Die Aktion hat uns einem breiteren Gästekreis geöffnet. Und genau das finde ich das Spannende: Mit relativ kleinem, aber gezieltem Aufwand viel zu bewirken. Wenn man das mit den sozialen Medien richtig macht, haben sie aus meiner Sicht viel Potenzial. Ich tue mich allerdings schwer damit, eine externe Agentur dafür zu bezahlen.

Wie hat sich die Erhöhung der Mehrwertsteuer auf Ihr Geschäft ausgewirkt?

Die Gäste achten schon auf die Preise, das merkt man. Wir als Gastronomen müssen ihnen Erlebnisse bieten, die sie auf diese Weise zu Hause nicht haben können. Dann sind sie auch gerne bereit, dafür Geld auszugeben. Das sind sie aber nicht, wenn wir nur Essen warm machen und auf den Tisch stellen. Das können die Gäste zu Hause auch. Wir müssen eine Atmosphäre bieten, wir müssen einen Charme entwickeln. Wir müssen eine Beziehung zu unseren Stammgästen aufbauen. Wenn der Restaurantbesuch zum Erlebnis wird, bezahlen sie auch gern Geld dafür.

Was motiviert Sie dazu, Ihren Job auszuüben, und wie behalten Sie sich die Leidenschaft bei?

Im Alter von 14 Jahren habe ich zu meinen Eltern gesagt, dass ich diesen Betrieb irgendwann übernehmen will. Sie haben mir dann zigmal gesagt, dass ich mir das gut überlegen und mich nicht verpflichtet fühlen soll. Ich glaube, es hat mich befreit, dass sie so klar kommuniziert haben, dass es diese Erwartungshaltung nicht gibt. Und es hat mich dazu motiviert, mir die Sache genauer anzuschauen. Wenn ich es jetzt schaffe, ein betriebswirtschaftlich gesundes Unternehmen zu führen, kann ich es vielleicht irgendwann an meinen Sohn weitergeben. Und dann habe auch ich das Generationenziel erreicht. (lächelt) ☺

IM GESPRÄCH MIT STERNE- UND FERNSEHKOCH ANDREAS SCHWEIGER

„DIE FAMILIEN- BETRIEBE, DIE RICHTIG ERFOLGREICH SIND, LASSEN DEN NACH- KÖMMLINGEN AUCH IHREN FREIRAUM“

Andreas Schweiger ist Sternekoch, erfolgreicher Unternehmer und Kochbuchautor. Zudem ist er der breiten Öffentlichkeit aus der TV-Sendung „Die Kochprofis – Einsatz am Herd“ bekannt. Im Gespräch mit *Gastgeber Bayern* spricht er unter anderem über aktuelle Herausforderungen für die Gastronomie, mit denen keineswegs nur inhabergeführte Betriebe konfrontiert sind. Doch auch mit den Eigenheiten dieser häufig kleineren Betriebe ist er bestens vertraut. Und siehe da: Der Spitzenkoch attestierte familiengeführten Betrieben sogar eine größere Widerstandsfähigkeit als anderen Unternehmensformen in der Gastronomie – sofern der Zusammenhalt stimmt und nicht nur wirtschaftliche Interessen zählen, versteht sich.

Herr Schweiger, was fällt Ihnen ein, wenn Sie an kleine, inhabergeführte Betriebe in der Gastronomie denken?

Das sind aus meiner Sicht diejenigen, die noch ein bisschen länger überleben, wenn man als Familie zusammenhält. Wenn alle zusammenhelfen, wenn die Oma noch mit dabei ist und die Kinder schon Kartoffeln oder Zwiebeln schälen. Anders ist es, wenn alle auf dem Gehaltszettel stehen – vorausgesetzt, man hat überhaupt noch Mitarbeiter. Das ist ja an sich schon ein riesiges Problem, das man nicht unterschätzen darf.

Sie meinen den Mitarbeitermangel?

Das Mitarbeiterproblem ist überall. Wir selbst kommen zwar immer ganz gut durch, müssen aber auch aktiv etwas tun, um Leute zu bekommen.

Ist die Sternegastronomie denn da ein bisschen besser dran?

Ja. Man hat es natürlich auch ein bisschen einfacher, wenn man in der Öffentlichkeit steht.

Was treibt die Betriebe derzeit noch um?

Alles ist teurer geworden, und viele trauen sich nicht, die Mehrkosten auf ihre Verkaufspreise umzulegen. Weil die Leute dann vielleicht sagen: „Na gut, dann gehe ich halt nicht mehr essen.“ Oder von Unternehmensseite kommt: „Na ja, also für Weihnachtsfeiern ist kein Budget mehr übrig, dann kriegt halt jeder ein Geschenk.“

Wie ist das denn, wenn man Betriebe auf dem Land mit denen in der Stadt vergleicht? Sind die Herausforderungen auf dem Land größer?

Jain. Wenn man gute Qualität bietet und ein netter Kerl ist, um das mal flapsig zu sagen, geht es dort auch. Gastro ist natürlich allgemein ein etwas härteres Geschäft. Es kommt auch darauf an, was man macht. Unsere Art der Gastronomie könnten wir zum Beispiel nicht auf dem Land machen. Wichtig ist, sich mit seinem Umfeld zu beschäftigen, bevor man sich einfach hineinstürzt und ein Fischrestaurant auf dem Berg aufmacht, um es mal überspitzt auszudrücken. (lächelt)

Hat die jüngere Generation andere Ansprüche an die Gastronomie?

Wir haben heute Abend eine Veranstaltung mit 15 Personen, da sind zwei Veganer und drei Vegetarier dabei. Das gab es vor 15 Jahren noch nicht. Vor zehn Jahren wollten viele glutenfrei und laktosefrei essen. Das hat sich jetzt wieder gelegt – ich habe keine Ahnung, woran das liegt. Man muss auf jeden Fall am Zahn der Zeit bleiben, sich mitentwickeln, weiterentwickeln – auch als Wirtshaus oder als speziellere Gastronomie.

Beobachten Sie denn auch bei den Kollegen, dass sie sich auf den Zeitgeist und auf neue Entwicklungen einlassen? Oder sind viele stur und wollen es so machen, wie sie es schon immer gemacht haben?

Natürlich kommt das vor. Es ist schließlich viel einfacher, immer das zu machen,

was man schon kann. Und es ist immer schwieriger, sich umzustellen, etwas Neues zu machen, dazuzulernen, egal in welchem Alter. Andere haben aber Lust, sich weiterzuentwickeln. Ein Bekannter von mir zum Beispiel: Es ist zwar schon wieder zwei Jahre her, aber er hat ein neues Restaurant eröffnet. Er meint, er kann sich nicht retten vor Bewerbungen von Köchen.

Woran liegt das?

Er macht das Kochen wieder ganzheitlicher, pflanzt selbst an, fermentiert, macht und tut. Und das im etwas größeren Stil. Wir machen das an sich auch, aber wir brauchen keine Angestellten für den Garten, sondern machen das zusammen mit den Schwiegereltern. Aber so etwas ist interessant für junge Leute, die sich weiterentwickeln wollen. Die gehobene Gastronomie hat sich insgesamt wahnsinnig weiterentwickelt.

Inwiefern?

Mein Koch hat zum Beispiel heute schon Brot gebacken. Wir machen gerade einen veganen Chip aus Buchweizen, Leinsamen und Nüssen. Ich bin jetzt fast 50 Jahre alt, ein alter Hase also. Ich muss das Rad nicht neu erfinden. Aber solche Sachen machen mir einfach Spaß.

Stichwort Generationenwechsel: Beobachten Sie, dass ältere und ►

ZUR PERSON:

Nach seiner Ausbildung zum Koch im Sterne-Restaurant „Fallert“ im Hotel Talmühle, Sasbachwalden, machte Andreas Schweiger unter anderem Station im Sterne-Restaurant „Wielandshöhe“ von Vincent Klink, Stuttgart, dem Hotel Dorchester, London, dem Sterne-Hotel-Restaurant „Krone“ von Karl-Emil Kuntz, Herxheim sowie dem „Hotel Mandarin Oriental“ von Holger Stromberg, München. Im Jahr 2003 eröffnete er mit dem Restaurant „Cocoon“ sein erstes eigenes Restaurant. Es folgten das „G-Munic“ (2005) und das „Schweiger 2“ (2006 – 2017). Seit 2009 ist der heute 47-Jährige im TV-Format „Die Kochprofis“ auf RTL2 präsent. 2013 eröffnete er mit „Andi Schweiger s Kochschule“ eine erfolgreiche Event- und Kochlocation und hat zwischenzeitlich fünf Kochbücher publiziert.

jüngere Generationen mit diesen Herausforderungen unterschiedlich umgehen, im Hinblick auf kulinarische Trends oder Mitarbeitergewinnung?

Es müssen immer beide mitspielen. Das ist oft schwierig, wenn Mama oder Papa den Betrieb seit 40 Jahren geführt haben und der Junge jetzt alles anders machen will. Sie müssen aber lernen, loszulassen. Die Familienbetriebe, die richtig erfolgreich sind, lassen den Nachkömmlingen auch ihren Freiraum. Bei den anderen ziehen die Jungen dann weiter. Die machen das nicht mit.

Was wünschen Sie sich von der Politik?

Es gibt Länder, in denen die Gastronomie ein anderes Ansehen genießt. Ich denke zum Beispiel an Kopenhagen. Dort gibt es mehr als eine Million reine Gourmet-Touristen pro Jahr, wenn der Bericht stimmt, den ich vor einiger Zeit darüber gelesen habe. Dort unterstützt die Politik die Restaurants. Sie müssen nicht unbedingt wirtschaftlich sein, um einen guten Platz zu bekommen. Das zieht dann weitere gute Leute an, und irgendwann kommt das nächste Sternerestaurant hinzu. Davon leben dann aber auch die Kleinen, sogar die Imbissbuden, weil die Gäste auch nicht den ganzen Tag im Sternerestaurant essen wollen. Und die Hotels profitieren. Es gibt Branchen, die stärker unterstützt werden, damit sie funktionieren. So etwas würde ich mir auch wünschen.

Zum Beispiel bei der Mehrwertsteuer und der Bürokratie?

Ja, natürlich. Wir müssen manche Sachen machen, bei denen ich denke: Wann sollen wir das jetzt auch noch machen? Will man denn, dass die Gastronomie verschwindet?

Wir beobachten ein Wirtshaussterben. Welche gesellschaftliche Bedeutung haben Wirtshäuser Ihrer Meinung nach?

Wir lieben es alle, wenn die Leute in Spanien und Italien an großen Tafeln zusammensitzen. Das liegt aber nicht nur an der Gastronomie, sondern auch an den Kunden. In Deutschland wollen viele supergünstig essen. Das Schnitzel darf nur zehn Euro kosten. Natürlich trägt auch das dazu bei, dass die Wirtshäuser sterben. Aber es gibt auch Gegenbeispiele...

...nämlich?

Vor ein paar Wochen war ich in einem richtigen Wirtshaus auf dem Land. Das war jetzt auch nicht nagelneu renoviert. Aber

dort arbeitet ein junger Koch, Mitte 20, der das toll macht und die klassischen Gerichte genial neu interpretiert. Der Laden war voll und ist es auch unter der Woche. Ob es mit einem Wirtshaus funktioniert oder nicht liegt also an ganz verschiedenen Faktoren. Man darf jedenfalls nie die Schuld von sich weisen. Stattdessen muss man dranbleiben und immer wieder investieren. ♡



STERNEGASTRONOMIE MAL ANDERS – DAS „ROSI“ IN ZÜRICH

BAYERISCHE KÜCHE BETRACHTET DURCH DIE *Rosigrote Brille*

Das Stamplerl im Latex steht hier nicht an der Bar, sondern auf der Speisekarte. Magische Schwammerl und Laubfrösche gesellen sich dazu. Die Quelle dieser frisch-frechen Kreativität findet sich nicht in einem Hipster Lokal Berlins, sondern im gediegenen Zürich. Hier betreiben Elif Oskan und Markus Stöckle das Restaurant Rosi.

Die Küche passt in kein konventionelles Format. „Neo-bayerisch“ schreibt die Presse gern. Auf der Website vom Rosi wird’s dagegen poetisch. Gedichte umschreiben Gerichte wie „Torte ohne Torte, ohne Zuckerguss und ohne Worte“. Frivol-bodenständig hingegen die Definition der „tätowierte Kruste vom Schwein“: Sie ist eine „essbare Reminiszenz an Arschgeweihe“.

Rosi und Rosa – das passt zusammen. Benannt nach der ältesten Kuh von Markus’ Bruder erstrahlt das Lokal in zartem Pastell. Der GaultMillau feiert die Küche mit 17 Punkten und zählt sie zu den „Aufsteigern des Jahres“. Die Zutaten? Keine Scheu vor harter Arbeit, ein Faible für historische Rezepte, der Einsatz moderner Technik in der Küche – und ganz viel schräge Ideen. Zürich ist ein hartes Pflaster für Gastronomen. Die Gäste sind verwöhnt, die Restaurantdichte ähnlich hoch wie in New York. Welches Power-Team ist der Motor für den Rosi-Erfolg? Die Antwort: Eine wunderbare Liaison mit türkisch-bayerischen Wurzeln.

ELIF OSKAN – KOCHEN MIT PRÄZISION UND LEIDENSCHAFT

Schon als Teenager entwickelt das Kochtalent Elif Oskan eine Liebe zu verspielten Rezepten. Etwas à la Wellington zuzube-





© Restaurant ROSI

reiten, macht ihr damals besonders viel Spaß. Im Ausbildungsbetrieb „Romantik Seehotel Sonne“ in Küsnacht (Kanton Zürich) setzt man eigens das Gericht Königstaube Wellington auf die Karte „Einfach damit ich das zubereiten durfte“. Ihr Weg führte sie schließlich ins „The Fat Duck“. Das Londoner Sternelokal ist Kadenschmiede zahlreicher aufstrebender Köche. Der Anspruch ist hoch, die Lernkurve auch.

Als junge Frau wurde sie dort jedoch in die Patisserie-Ecke „abgeschoben“, wie sie es später in ihrem Kochbuch schreibt. Oskan macht daraus einen Vorteil. Mit ihrer Hingabe für Genauigkeit, Struktur und Ordnung holt sie das Beste aus der Position der Chef de Partie Pâtisserie. Dennoch entscheidet sie sich für eine Rückkehr nach Zürich. Der Grund? die Liebe! Zum Küchenteam im „The Fat Duck“ gehörte auch Markus Stöckle, der ihr Herz erobert. Doch Liebe am Arbeitsplatz kommt für den Chef Heston Blumenthal nicht in Frage. So entscheidet sich das Paar für eine Fernbeziehung und Elif verwandelt sich in Zürich unter dem Pseudonym Miss Marshall zu einer Glacé-Eis- und Dessert-Spezialistin. Nur allzu gerne lässt sich

die Stadt von ihren süßen Kreationen verführen. Zum Jahreswechsel 2015/2016 folgt ihr Markus Stöckle nach Zürich und ein neues kulinarisches Kapitel beginnt.

MARKUS STÖCKLE – DANIEL DÜSENTRIEB DER GASTRONOMIE

Der Sohn von Allgäuer Milchbauern entdeckte bereits mit zwölf Jahren seine Leidenschaft fürs Kochen. In seiner späteren Lehre hat er vor allem Schnitzel geklopft. Die Zeit nimmt er heute mit Humor und nennt es eine „solide Grundausbildung“. Schließlich führt sein Weg nach London. Gemeinsam mit Molekularkoch Heston Blumenthal und Chemikern tüftelt er im Küchenlabor von „The Fat Duck“ an wissenschaftlichen Grundlagen des Kochens mit Messbecher, Spritze und Pipette. Fünf Jahre lang unterstützte er das Küchenteam täglich 16 Stunden. Eine harte Zeit, aber: „Das war halt einfach genial. Weil man mir Dinge gezeigt und beigebracht hat.“

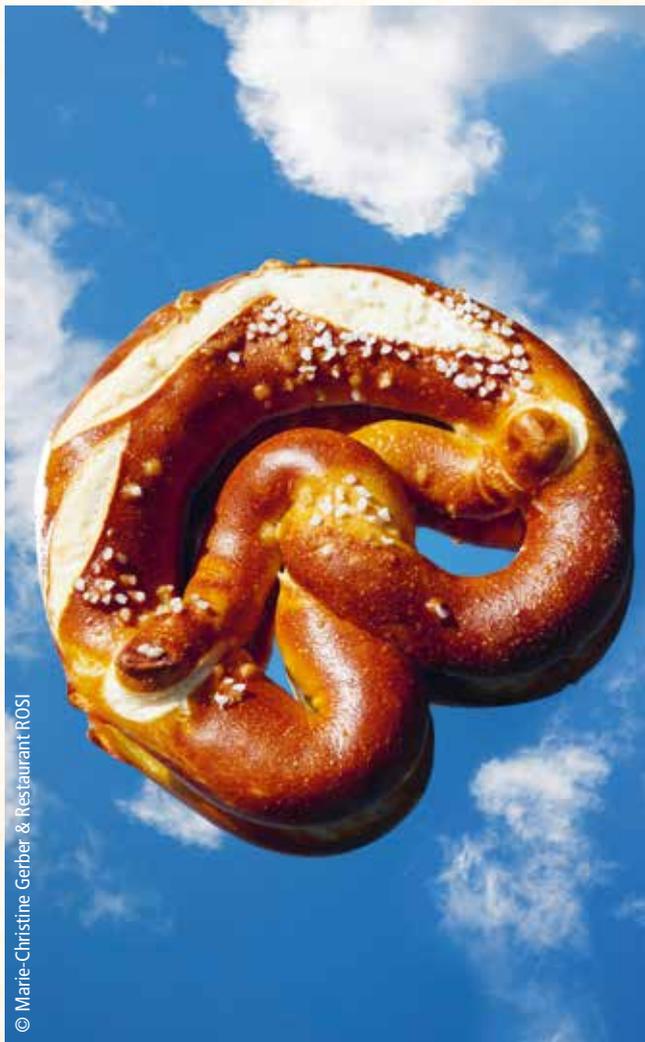
Nach seinem Umzug nach Zürich sind er und Elif an der Eröffnung verschiedener Pop-up-Lokale beteiligt, darunter das „Wood Food“,

die „Wild Bar“ und das „Taco-Fenster“. „Die Pop-ups haben mir geholfen, was das Organisatorische und Strategische betrifft. Aber ohne Elif hätte ich das nie geschafft. Sie ist konsequenter, strikter, sauberer – und sie kann besser mit Menschen“, ist er überzeugt.

Im Januar 2018 eröffneten beide ihr erstes eigenes Restaurant, das „Wirtshaus Rosi“ beim Lochergut. Inspiration für die Gerichte findet Markus beim Studium alter Kochbücher. Insbesondere jene von Johann Rottenhöfer ziehen ihn in den Bann. Rottenhöfer arbeitete im 19. Jahrhundert als Leibkoch von König Ludwig. Und der fand ebenfalls großen Gefallen an Backendl oder Wurstsalat. Wenn Markus eine verrückte Idee hat, weiß Elif, wie man sie pragmatisch umsetzen kann.

DER „DREIKLANG DES ERFOLGS“

Der Erfolg der beiden fußt auf einer wunderbaren Kombination aus Teamgeist, Neugier und Tatendrang. Für Markus geht im Rosi ein Traum in Erfüllung, bayerische Küche auf diesem Niveau und in



dieser verspielten Form anzubieten. Das Angebot im Restaurant ist klein und delikates. Der Text der Speisekarte ist in bayerischer Mundart verfasst. Da braucht das Züricher Ohr oft eine mündliche Übersetzung. Genau diese Gespräche mit Gästen sind für das Wirtepaar unglaublich bereichernd. Und den frisch-frechen Humor von Markus können Gäste sogar auf dem Teller schmecken. So wird zu Beginn eines Menüs gerne auch mal Kaffee und Kuchen serviert. Wer kostet, bemerkt schnell: Die perfekte achtschichtige Torte ist salzig und der Espresso eigentlich eine geräucherte Pilzconsommé.

LUST AUF NEUES?

Auch privat lassen sich Elif und Markus gerne von neuen Produkten überraschen. „In München hat mir ein Lieferant mal eine Delikatesse zum Probieren gegeben. Es schmeckte wie so eine cremige Dörrfrucht-Masse mit Nüssen. Es stellte sich heraus, dass es Exkremete von einem iranischen Baby-Esel waren.“, berichtet Markus.

Derlei Zutaten wird man im Rosi gewiss nicht finden. Doch es bleibt abzuwarten, welche ausgefallenen Ideen die Köpfe dieses Power-Paares künftig noch zu Tisch bringen. Immerhin haben es sogar schon Fabelwesen wie der Wolpertinger auf die Karte geschafft. Vielleicht gibt es ja demnächst ein Tatzelwurm-Ragout. ☺

Bayern Tourist GmbH | Termine

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

MÄRZ

Mitarbeiterführung – Personalwesen I	04.-05.03.2024
Schlagfertigkeit kann man lernen	05.03.2024
Easy Leading	11.03.2024
HACCP – im Wandel des Gastgewerbes	11.03.2024
Erfolgsfaktor Feedback-/Beschwerde-Management – Basis	12.03.2024
Rhetorik Präsentationstechnik	13.03.2024

APRIL

Einführung ins professionelle Revenue-Management	15.04.2024
Interkulturelle Kommunikation	16.04.2024
Effizientere Prozesse durch Digitalisierung	17.04.2024
Die nächste Betriebsprüfung kommt gewiss!	
Worauf kommt es an und wie kann ich mich darauf vorbereiten?	22.04.2024
Konflikte im Team meistern – Widerstände als Motivation	23.04.2024
Housekeeping und das Zimmer-Checken – mit System geht alles leichter	23.04.2024
Mitarbeiterkommunikation – der Schlüssel zum Erfolg	25.04.2024
Qualitäts- und Konfliktmanagement	29.04.2024
Wertschöpfung durch Wertschätzung	29.04.2024

MAI

Der Preis ist heiß	02.05.2024
Führungs-Akademie in mehreren Modulen – Führungs-Kompetenz II	06.-07.05.2024
Marketing-Workshop	13.-15.05.2024

JUNI

Hotelvertrieb im Wandel – Vertrieb anders gedacht	03.06.2024
Qualitätssicherung in der Dienstleistung	04.06.2024
Zeit- und Selbstmanagement	05.06.2024
Visual Content Creation	06.06.2024
Housekeeping Positiv gestalten – Attraktivität erhöhen	10.06.2024
Mitarbeiterführung – Personalwesen – Nachwuchssicherung II – Tag 1	17.06.2024
Mitarbeiterführung – Personalwesen – Arbeitsrecht II – Tag 2	18.06.2024
Mitarbeiterführung – Personalwesen – Wirkungsvoll Kommunizieren & Potenzial entwickeln II – Tag 3	27.06.2024

Veranstaltungsort

Prinz-Ludwig-Palais
Türkenstraße 7
80333 München

Weitere Informationen unter

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



Alle aktuellen Seminarangebote finden Sie auch hier!

 **BTG** | Bayern Tourist GmbH

SO INDIVIDUELL WIE IHRE GÄSTE

EINFACH BEWUSST GENIESSEN – FRÜHSTÜCKEN MIT EDNA

Ein ausgewogenes Frühstück ist die Grundlage für einen optimalen Start in den Tag. Gerade beim Frühstück legen viele Gäste immer mehr Wert auf eine breite Palette an Produkten in bester Qualität. Mit einer großen Auswahl an Frühstücksprodukten unterstützt EDNA Gastronomen und Hoteliers ihr Angebot um trendige Brötchen, Brote und Gebäck zu erweitern.

Vom ernährungsbewussten Vitalbrötchen, übers Frühstückscroissant bis hin zum Pancake findet sich im umfangreichen EDNA-Sortiment immer genau das Passende. Gerade mit leckeren Brötchen und Broten aus der Better Life-Produktlinie tragen Sie schnell und unkompliziert dem aktuellen Zeitgeist einer bewussten Ernährung Rechnung. Neben Superfood wie Chia- oder Hanfsamen, Vollkornprodukten sowie Urgetreide, finden sich hier auch jede Menge glutenfreie sowie vegane Produkte im Sortiment.

Oder soll es lieber Bio sein? Kein Problem mit den bunten Brötchen-Mischkisten in bester, zertifizierter Bio-Qualität von EDNA. Sie bieten jede Menge Vielfalt und Abwechslung in nur einem Karton, sind bereits fertig gebacken, sparen somit Zeit und Ressourcen und schmecken bestimmt jedem.



© EDNA

QUALITÄT ist unsere MISSION

gut sortierte Mischkisten für mehr Vielfalt

Art. 1160*
FF-PartyBurgerMischkiste, 4-fach sortiert
Maße: Ø 6,5 x H 3,5 cm
Gewicht: 30 g, 100 St./Kt.
❄️ fertig gebacken

Art. 1988*
Dip Mix Minis, 6-fach sortiert
Gewicht: 19,2 g, 360 St./Kt.
❄️ fertig gebacken

Art. 2151*
FF-Mini Cookie Mischkiste, 3-fach sortiert
Maße: Ø 6,0 x H 0,8 cm
Gewicht: 13 g, 150 St./Kt.
❄️ fertig gebacken

Die **EDNA** App

Jetzt schnell und einfach mit der EDNA App bestellen!

Die EDNA App
Einkauf war noch nie so einfach!

Bestellen Sie jetzt bei Ihrem Großhändler, im C+C Markt oder direkt bei EDNA!

EDNA.de

EDNA International GmbH
Gollenhoferstraße 3 · 86441 Zusmarshausen

E-Mail info@edna.de
0800 722 722 4 | 01522 179 55 81



❄️ Lieferung per Tiefkühl-LKW.

* Weitere Informationen (Inhalte der Mischkisten, Bezeichnung des Lebensmittels, Zutaten, Nährwertdeklaration, Allergene, Zubereitung) erhalten Sie unter www.edna.de. Auf der Website im Suchfenster die Artikelnummer eingeben und anschließend auf die gewünschten Informationen klicken. Gerne steht Ihnen unsere kostenlose Service-Hotline 0800/7227224 für weitere Informationen zur Verfügung. Irrtümer und Änderungen vorbehalten. Keine Haftung für Druckfehler. Bei den Produktbildern handelt es sich teilweise um Servierbeispiele.

MIT ZERTIFIZIERUNG BARRIEREFREIHEIT FÖRDERN UND AKTIV KOMMUNIZIEREN

Bayerische Gastfreundschaft FÜR ALLE

Bayern hat eine klare Vision: Seine traditionelle Gastfreundschaft soll für alle Menschen erlebbar sein. Dazu gehört auch, eine breite Palette an qualitätsorientierten barrierefreien Angeboten für mobilitäts- oder aktivitätseingeschränkte Gäste zur Verfügung zu stellen. Urlaub „ohne Einschränkungen“ wird im Tourismus zunehmend zum Qualitätsmerkmal.

Denn von Barrierefreiheit profitieren nicht nur Menschen mit Behinderungen, auch für ältere Urlauber oder Familien ist sie ein entscheidendes Komfortmerkmal. So ist zum Beispiel ein Wanderweg, der für Rollstuhlfahrer geeignet ist, auch ein Gewinn für Familien, die mit einem Kinderwagen unterwegs sind. Zudem wird Barrierefreiheit angesichts des demographischen Wandels künftig noch mehr an Bedeutung gewinnen. Der barrierefreie Tourismus ist ein Segment mit Wachstum und mit großem ökonomischem Potenzial: Denn Barrierefreiheit ist für etwa 10 Prozent der Bevölkerung unentbehrlich, aber für 40 Prozent hilfreich und für 100 Prozent komfortabel.

REISEN FÜR ALLE

Um den barrierefreien Tourismus landesweit zu fördern und auszubauen, hat der Freistaat die Bayern Tourismus Marketing GmbH (BayTM) federführend mit der Umsetzung des nationalen Kennzeichnungssys-

tems „Reisen für Alle“ in Bayern beauftragt. Das Kennzeichnungssystem soll Gäste mit verlässlichen Informationen zum Thema Barrierefreiheit für ihren (Urlaubs-)Aufenthalt in Bayern versorgen, die nach einheitlichen Kriterien von unabhängigen Prüfern erhoben wurden. So können sich Gäste mit Handicap oder besonderen Bedürfnissen an Komfort und Service vorab über die genauen Gegebenheiten vor Ort informieren.

Dabei geht es nicht darum, dass sämtliche Angebote uneingeschränkt barrierefrei werden. Vielmehr ist von größerer Bedeutung, den beeinträchtigten und komfortsuchenden Menschen zuverlässige und aktuelle Informationen über die tatsächlich vorhandenen Angebote bereitzustellen. Anhand dieser Informationen können diese dann eigenständig entscheiden, ob das Angebot ihren persönlichen Anforderungen entspricht oder nicht. Bereits seit 2014 ermöglicht das Bundesprojekt „Reisen für Alle“ eine national einheitliche Darstellung geprüfter Informationen über barrierefreie Angebote. Das Projekt richtet sich dabei an sämtliche Unternehmen innerhalb der gesamten touristischen Servicekette,



© erlebe.bayern - Tobias Gerber



© erlebe.bayern - Dietmar Denger



angefangen bei der Informationsphase vor Reiseantritt bis hin zur Tourist-Information, den Restaurants, Hotels, Museen, Wanderwegen und Freizeiteinrichtungen vor Ort. Auch ganze Regionen und Städte haben die Möglichkeit, sich zertifizieren zu lassen.

ZERTIFIZIERUNG IN BAYERN

Die Zertifizierung basiert auf einem bundesweit einheitlichen Kriterienkatalog, der die Barrierefreiheit von touristischen Angeboten bewertet. Die BayTM fungiert dabei als Hauptansprechpartner für alle touristischen Anbieter in Bayern und wickelt die Kennzeichnung „Reisen für Alle“ ab. Zudem fördert die BayTM mit den Fördermitteln des Bayerischen Landwirtschaftsministeriums auch einen Teil der Erhebungskosten für die Kennzeichnung bei einer Erst- und Re-Zertifizierung. Die Bayern Tourist GmbH (BTG) übernimmt dabei die operative Bearbeitung und kümmert sich organisatorisch um die Zertifizierung.

Seit 1. Januar 2024 fungiert sie zudem als nationale Koordinierungsstelle und kümmert sich deutschlandweit um die Zertifizierung nach „Reisen für alle“. In Bayern sind aktuell rund 600 Betriebe zertifiziert. Damit hat Bayern im deutschlandweiten Vergleich die meisten barrierefrei zertifizierten Betriebe, die alle auf der zugehörigen Webseite www.reisen-fuer-alle.de und erlebe.bayern/urlaub-fuer-alle zu finden sind. Ob Urlaubs- oder Ausflugsideen: Die meisten Zertifizierungen stammen dabei aus den Bereichen Gastronomie, Unterkünfte sowie Freizeit, Sport, Unterhaltung und Kultur.

WIE FUNKTIONIERT DIE ZERTIFIZIERUNG?

Die für Gäste notwendigen Informationen zur Barrierefreiheit werden in jedem Betrieb beziehungsweise bei allen Anbietern durch ausgebildete Erheber zu allen Personengruppen (beispielsweise mobilitätseingeschränkt oder sinnesbeeinträchtigt) erfasst. Eine weitere Voraussetzung der Zertifizierung nach „Reisen für Alle“ ist, dass mindestens ein Mitarbeitender des Unternehmens vorab eine Online-Schulung zum Thema „Reisen für Alle“ absolviert. Im Anschluss wird ein Zertifikat

über die erfolgreiche Absolvierung dieser Sensibilisierungsmaßnahme ausgestellt. Die Zertifizierung gilt für einen Zeitraum von drei Jahren. Nach Ablauf der Zertifikatsgültigkeit kann eine Rezertifizierung mit einer Nacherhebung beantragt werden. Jeder Betrieb erhält mindestens die Stufe „Information zur Barrierefreiheit“. Sollten die Qualitätskriterien für eine oder mehrere Personengruppen erfüllt werden, erhält der Betrieb beziehungsweise Anbieter das Zeichen „Barrierefreiheit geprüft“. Zur Vorbereitung gibt es eine Liste mit Qualitätskriterien. Anhand dieser Liste können Verantwortliche ihr Unternehmen und ihre Angebote vorab prüfen und eventuell schon durch kleine Veränderungen weitere Barrieren abschaffen.

GEMEINSAM MEHR ERREICHEN

Neben der Zertifizierung bietet die BayTM zudem eine Plattform zur Vernetzung, zum Austausch und zur Wissensvermittlung für alle Interessierten an. Im Netzwerk geht es unter anderem darum, die Zielgruppe besser kennenzulernen und zu verstehen, um optimal auf ihre Bedürfnisse eingehen zu können. Netzwerk-Teilnehmer können ihr Wissen zu Angebotsentwicklung und -kommunikation in diesem spezifischen Segment erweitern sowie gemeinsame Marketinglösungen kreieren. Die BayTM steht den Netzwerkteilnehmern bei allen Fragen zum barrierefreien Tourismus zur Seite und übernimmt die gesamtheitliche Vermarktung und Kommunikation des „Barrierefreien Urlaubs in Bayern“ für alle Partner. 

WEITERE INFORMATIONEN ZUR ZERTIFIZIERUNG

Weitere Informationen sowie Ansprechpartner zum barrierefreien Tourismus erhalten Interessierte durch Scannen der untenstehenden QR-Codes.



Mitmachen & gewinnen

Unter allen Einsendern, die bis spätestens 30. April 2024 eine E-Mail mit dem Stichwort „Stephan Zinner“ an f.john@gastgeber.bayern schicken, werden je drei signierte Exemplare der Romane „Flugmango“ und „Badewanne des Todes“ verlost. Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

PORTRAIT VON STEPHAN ZINNER, SCHAUSPIELER, KABARETTIST, BUCHAUTOR UND MUSIKER

**„Gerade jetzt,
wo viele sich im Internet
ihren eigenen Kosmos
aufbauen, schafft das
Wirtshaus Raum für
Begegnungen“**

München, Nockherberg, 13 Uhr. Interviewtermin mit Stephan Zinner, Schauspieler, Kabarettist, Buchautor und Musiker. Der Gesprächspartner kommt überpünktlich und liefert gleich noch den bestellten Cappuccino – charmant! Weniger charmant ist die Januar-Sonne zu ihm, die zwischen grauen Wolken hervorblitzt, und Unschuldigen das Sehvermögen raubt. Mehrfach wird im Gespräch der Sitzplatz nachjustiert.

Der zweite Kaffee ist bestellt, der Notizblock gezückt, es kann losgehen....

Welche Interviewfrage nervt Sie am meisten?

„Keine spezielle, aber ich mag’s nicht, wenn einer schlecht vorbereitet ist.“

Okay...sind wir gut genug vorbereitet?

Wir werden sehen. So viel ist auf jeden Fall bekannt: Aufgewachsen im oberbayerischen Trostberg lernte Stephan Zinner sein Handwerk an der Schauspielschule Zerboni in München. Es folgten Engagements am Salzburger Landestheater und bei den Münchner Kammerspielen. Er wirkt mit in zahlreichen Film- und Fernsehproduktionen, darunter in den Eberhofer-Krimis als Metzger Simmerl, im Polizeiruf als Kriminalhauptkommissar Dennis Eden oder als Pfarrer Hans Reiser in der Serie „Himmel, Herrgott, Sakrament“. Da haben wir doch gleich mal die nächste Frage:

Warum flucht man in Bayern eigentlich so gerne mit kirchlichen Motiven?

„Ich finde daran nichts Ehrenrühriges oder Beleidigendes. Das gehört bei uns dazu und geht einem gut über die Lippen. Oben und unten wird mehr zu einer Ebene. Das täte dem Ganzen (kirchlichen Hierarchiesystem, Anm. d. Redaktion) vielleicht grundsätzlich nicht schaden, dass man Level-Unterschiede angleicht.“

Pfarrer Reiser und Stephan Zinner teilen eine gemeinsame Leidenschaft: Motorrad fahren. Im echten Leben hat’s mit dem Führerschein noch nicht geklappt. Der Grund: Coronabedingt gab es Terminengpässe für Prüfungen in der Fahrschule. Im Frühjahr soll es aber so weit sein. Doch im Gegensatz zum Pfarrer ist Zinner verheiratet mit einer Chirurgin.

Was hält Ihre Frau von Ihrem Wunsch, Motorrad zu fahren?

„Naja, die ist natürlich extrem begeistert. (lacht) Sie weiß halt, was passiert, wenn’s mit dem Fahren nicht so gut klappt. Wenn beim Unfall der Hubschrauber kommen muss, sieht es für Motorradfahrer oft richtig scheiße aus. Solche Bilder bleiben im Kopf einer Unfallchirurgin hängen. Doch es gibt auch viele Kollegen in ihrem Umfeld, die durchaus selber Motorrad fahren. Und ich kenne ja meine Frau: Am Ende wird sie auch mitfahren wollen.“

Zurück zum Schauspieler und Bühnenprofi. Stephan Zinner hat schon viele Bühnen von oben, unten und hinten gesehen. Da drängt sich gleich eine weitere Frage auf...

Kleine Bühne versus große Bühne: Wo spielen Sie eigentlich lieber?

Bei Kleinkunst wie Kabarett finde ich kleine Bühnen schon gut. Im April spielen wir im Zirkus Krone – das ist so gebaut, dass auch derjenige, der die letzte Karte kriegt, genug mitbekommt und einen coolen Abend hat. Das kann ich von manch großer Stadthalle nicht behaupten. Auch wenn du ins Resi

(das Residenztheater in München, Anm. der Redaktion) gehst und ganz hinten sitzt, hast Du einen anderen Abend als ein Gast im Parkettbereich. Bei Konzerten ist es wieder eigen. Da bin ich gerne mal weit hinten. Der Ton fällt dort quasi nach unten und macht einen guten Sound. Grundsätzlich gilt aber: Alle Veranstaltungsorte haben ihre Vor- und Nachteile, egal ob Lustspielhaus, Audimax oder Schlachthof...

Haben Sie eigentlich eine Lieblingsrolle?

„Nein. Ich mag vielleicht die Episode einer Serie oder einen Film lieber als den anderen. Aber in jeder Rolle, egal ob Pfarrer, Metzger oder Polizist, gibt es die coolen Sachen zum Spielen und Dinge, die man halt machen muss. Es gibt keine Rolle, bei der ich mir denke: Das will ich unbedingt einmal spielen. Es hat alles sein Für und Wider.“

Gibt es Rollen, die sie ablehnen würden?

„Nein, nicht pauschal. Klar liest man immer mal wieder was, wo man sich gar nicht sieht. Aber es kann auch das Team, in dem man spielt, Grund sein, eine Rolle nicht anzunehmen. Ich hatte da bisher immer Glück und tolle Kollegen. Doch in der Filmbranche gibt es schon den ein oder anderen komischen Vogel, oder auch...Vogelin. Ich hab mit denen nie richtig viel zu tun gehabt, aber man hört dann von anderen, dass die Zusammenarbeit mit einer bestimmten Person richtig krass war. Man muss in dem Job nicht jeden mögen, aber ich hatte bis jetzt immer Glück.“

Bühne, Fernsehen, Film – macht alles gleich viel Spaß?

„Der Wechsel ist großartig! Das ist für mich extremer Luxus. Bei Live-Auftritten muss man sehr präsent sein, bei Fernsehaufnahmen viel warten, Bücher schreiben ist langwierig – alles hat seine speziellen Anforderungen, alles seinen Reiz.“

Für die Arbeit vor der Kamera und auf der Bühne muss man viel auswendig lernen. Gehen Sie noch mit dem Einkaufszettel in den Supermarkt?

„Oh ja! Wenn ich viel Text lernen muss, wie bei der Rolle von Pfarrer Reiser, da war die erste Woche zack. Aber irgendwann kommt man rein. Mir kommt es vor, als würde das Hirn neue Synapsen freischalten. Ich bin nicht wahnsinnig schnell beim Auswendiglernen, eher solides Mittelfeld. Und wenn der Text mal im Kopf ist, ist er drin. Ich kann schlecht „weg lernen“, wenn der Regisseur den Text zum Beispiel spontan ändert. Darin sind andere besser.“

Nach getaner Arbeit kocht er gerne. Das entspannt. Rezepte, Tipps und Kniffe gibt's bei Bedarf von der Mutter, gerne notiert auf „Zinners Zetteln“. Besonders Schmorgerichte haben es ihm angetan. Kinder und Frau freut es, wenn sich nach einem anstrengenden Tag in Schule und OP-Saal die Haustür öffnet und schon der Duft ankündigt, dass gleich etwas Gutes auf dem Tisch steht.

Sie kochen gerne. Woher kommt das?

„Also, meine Mutter hätte mich früher nicht an den Herd gelassen. Bei uns hat sie immer gut und frisch gekocht. Ich glaube, es gab nie etwas aus der Dose. Das hat mich geprägt. Ich koche heute selber sehr gerne, das entspannt mich. Und meine Familie mag mein Essen auch. Meine Frau und Kinder können selbst sehr gut kochen. Meine 14-jährige Tochter hat letztens Lasagne gemacht, die war gut. Und vor der Schule macht sie sich auch mal High Protein Pancakes. Das finde ich schräg, aber auch cool.“

Oh! Wie schmecken die?

„Keine Ahnung, ich habe keinen abbekommen. Ich koche aber auch gerne mal vegan. Nur mag ich es nicht so gerne essen. Ich mag Käse, der geht mir bei veganem Essen einfach ab. Bei uns gab's daheim als Kind auch viel

vegetarische Gerichte. Fleisch eher nicht so oft – dafür dann aber die guten Stücker'l. Wenn Du selber kochst, selber dafür einkaufst, wächst Dein Wissen. Aber nicht, wenn Du für's Essen bloß Packungen aufreißt.“

Kurze Unterbrechung – die Frau ruft an. „Ich bin gerade in eine INTERVIEW.“ Die Sonne piekst schon wieder in den Augen. Der Stuhl wird zurechtgerückt. Der Service bringt den nächsten Kaffee. Weiter geht's...

Schlechte Laune vor einem Auftritt: Wie bringt man in der Verfassung Humor auf die Bühne?

„Das ist der Job, da muss man durch. Punkt. Andererseits ist das für einige durchaus so belastend, dass sie mit Kabarett aufgehört haben, sich auf's Schreiben verlegten oder gar anfangen zu saufen. Dieser Zwiespalt zwischen „Mr Lucky auf der Bühne“ und „Wie geht's mir wirklich?“ ist nicht leicht. Entweder, man hält diesen Druck aus oder hört auf. Eine Veranstaltung aufgrund von Krankheit abzusagen, das gibt's. Ich musste im November 2023 aufgrund einer Bronchitis auch zwei Konzerte absagen. Die Veranstalter waren kulant und suchten einen Ersatztermin. Aber bei psychischen Problemen schiebt man vermutlich etwas anderes vor, um abzusagen.“

Ihrer Frau machten Sie nach nur 5 Wochen einen Heiratsantrag. Sind Sie grundsätzlich ein Mann schneller Entscheidungen?

„Nein, aber ich entscheide aus dem Bauch heraus. Ich hab einfach kein Gen für langes Vergleichen. Meistens stimmt für mich der erste Eindruck.“

Apropos Entscheidung: Heute wählt oft eine KI den passenden Beziehungspartner aus. Wie ist denn Ihre Meinung zu Parship & Co.?

„Davon halte ich wenig, weil ich auch schon mitbekommen habe, welche Anforderungen darüber an den Partner gestellt werden. Wenn

ich mir in meinem Freundeskreis ansehe, welche Paare schon lange zusammen sind, würde man erstmal nicht immer draufkommen, dass gerade diese beiden gut zusammenpassen. Ich glaube, man schließt über diesen Weg viele aus und schränkt sich selbst in der Partnerwahl sehr ein. Auch beim Thema Status. Unter meinen Freunden trafen Reiche auf Arme und die Partnerschaft passt wunderbar. Das ist doch auch der Grundbaustein in Liebesfilmen. Man führt zwei verschiedene Personen zusammen – sowas ist doch sehr reizvoll.“

Nochmal ein Themenwechsel...wir sind ja schließlich das Gastgeber Magazin. Welche Bedeutung hat das Wirtshaus für Sie?

„Eine große. Das ist ein Ort für Treffen, für Kulinarik. Ich mag das sehr. Gerade jetzt, wo viele sich im Internet ihren eigenen Kosmos aufbauen, schafft das Wirtshaus Raum für Begegnungen. Man kommt ins Ratschen – auch mit Leuten, die nicht unbedingt deine Freunde sind. Darum mag ich auch die Wiesn. An meinem Tisch saß dort zuletzt eine wilde Mischung aus Ober- und Niederbayern, Asiaten, Mazedonen. Alle sind gut miteinander. Das mag ich und finde ich wichtig. Umso mehr ist es schade, wenn ich auf's Land fahre und bei einer Wirtschaft ein „Geschlossen“-Schild sehe. Aber ich bekomme auch mit, dass es junge Leute gibt, die da wieder einsteigen wollen (in die Gastronomie, Anm. d. Redaktion). Das finde ich gerade am Land wichtig. Aber dass Wirtshäuser schließen, liegt auch an den Leuten. Gerne wird g'scheit dahergeredet, wenn was schließen muss. Aber wenn du dann fragst: ‚Warst Du mal in dem Wirtshaus?‘, zeigt sich, dass stattdessen eher was beim Lieferdienst bestellt wurde. Das finde ich dann auch komisch.“

Zu guter Letzt haben wir noch eine Bitte: Können Sie den folgenden Satz beenden? „Ein Leben ohne Gastgewerbe wäre für mich.....“

„....scheiße!“ 

Das Interview führte Juliane Jerin

A close-up portrait of Stephan Zinner, a man with a beard and blue eyes, wearing a blue button-down shirt over a white t-shirt. He is looking directly at the camera with a serious expression. His hands are clasped in front of him.

**„Dass Wirtshäuser
schließen, liegt auch
an den Leuten. Ger-
ne wird g’scheit da-
hergeredet, wenn
was schließen muss.
Aber wenn Du dann
fragst: ‚Warst Du mal
in dem Wirtshaus?‘,
zeigt sich, dass statt-
dessen eher was
beim Lieferdienst
bestellt wurde.
Das finde ich dann
auch komisch.“**

STEPHAN ZINNER AUF TOUR

Aktuell tourt Stephan Zinner mit dem Kabarett Programm „Der Teufel, das Mädchen, der Blues & Ich“ durch Bayern. Zudem veranstaltet er mit seinem Freund und Kollegen Hannes Ringlstetter Kabarettabende unter dem Motto „2 Typen – 2 Gitarren – 2 Bücher“. Interessierte sollten schnell zugreifen – es wird schon eng in Sachen Tickets. Übrigens: Am 18. September präsentiert Zinner im Lustspielhaus München sein neues Buch – wir sind jetzt schon gespannt, welche Geschichten uns nach der „Badewanne des Todes“ erwarten. www.stephanzinner.de

12 GRÜNDE FÜR EINE MITGLIEDSCHAFT BEIM DEHOGA BAYERN

**WERDEN SIE MITGLIED BEIM DEHOGA BAYERN
UND PROFITIEREN SIE VON FOLGENDEN VORTEILEN:**

- 1. INKLUDIERT**
Rechtsschutzversicherung
- 2. KOOPERATION MIT MUTSCHMIEDE/**
Hinweisgeberschutzgesetz
- 3. BREITES UND PROFESSIONELLES**
Partnernetzwerk
- 4. JUNGE** Gastgeber
- 5. GEMEINSAME** Veranstaltungen
- 6. PROFESSIONALITÄT –**
Sonderkonditionen bei
Partnerfirmenprogramm
- 7. PERSÖNLICHE** Ansprechpartner
- 8. WAHLMÖGLICHKEIT**
„mit bzw. ohne Tarifbindung“
- 9. INFORMATIONSAUSTAUSCH**
auf Augenhöhe
- 10. HILFESTELLUNG**
durch persönliche Beratung
- 11. VERMITTLERFUNKTION**
auch bei Behörden
- 12. POLITISCHE**
INTERESSENSVERTRETUNG
im Namen der Branche



DEHOGA Bayern

**Mehr erfahren,
hier klicken!**



**WEITERE INFORMATIONEN ZU DEN ZAHLREICHEN SERVICELEISTUNGEN DES DEHOGA BAYERN
FINDEN SIE AUF DER HOMEPAGE DES LANDESVERBANDS UNTER WWW.DEHOGA-BAYERN.DE
ODER DURCH SCANNEN DES NEBENSTEHENDEN QR-CODES.**

RECHTLICHE SICHERHEIT MIT FINANZIELLEM MEHRWERT

Seit 1. Januar 2022 ist im umfangreichen Leistungskatalog des DEHOGA Bayern für alle Mitglieder auch eine Rechtsschutzversicherung enthalten. Diese ist im Mitgliedsbeitrag inkludiert und schützt Betreiber von Hotel- und Gastronomiebetrieben vor rechtlichen Risiken, die sich nicht zuletzt aus der zunehmenden Fülle aktueller Verordnungen und Auflagen für die Branche ergeben. Versichert sind der jeweilige Mitgliedsbetrieb, seine Inhaber und auch die beschäftigten Personen bei ihrer beruflichen Tätigkeit.

Dabei wurde der Rechtsschutz zwischenzeitlich schon von zahlreichen Mitgliedsunternehmen in Anspruch genommen. Im Folgenden sind einige konkrete und aktuelle Fallbeispiele dargestellt:

AUFWENDUNGSERSATZ NACH RÜCKGABE DES PACHTOBJEKTS

Nach der Pacht eines Restaurants mit Biergarten wurden umfangreiche Modernisierungsmaßnahmen durchgeführt, unter anderem wurde ein Pizzaofen für 60.000 Euro eingebaut. Der Umfang der Modernisierung belief sich auf rund 500.000 Euro. Nun will der Verpächter keinen Ausgleich zahlen. Daraufhin ließ der Gastronom einen Teil der Einrichtung wieder ausbauen. Die Restforderung beläuft sich auf 130.000 Euro.

*Verfahren läuft noch,
Kosten bisher 17.500 Euro.*

NUTZUNGSUNTERSAGUNG NACH 50 JAHREN BETRIEB

Ein Gastwirt hat von der Stadt Augsburg ein historisches Gebäude angemietet. Dieses hat auch einen Nebenbau, der vor 50 Jahren von der Stadt errichtet wurde. Nun verlangt die Stadt den Abriss dieses Gebäudes, obwohl es 50 Jahre für die Gastronomie genutzt werden durfte. Der Gastronom möchte dies nicht hinnehmen und geht vor dem Verwaltungsgericht gegen die Stadt vor.

*Verfahren läuft noch,
Kosten bisher 5.500 Euro.*

STÜTZMAUER DURCH NACHBAR VERÄNDERT

Eine Hotelzufahrt führt über ein Nachbargrundstück. Der Eigentümer dieses Grundstücks hat eine Stützmauer verändern lassen, sodass die Zufahrt zum Hotel eingeschränkt und auch die Feuerwehrezufahrt beeinträchtigt wurde. Nun wird seitens des Gastronomen die Reparatur beziehungsweise Wiederherstellung der Mauer gefordert.

*Verfahren läuft,
Kosten bisher 5.500 Euro.*

ANGEBLICHER COMPUTERBETRUG

Ein Gast behauptete, bei der Bezahlung sei zu viel Geld abgebucht worden und erstattete Anzeige wegen eines angeblichen Computerbetrugs.

*Verfahren wurde wegen erwiesener
Unschuld eingestellt, Kosten: 470 Euro.*

KÖRPERVERLETZUNG WEGEN LÄRMSTÖRUNG?

Nachdem sich ein Nachbar schon mehrfach über Lärm aus einem naheliegenden Club beschwert hatte, stellte er Anzeige wegen fahrlässiger Körperverletzung gegen den Inhaber.

*Einstellung nach § 170,
Kosten: 480 Euro.*

WAR DER FETTBRAND FAHRLÄSSIG?

Ausbruch eines Fettbrandes in der Restaurantküche. Dieser wurde schnell gelöscht und niemand verletzt, dennoch wurde ein Ermittlungsverfahren wegen fahrlässiger Brandstiftung eingeleitet.

*Einstellung wegen Unschuld.
Kosten ÖRAG 450 Euro*

KÜNDIGUNG DES PACHTVERTRAGS TROTZ VERLÄNGERUNGSOPTION

Nach Abschluss eines einjährigen Pachtvertrags zwischen Vertragspartner und Vertragsnehmer kündigte der Vertragspartner nach sechs Monaten zum Ablauf des Jahres, obwohl dem Vertragsnehmer eine Verlängerungsoption bis zum Ende des dritten Quartals zugestanden hätte. Der Streitwert beläuft sich auf 78.000 Euro.

*Einigung auf Beendigung
zum Jahresende. Kosten 4.000 Euro.*

LÄRM DURCH LAUTE MUSIK IN DER NACHT

Nach einer Vor-Ort-Kontrolle durch das Ordnungsamt wegen Lärms aus seiner Kneipe wurde gegen einen Gastwirt ein Bußgeld in Höhe von 1.200 Euro verhängt. Der eingeschaltete Rechtsanwalt konnte die Zahlung im Verfahren auf 200 Euro reduzieren.

Kosten 700 Euro.

Auf einen Kaffee mit...

...Maximilian Moser



HERR MOSER, HUMMER, CHAMPAGNER, FOIE GRASDAS WAREN EINST INBEGRIFFE FÜR TOP GASTRONOMIE. WAS IST ES HEUTE?

All das ist nach wie vor als Luxus einzustufen – aber der Stellenwert dieser exklusiven Produkte ist in der Küche nicht mehr so hoch. Heute werden auch eine regionale Hähnchenbrust oder ein regional frisch gefangener Fisch genauso hoch angesehen – wenn man denn aus ihnen etwas Besonderes macht.

FÜR WEN WÜRDEN SIE GERNE EINMAL KOCHEN?

(Lacht) Gute Frage, für mich gibt es da keine bestimmte Person. Gutes Essen schafft schöne Momente und macht glücklich. Daher koche ich einfach sehr gerne für Menschen, die mir nahe stehen.

WERDEN SIE VON FREUNDEN AUCH BEKOCHT? ODER TRAUT SICH DAS KEINER?

Da ist schon eine gewisse Hemmschwelle vorhanden, aber absolut zu Unrecht. Ich kann es super genießen, wenn ich zum Essen eingeladen werde und bin sehr dankbar dafür. Damit kann man mir tatsächlich eine riesige Freude machen!

ÜBER WELCHES ESSEN FREUEN SIE SICH NACH EINEM LANGEN ARBEITSTAG?

Für mich ist ehrlich gesagt gar nicht entscheidend, was genau am Ende auf dem Tisch steht. Umso wichtiger für mich ist die Gesellschaft, in der das Essen stattfindet – dann darf es auch gern etwas ganz Normales sein.

GIBT ES ETWAS, DAS SIE NIEMALS ESSEN ODER ZUBEREITEN WÜRDEN?

Qualitativ schlechtes und ungesundes Essen. Man ist, was man isst. Mir ist Essen und Gesundheit sehr wichtig und darauf achte ich sehr.

KÖNNEN SIE DEN SATZ VERVOLLSTÄNDIGEN: SCHLECHTES ESSEN IST WIE....

...schlechter Schlaf. (lächelt) Man möchte es nicht haben und es geht einem danach schlecht.

GENIESSEN GÄSTE IN DER SCHWEIZ ODER IN ÖSTERREICH IHR ESSEN ANDERS ALS DEUTSCHE GÄSTE?

Ich denke, das kann man pauschal so nicht sagen. Es gibt auch in Deutschland sehr viele Gäste, die großen Wert auf gutes Essen legen. Wir haben mittlerweile eine sehr hohe Dichte an Sternrestaurants, die meist auch gut besucht sind. Das zeigt, dass die Nachfrage hier in Deutschland da ist.

VON SCHULKANTINE BIS HAPPY MEAL:

WIE BLICKEN SIE AUF DIE KULINARISCHE „ERZIEHUNG“ IN DEUTSCHLAND?

Ich habe das Gefühl, dass es wieder viel besser wird. In meinem Umkreis legen alle Eltern großen Wert auf die Ernährung ihrer Kinder. Die aktuelle Eltern-Generation ist sehr gut informiert und ist sich über die Auswirkung der Ernährung bei ihren Kindern bewusst. Allerdings war dies vor einigen Jahren noch nicht so.

WAS MOTIVIERT SIE FÜR IHR ENGAGEMENT BEI DEN BR-STERNSTUNDEN?

Wenn ich mir die Projekte anschau, die Sternstunden unterstützt, kommt die Motivation von ganz alleine. Es ist einfach toll, einen kleinen Teil dazu beitragen zu dürfen und es macht mir immer eine große Freude. 🍷

ZUR PERSON

Mit 16 Jahren beginnt Maximilian Moser seine Ausbildung als Koch im renommierten Münchner Haus „Alois Dallmayr“. 2004 absolviert er dort erfolgreich seine Ausbildung. Es folgten Stationen im Fünf Sterne „Biohotel Stanglwirt“ in Österreich, im „Restaurant Sonne“ in der Schweiz sowie im Sterne-Restaurant „Aquarello“ in München. Von 2007 bis 2009 war er erstmalig im „Hotel Vier Jahreszeiten Starnberg“ tätig – zuletzt als Chef de Partie. Zu diesem Zeitpunkt war Moser 24 Jahre alt. Nach weiteren beruflichen Stationen in den österreichischen 5-Sterne-Häusern „Dorint“ in Seefeld und dem „A-Rosa“ in Kitzbühl eröffnete Maximilian Moser im Jahr 2011 das Vier Sterne Superior Haus „Leonardo Royal“ in München. 2012 kommt er mit nur 28 Jahren als Küchenchef wieder ins „Hotel Vier Jahreszeiten Starnberg“ zurück. Und seine Kochkünste überzeugen nicht nur die Gäste im Gourmetrestaurant Aubergine – 2014 gelingt Maximilian Moser der Aufstieg vom Gourmetrestaurant zum Sterne-Lokal.


KROSWANG
DER FRISCHE-LIEFERANT

KroppeDat



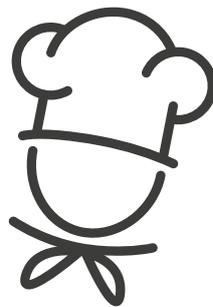
**Zeit
für
Frische**

Zeit für die frischesten Lebensmittel.
Direkt vom Produzenten in Ihre Küche.
08441 871 234-0, kroswang.de

Frische bringt's.

IKA-OLYMPIADE UND INTERGASTRA

GROBE EVENTS FÜR EUROPAS MINIKÖCHE



WEITERE INFOS
ZU DEN EUROPA MINIKÖCHEN

Wer sich für die Europa Miniköche interessiert, findet weitere Informationen auf der Webseite, oder per Scannen des untenstehenden QR-Codes.



Die Teilnahme an der IKA-Olympiade und der INTERGASTRA zum 35. Jubiläum der Europa Miniköche war ein grandioses und für alle Teilnehmer unvergessliches Erlebnis.



Erstmalig durften 150 Europa Miniköche Hand in Hand mit Köchen aus aller Welt einmarschieren und die IKA-Olympiade eröffnen. Am zweiten Tag der Olympiade kochten die Miniköche in ihrer eigenen offiziellen Olympia Kochbox Nr. 17 und zeigten voller Stolz, was sie alles schon können.

Gemeinsam wurde geschnippelt, gerührt, abgeschmeckt und anschließend das leckere Mittagessen genossen. Ein aufregendes und hoch emotionales Wochenende für alle Teilnehmer der Europa Miniköche Gruppen, ihre Eltern, Geschwister und Betreuer. Dabei steht fest: Die Miniköche haben die Herzen aller Zuschauer während der Eröffnung erobert und waren ein Highlight für viele Messebesucher! ☺

Bayerisches Staatsministerium für
Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus



AKTUELLE TERMINE DES STAATSMINISTERIUMS

Sommelier-Qualifizierungen der Genussakademie Bayern

19.04.-11.08.2024: Gewürz-Sommelier/-ière

10.06.-12.11.2024: Obst- und Gemüse-Sommelier/-ière

02.09.-17.12.2024: Milch-Sommelier/-ière

Termine und Anmeldungen unter www.genussakademie.bayern.de

18.04.2024: „Fachtagung Rindfleisch – gemeinsam in die Zukunft“ in Rohrbach/Friedberg

Weitere Informationen und Anmeldung unter www.kern.bayern.de/rindfleisch

INTER NORGA

08. – 12.03.2024

Alle zusammen.

Die Zukunft wird das, was wir
gemeinsam daraus machen.



**Jetzt Tickets
sichern!**



internorga.com

Exklusive
Vorteile
für DeHoGa
Mitglieder

VER | SICHER | UNGS
KAMMER
BAYERN

Ein Stück Sicherheit.

RECHTSSCHUTZVERSICHERUNG

Unser Schutzschild für Ihr gutes Recht

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

Mehr Informationen unter vkb.de

