



Gastronomie und Hotellerie spielen eine wichtige Rolle in unserer Gesellschaft - Gäste gehen mit einem Lächeln nach Hause. Auch der Klimaschutz ist wichtig – für Unternehmen wie für Privatpersonen und damit Ihre Gäste. Begeistern Sie diese daher nicht nur mit Ihrem Service, sondern auch mit Ihrem Engagement

CO2-Emissionen in der Gastronomie und Hotellerie: Vermeiden – Reduzieren – Kompensieren

Der erste Schritt auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit sollte stets die Vermeidung von überflüssigen CO2-Emissionen sein. Anschließend steht die Reduktion der verbleibenden CO2-Emissionen in sämtlichen Geschäftsprozessen im Vordergrund. Es gibt viele Möglichkeiten, den eigenen CO2-Fußabdruck zu reduzieren: Nutzen Sie beispielsweise energieeffiziente Geräte, achten Sie auf eine nachhaltige Lieferkette oder optimieren Sie Ihr Abfallmanagement. Im letzten Schritt bleiben die unvermeidbaren Emissionen übrig. Diesen Restemissionen können Sie mit internationalen und nationalen Klimaschutzprojekten entgegenwirken.

Gemeinsam mit den Stadtwerken München Klimaschutzprojekte fördern

Wer Klimaschutzprojekte unterstützen möchte, steht vor mehreren Fragen:

Welche Art von Klimaschutzprojekten sollte ich unterstützen? Internationale oder nationale? Und sind diese tatsächlich wirksam im Kampf gegen den Klimawandel?

Internationale Klimaschutzprojekte

Vor allem für größere Unternehmen, die regulatorische Anforderungen erfüllen müssen, sind internationale Klimaschutzprojekte die erste Wahl. Aufgrund politischer Abkommen kann nur damit eine vorher aufgestellte CO2-Bilanz offiziell ausgeglichen werden. Um die Qualität dieser Klimaschutzprojekte sicherzustellen, sollten Sie darauf achten, dass die Projekte nach dem Gold Standard zertifiziert sind

und so mehrere Nachhaltigkeitsziele (sozial, ökologisch, ökonomisch) gleichzeitig verfolgen.

Nationale Klimaschutzprojekte

Unternehmen, die keinen regulatorischen Anforderungen unterliegen, können die Unterstützung nationaler Klimaschutzprojekte in Erwägung ziehen. Sie übernehmen damit nicht nur Verantwortung und leisten einen wichtigen Beitrag zum Klimaschutz direkt in Deutschland, sondern stärken auch Ihr Image als nachhaltiges Unternehmen. Sie merken es sicher schon: Immer mehr Gäste legen Wert auf Nachhaltigkeit und Umweltschutz. Wenn Sie nationale Klimaschutzprojekte fördern, zeigen Sie Ihren Gästen, dass Sie ihre Werte teilen.

Transparenz und Glaubwürdigkeit - Stadtwerke München als zuverlässiger Partner

Erneuerbare-Energien-Anlagen in Deutschland bieten oft noch nicht ausgeschöpfte Potenziale für die Energiewende. Beispielsweise bleiben technisch geeignete Dachflächen für die Erzeugung von Solarenergie ungenutzt. Mit ihrem Produkt M-Klimabeitrag Deutschland ermöglichen die Stadtwerke München es Unternehmen, Projekte zu unterstützen, die diese Anlagen optimal ausbauen. Sollten Sie an einer CO2-Kompensation durch zertifizierte, internationale Klimaschutzprojekte interessiert sein, bieten wir Ihnen mit M-Kompensation (Plus) die Möglichkeit

Wir beraten Sie gerne in einem kostenlosen Erstgespräch.

Leisten Sie jetzt einen positiven Beitrag zum Klima und zeigen Sie gleichzeitig Ihren Gästen, dass sie deren Nachhaltigkeitswerte teilen.



089 - 2361 9222 kompensationplus@swm.de

www.swm.de/kompensation





Wir befinden uns im Jahre 2024 nach Christus. Ganz Europa ist vereint unter dem Siegel der Europäische Union. Ganz Europa? Nein! Eine Schar eigensinniger Bajuwaren hört nicht auf, den EU-Funktionären in Brüssel Widerstand zu leisten.

Aber halt, wir befinden uns hier selbstverständlich nicht in einer neuen Ausgabe von Asterix & Obelix, sondern im Gastgeber Bayern-Magazin. Angesichts der anstehenden Europawahl ist Bayern in Europa Leitthema dieser Ausgabe. Und einmal mehr versuchen wir, den inhaltlichen Schwerpunkt unseres Magazins aus einer Fülle unterschiedlicher Perspektiven zu beleuchten.

Eric Beißwenger erzählt uns mehr über seine Arbeit als "Bayerischer Europaminister". Im Dialog mit der Österreichischen Hoteliervereinigung und dem Südtiroler Hoteliers- und

Gastwirteverband zeigt sich, welche Trends und Entwicklungen den Tourismus dies- und jenseits unserer Grenzen prägen. Ergänzend dazu stand uns ADAC-Tourismuspräsident Karlheinz Jungbeck Rede und Antwort.

Zu Wort kommen außerdem der Unternehmer Jochen Schweizer, TV-Koch Frank Rosin, der Chefkoch der deutschen Fußballnationalmannschaft Anton Schmaus und Willy Astor, der nicht nur als Kabarettist glänzt, sondern neuerdings auch als Kochbuchautor.

Doch lesen Sie selbst ...

Präsidentin des DEHOGA Bayern

Landesgeschäftsführer des DEHOGA Baverr



DEHOGA Baveri

| 03 | Editorial | Seite 03 |
|----|--------------------|----------|
| UO | Inhaltsverzeichnis | Seite 04 |
| | Wussten Sie schon | Seite 05 |
| | | |

Inhalt Ausgabe 02/2024

Aus dem Landesverband

| GastroFrühling 2024 | Seite 06 |
|---------------------------|----------|
| Darf man mal fragen? | Seite 09 |
| DEHOGA Bayern im Gespräch | Seite 10 |

Bayern in Europa

| Europa hat die Wahl | Seite 15 |
|---|----------|
| Im Gespräch mit Eric Beißwenger, Bayerischer Staats- minister für Europaangelegen- heiten und Internationales | Seite 16 |
| Die Welt zu Gast in Bayern | Seite 21 |
| DEHOGA Bayern-Präsidentin im Austausch mit dem österreichi- schen und dem südtiroler Hote- liers- und Gastwirteverband | Seite 24 |
| liers- und Gastwirteverband | Seite 24 |
| Das gastronomische Europa | Seite 28 |

Bayern und die Welt

Im Gespräch mit Sterne- und Fernsehkoch Frank Rosin Seite 30

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in Gastgeber Bayern bei Personen bezeichnungen 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.

Die Gründerin Franziska Weidner vermarktet Food Trucks unter einem Dach Seite 34 Interview mit dem Kabarettisten Willy Astor Seite 36 Im Gespräch mit Jochen Schweizer Seite 40 Seminarangebote der Bayern Tourist GmbH Seite 42 Wie wir die Freude am Schaffen wiederentdecken Seite 44 Im Gespräch mit Karlheinz Jungbeck, Tourismuspräsident ADAC Deutschland Seite 46 Das Reiseverhalten in der DACH-Region präzise analysiert Seite 49 "Laptop und Lederhose neu gedacht" Seite 50 Europas Sterne – sie leuchten Seite 52 Hotelsoftware für alle Seite 54 Ansprechpartner | Seite 56 Impressum

Auf eine Rhabarber-Schorle mit...

58

Anton Schmaus -Sternekoch in Regensburg und Koch der deutschen Fußball-Nationalmannschaft

Seite 58



en Dank für Eure Unterstützung



DEHOGA Bayern Gastgeber Bayern Wussten Sie schon?

...dass bei der Europawahl 2019 die niedrigste Wahlbeteiligung in der Altersgruppe der 25- bis 29-Jährigen auftrat, mit einem Wert von 54 Prozent, während die 60- bis 69-Jährigen einen Wert von 66,4 Prozent erreichten? Erstmals dürfen auch 16- und 17-Jährige wählen. Neben Deutschland ist dies nur in Österreich, Belgien und Malta erlaubt.

...dass eine Mehrfachabstimmung, beispielsweise bei Wählern mit zwei Staatsbürgerschaften, zwar praktisch möglich wäre, aber dennoch illegal und sogar strafbar ist? Bis heute werden die Wahlregister immer noch nicht mit anderen Staaten abgeglichen, ein Betrug wäre demnach weiterhin umsetzbar.

...dass es derzeit insgesamt 24 Amtssprachen in der EU gibt? Da jede Sitzung des Europa-Parlaments in alle Sprachen übersetzt wird, bedeutet das 552 Kombinationsmöglichkeiten der Amtssprachen für die Dolmetscher. Im Jahr 2013 wurden 2,024 Millionen Dokumentenseiten übersetzt.

...dass die bayerische Wahlbeteiligung bei der Europawahl 2019 mit 60,8 Prozent als zweithöchste Wahlbeteiligung in Bayern gilt? Lediglich im Jahr 1989 lag sie mit 61,1 Prozent marginal höher.

...dass die Europawahl als zweitgrößte Wahl der Welt gilt? 2019 gab es insgesamt 427 Millionen Wahlberechtigte.

...dass es in fünf EU-Ländern eine Pflicht zur Teilnahme an der Wahl gibt? Nämlich in Belgien, Luxemburg, Bulgarien, Zypern und Griechenland diese Regel gilt auch für Deutsche, die in einem dieser Staaten leben und dort zur Abstimmung zugelassen sind.



vertretenden Ministerpräsidenten und Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger, Arbeitsministerin Ulrike Scharf, Tourismusministerin Michaela Kaniber, Justizminister Georg Eisenreich, Finanzstaatssekretär Martin Schöffel sowie Innen- und Kommunalstaatssekretär Sandro Kirchner sind nur einige prominente Besucher genannt – auch Fernsehkoch Alexander Herrmann ließ es sich nicht nehmen, auf dem diesjährigen GastroFrühling vorbeizuschauen.

it Ministerpräsident Dr. Markus Söder, dem stell-

ERHÖHUNG DER MEHRWERTSTEUER IST FATALER IRRWEG

Wie auch DEHOGA Bayern-Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert in seinem Grußwort zeigte sich Präsidentin Angela Inselkammer in ihrer Rede im Hinblick auf die Erhöhung der Mehrwertsteuer von der Bundesregierung enttäuscht: "Die von der Bundesregierung beschlossene Steuererhöhung auf Speisen ist ein fataler Irrweg. Es wird in der Gastronomie zu massiven Betriebsschließungen, steigenden Preisen, sinkenden Umsätzen und einem enormen Verlust an Arbeitsplätzen und Lebensqualität führen. Gerade auch in ländlichen Regionen!" Jetzt gelte es, Betriebe sowie Ausbildungs- und Arbeitsplätze zu sichern und so für mehr Steuereinnahmen und weniger staatliche Hilfsgelder zu sorgen. "Kurzum: Es braucht vernünftige Rahmenbedingungen, innerhalb derer die Branche wirtschaftlich agieren kann", so

Diese Kernforderung wurde auch von Ministerpräsident Dr. Markus Söder unterstützt: "Bayern steht für Gastlichkeit und Gemütlichkeit. Gastronomie und Tourismus sind das freundlichste Gesicht Bayerns und eine unserer wichtigsten Wirtschaftsbranchen. Für unser Essen sind wir weltberühmt. Die Gastro hat endlich wieder mehr Wertschätzung und Unterstützung verdient. Dazu braucht es aber einen Regierungswechsel im Bund. Wir würden die 7 Prozent Mehrwertsteuer für die Gastro wieder einführen. Auch Familien müssen sich einen Besuch im Wirtshaus leisten können. Zudem braucht es mehr Flexibilität bei der Arbeitszeit. Steuerfreiheit auf Überstunden, weniger Bürokratie und mehr Vertrauen. Leistung muss sich wieder lohnen. Wer arbeitet, muss mehr haben als derjenige, der nicht arbeitet. Danke all unseren hervorragenden Gastwirten und allen Bedienungen für die super Arbeit. Wir stehen an Eurer Seite", so der Ministerpräsident.

STEUERLICHE MEHREINNAHMEN FÜR GASTSTÄTTEN-MODERNISIERUNG

Präsidentin Inselkammer regte die Wiedereinführung des Gaststättenmodernisierungsprogramms an. So könnten die ungewollten Mehreinnahmen aus der erhöhten Umsatzsteuer gezielt in Betriebe reinvestiert werden, denen aktuell jegliches Geld für Investitionen fehlt.

Rund 2.500 Gäste haben sich Mitte April beim GastroFrühling des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbands DEHOGA Bayern im Hippodrom am Frühlingsfest auf der Münchner Theresienwiese getroffen. Die Mitglieder des Verbands aus Hotellerie und Gastronomie signalisierten Entschlossenheit und den festen Willen, auch in schwierigen Zeiten zusammenzustehen.

Wir bedanken uns für die Unterstützung von:





































0



































Auch beim Thema Entbürokratisierung und Flexibilisierung des Arbeitszeitgesetzes durch die Umstellung auf die Wochenarbeitszeit sieht Inselkammer noch Nachholbedarf durch die Politik.

Michaela Kaniber, Bayerische Staatsministerin für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus, machte am Rande der Veranstaltung klar: "Bayern ist Tourismusland Nummer 1 in Deutschland. Die ganze Welt macht gerne Urlaub in Bayern und genießt bayerische Schmankerl. Dieser Erfolg hat viel mit der Leistungskraft und Leidenschaft unseres Gastgewerbes zu tun. Die unermüdliche Einsatzbereitschaft und Innovationskraft der Gastronomie- und Hotelbetriebe in Bayern verdienen höchste Anerkennung. Sie sind es, die maßgeblich zur Attraktivität und Lebensqualität des Freistaats beitragen. Das bayerische Gastgewerbe unterstreicht einmal mehr seine außergewöhnliche Leistungsfähigkeit und Robustheit und erweist sich auch in herausfordernden Zeiten als tragende Säule unserer Wirtschaft."

DAS GASTGEWERBE STEHT ZUSAMMEN

Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger betonte nach dem GastroFrühling: "Wenn sich rund 2.500 bayerische Gastronomen und Hoteliers im Hippodrom Festzelt auf dem Münchner Frühlingsfest treffen, um sich auszutauschen und gemeinsam zu feiern, zeigt das den Zusammenhalt Angela Inselkammer für die wie immer tolle und stimmungsvolle und die Stärke dieser wirtschaftlich wichtigen Branche. Und diese Branche ist wirklich etwas Besonderes: Hotellerie und Gastronomie sind wichtig für den Wirtschaftsstandort Bayern, wichtige Arbeitgeber mit vielen Impulsen in andere Wirtschaftszweige wie das Handwerk."

Auch Innen- und Kommunalstaatssekretär Sandro Kirchner äußerte sich nach der Veranstaltung begeistert: "Der GastroFrühling ist eine hervorragende Plattform für die bayerischen Hotel- und Gaststättenbetriebe, sich zu präsentieren und zu vernetzen. Wir sind stolz auf unsere bayerische Wirtshauskultur und die Gastfreundschaft, die einen wichtigen Teil unserer bayerischen Identität ausmacht und gerade auch im ländlichen Raum besonders wichtig und wertvoll ist. Unsere hochengagierten Hotel- und Gaststättenbetriebe sind eine ausgezeichnete Visitenkarte unseres tollen Freistaats!"

Martin Schöffel, Staatssekretär der Finanzen und für Heimat, positionierte sich klar für die Branche: "Bayern ist ein Genussland! Die große Anzahl an Gastronomien und Brauereien spiegelt die Vielfalt und Einzigartigkeit unserer schönen bayerischen Heimat wider. Eine dauerhafte Senkung der Biersteuer zur Entlastung der kleinen und mittelständischen Brauereien haben wir bereits erreicht – damit lebt eine jahrhundertealte Tradition weiter! Wir stehen auch nach wie vor fest an der Seite unserer Gastronomiebranche und werden uns weiterhin tatkräftig für eine dauerhafte Absenkung des Umsatzsteuersatzes für die Gastronomiebranchen einsetzen, um Spielräume für Modernisierungen und Zukunftsinvestitionen zu schaffen."

Bayerns Arbeitsministerin Ulrike Scharf bekräftigte: "Der GastroFrühling ist ein fester Termin in meinem Kalender. Unsere Gastronomen

und Hoteliers sind unverzichtbare Arbeitgeber im Freistaat. Dabei lebt das bayerische Gastgewerbe Traditionen, ist unser Aushängeschild in die Welt und steht gleichzeitig auch für Modernität und Fortschritt. Ich fordere den Bund seit langem dazu auf, endlich die unflexible tägliche Höchstarbeitszeit von maximal 10 Stunden aufzuheben und durch eine wöchentliche Höchstarbeitszeit zu ersetzen. Unsere gesamte Wirtschaft, aber vor allem das Gastgewerbe würden davon profitieren. Wir müssen beim Thema der Arbeitszeit endlich im hier und jetzt ankommen und flexible Arbeitszeitmodelle verwirklichen. Die Menschen sollen nicht mehr, sie sollen flexibler, entsprechend ihrer Lebensrealität arbeiten können. Es ist höchste Zeit, die gesetzlichen Bedingungen zum Wohl der Mitarbeitenden und der Betriebe anzupassen. Wir brauchen ein modernes, flexibles, unbürokratisches und krisenfestes Arbeitszeitgesetz. Der Gesundheits- und Arbeitsschutz hat dabei immer oberste Priorität und steht nicht zur Disposition."

ZWEITGRÖSSTER WIRTSCHAFTSZWEIG IM FREISTAAT

Auch Georg Eisenreich, Bayerischer Staatsminister der Justiz, zeigt sich begeistert: "Auch in diesem Jahr war ich wieder gerne Gast beim GastroFrühling des DEHOGA Bayern. Herzlichen Dank an Veranstaltung. Der GastroFrühling ist zu einer echten Institution geworden. Gastronomie und Hotellerie sind Stützpfeiler der bayerischen Wirtschaft und tragen viel zum bayerischen Lebensgefühl bei. Ohne die bayerischen Gastronomen und Hoteliers wäre Bayern nicht der in der ganzen Welt beliebte Ort der Gastlichkeit. Herzlichen Dank

Inselkammer sprach stellvertretend für etwa 450.000 Menschen, die in Bayern im Gastgewerbe arbeiten und für 33.000 Betriebe, die in allen Gegenden Bayerns vorhanden sind. Die Branche ist nach der Industrie die wichtigste Wirtschaftskraft. Deshalb wünsche und erwarte Inselkammer auch, dass die Politik der Branche zuhöre und Rahmenbedingungen schafft, die ihr Überleben sichern. Der GastroFrühling 2024 stand vor allem im Zeichen der Stärkung der Branche und so betonte auch Inselkammer zum Abschluss ihrer Rede nochmals: "Wir holen uns die 7 Prozent auf Speisen zurück! Wir geben nicht auf!"

Der GastroFrühling 2024 im Rückblick



Weitere Eindrücke sowie die Mitschnitte einiger Reden auf Homepage des DEHOGA Bavern zu finden. Oder Sie scannen einfach



Diese Frage ist vom Einzelfall abhängig. Bei Pauschalreisen urteilte das Amtsgericht Duisburg, dass selbst wenn man vier Stunden auf dienten demnach nicht der Erholung. Dieses Urteil ist aber nicht ohne weiteres verallgemeinerbar. Wir empfehlen mit den Verantwortliche zu sprechen: Denn "durchs Reden kommen d'Leut zam".

Kann ein Gastronom Schadensersatz von mir verlangen, renn ich eine Tischreservierung nicht wahrnehme?

Grundsätzlich sind hier zwei Fälle voneinander zu unterscheiden: Wurde rung zum Beispiel zu dem Menü und den Preis getroffen, dann ist die Sachlage eindeutig: In dieser Situation kann der Gastronom Schadens ersatz in Höhe des sogenannten "Erfüllungsschadens" geltend machen. Sollte eine solcher Bewirtungsvertrag aber nicht im Vorfeld vereinbart worden sein, ist es für den Gastronomen schwer den "möglichen

m Grunde Da durch die Möglichkeit zur anonymen Online-Reservie rung das Nicht-Wahrnehmen von Reservierungen stark zuge hat, nehmen immer mehr Gastronomen eine Klausel in ihre Allgemei nen Geschäftsbedingeungen auf, die bei No-Shows eine festgelegte Gebühr fällig werden lässt. Voraussetzung für deren Rechtswirksamkeit ist aber, dass die Gäste beim Reservieren (durch Aushändigen der AGB, in der auch die Gebühr näher beziffert wird) darauf hingewiesen werden, dass im Fall eines unentschuldigten Fernbleibens trotzdem Kosten anfallen. Hierfür wird dann auch eine Kreditkarte o.Ä. benötigt.

Unser Tipp für unsere Gastronomen-Leserschaft bei No-Shows:



Je nach Geschäftsmodell, Betriebstyp und Gästestruktur empfehlen sich unterschiedliche Vorgehensweisen, um den Schaden zu reduzieren. Weitere Informationen finden Sie im DEHOGA Merkblatt "No-Shows in der Gastronomie".





Freisprechungsfeier auf dem Fellhorn

Die Besten ganz oben: Im Kreis Oberallgäu überreichten Kreisvorsitzender Armin Hollweck und seine Stellvertreterin Cornelia Berwanger den Absolventen der Ausbildungsberufe in Hotellerie und Gastronomie ihre Abschlusszeugnisse. Herzlichen Glückwunsch an alle

Bezirksdelegiertenversammlung Oberfranken

Für seinen langjährigen Einsatz im Verband hat DEHOGA Bayern-Vizepräsident Thomas Förster Kreisvorsitzenden Georg Hötzelein aus Forchheim die Ehrenmedaille in Gold übergeben. Foto v.l.: Regionalgeschäftsführer Florian Rose, Vizepräsident Thomas Förster, Ehrenvorsitzender Georg Hötzelein, Ehrenvorsitzende Andrea Luger und Bezirksvorsitzender Joachim Kastner.

Treffen

mit dem Evangelischen Landesbischof Christian Kopp

Im Mittelpunkt des Gesprächs standen der Schutz christlicher Feiertage und Regelungen für Clubs und Diskotheken. Foto v.l.: Alexander Baehr, DEHOGA Bayern-Vorsitzender der Fachabteilung Musik & Szene, Susanne Droux, DEHOGA Bayern-Geschäftsführerin Berufsbildung & Fachkräftesicherung, Angela Inselkammer, DEHOGA Bayern-Präsidentin, Christian Kopp, Evangelischer Landesbischoff, Dr. Thomas Geppert, DEHOGA Bayern-Landesgeschäftsführer, Daniela Ziegler, DEHOGA Bayern-Geschäftsführerin Fachbereich Gastronomie.

ITB Berlin

Auf der weltgrößten Reisemesse präsentierte sich Bayern den Besuchern als erstklassige Destination voller Gastfreundschaft. Foto v.l.: DEHOGA Bayern-Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert, Staatsministerin Michaela Kaniber, Präsident des Tourismusverbands Oberbayern München Klaus Stöttner, Tourismuspolitischer Sprecher der CSU-Landtagsfraktion Thomas W. Holz.















Bundesvorstandssitzung in Bonn

Anlässlich der Sitzung des Großen Vorstandes des DEHOGA Bundesverbandes bekräftigten die Mitglieder des Verbandsgremiums die zentrale Branchenforderung nach einheitlich 7 %-Mehrwertsteuer auf Essen. Zudem braucht es Lösungen, die dem Mitarbeitermangel entgegenwirken, zum Beispiel durch das Fachkräfteeinwanderungsgesetz. Sie machten deutlich, wie wichtig fairer Wettbewerb und spürbare Entlastungen für die Betriebe sind.

Musikantenfreundliches Wirtshaus -

Übergabe der Urkunde und Plakette

Wirtshaus und Musik - das gehört von jeher zusammen. Neu in die Reihen der ausgezeichneten "Musikantenfreundlichen Wirtshäuser" aufgenommen wurde das Hotel "Ferien vom Ich" in Pürgl. Foto v.l.: DEHOGA Bayern-Bezirksgeschäftsführerin Niederbayern Rita Mautz, Hotelbetreiber Hans Reimer mit der Leitung vor Ort, 3. Bürgermeisterin Gemeinde Neukirchen Gabi Hastreiter, Stellv. DEHOGA Bayern-Kreisvorsitzender Straubing-Bogen Alexander Pielmeier und Landrat Josef Laumer © Landratsamt Straubing

Urkundenverleihung Betriebszweigentwicklung

Das Bayerische Tourismusministerium würdigte die Leistungen von Unternehmern, die erfolgreich Seminare zum Aufbau eines neuen Betriebszweigs absolviert haben. Auch DEHOGA Bayern-Vizepräsident Andreas Brunner (r.) gratulierte zusammen mit Landtagspräsidentin Ilse Aigner (6. v.l.) den Absolventen im Bereich Bauernhofgastronomie herzlich. © Tobias Hase/StMELF

Bayerisch-Italienischer Austausch

Bayern und Italien verbindet viel: Beste regionale Produkte und zahlreiche italienische Gastronomen, die auch im Freistaat ihre Betriebe haben. DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer, Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert und Außendienstleiter Reiner Hebermehl tauschten sich mit dem italienischen Generalkonsul Sergio Maffetone und Generalsekretär Alessandro Marino von der italienischen Handelskammer ITALCAM zu gemeinsamen Aktionen und Veranstaltungen aus.

Bayerische Jugendmeisterschaften

Bayerns Staatsministerin für Unterricht und Kultus Anna Stolz, MdL, DEHOGA Bavern-Präsidentin Angela Inselkammer. Schulleiter Gernot Raab sowie DEHOGA Bayern Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert ehren die Sieger des Wettbewerbs im Bereich gastgewerbliche Ausbildungs-

Seite 11 Seite 10

Kreisvorsitzendenkonferenz

Die Herausforderungen im Gastgewerbe sind immens. In

Würzburg haben die Bezirks- und Kreisvorsitzenden des

DEHOGA Bayern Lösungen diskutiert sowie den künfti-

gen Verbandskurs bestimmt. © Mike Müller, SamPlay

Austausch des Präsidiums mit den Bezirksvorsitzenden

Auf der Klausurtagung berieten das DEHOGA Bayern-Präsidium und die -Bezirksvorsitzenden über die aktuelle Herausforderungen, mit denen sich das Gastgewerbe und der Verband gegenübergestellt sehen.

Tourismusforum Oberbayern

"Ängste nehmen, Chancen zeigen" – in diesem Jahr standen Künstliche Intelligenz und Digitalisierung im Fokus. Spannende Anwendungsbeispiele und lebhafte Diskussionen gaben den Teilnehmern wertvolle Einblicke in die Möglichkeiten der neuen Technologien sowie die Zukunft des oberbayerischen Tourismus. © Mike Müller, SamPlay

Europa-Parteitag der CSU

Die heiße Phase des Europa Wahlkampfes hat begonnen. Auf dem CSU-Europa-Parteitag nutzte der DEHOGA Bayern gemeinsam mit der Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft und weiteren Verbänden die Möglichkeit zum Dialog mit den Spitzenkandidaten. Foto v.l.: DEHOGA Bayern-Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert, Vorsitzender des Fachbereiches Hotellerie Stefan Wild, Staatsminister für Europaangelegenheiten Eric Beißwenger, Vizepräsident Andreas Brunner.

Parlamentarisches Frühstück mit der SPD-

Landtagsfraktion

Von der Mehrwertsteuer über die Wochenarbeitszeit bis hin zu der Fachkräftesicherung und dem Bürokratieabbau - das Gespräch des DEHOGA Bayern mit der SPD-Landtagsfraktion war überaus konstruktiv. Es zeigten sich Differenzen aber auch Gemeinsamkeiten.



in Würzburg



















Antrittsbesuch bei Christian Bernreiter,

Staatsminister für Wohnen. Bau und Verkehr

Die niederbayerische DEHOGA-Spitze freut sich auf die Zusammenarbeit und die Umsetzung gemeinsamer Projekte. Foto v.l.: Stellv. Bezirksvorsitzender Markus Scheugenpflug, Bezirksgeschäftsführerin Rita Mautz, Staatsminister Christian Bernreiter, Bezirksvorsitzende Rose Marie Wenzel.

DEHOGA Bayern-Forum

"Gastgewerbliche Ausbildung"

Bereits zum siebten Mal lud der DEHOGA Bayern Vertreter des Kultusministeriums und der IHK München sowie 50 Schulleiter und Lehrer der Berufsschulen ein, um für die Zukunfts der gastgewerblichen Ausbildung Ideen zu diskutieren und Impulse zu setzen. Foto v.l.: Ministerialrätin Christine Götz-Hannemann, DEHOGA Bayern-Vorsitzender des Berufsbildungsauschusses Hans Schneider, DEHOGA Bayern-Geschäftsführerin Berufsbildung & Fachkräftesicherung Susanne Droux.

Austausch mit der Vereinigung Deutscher Autohöfe (VEDA)

Die Mehrwertsteuererhöhung trifft auch die Autohöfe stark. Bei ihrem Besuch in der DE-HOGA Bayern-Landesgeschäftsstelle haben VEDA-Vorsitzender Johannes Witt und VEDA-Geschäftsführer Armin Simmelbauer mit dem Hotel- und Gaststättenverband eine Intensivierung der Zusammenarbeit besprochen.

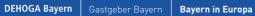
Parlamentarischer Abend mit der CSU-Landtagsfraktion

Einmal mehr bekräftigten die CSU-Abgeordneten den bayerischen Gastronomen ihre Unterstützung: 7 Prozent auf Speisen müssen kommen! Die Mehrwertsteuerreduzierung ist zwingend notwendig, um dem "leisen Wirtshaussterben" entgegenzuwirken. Foto: CSU-Fraktionsvorsitzender Klaus Holetschek, MdL Petra Högl, DEHOGA Bayern-Präsidention Angela Inselkammer, DEHOGA Bayern-Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert und MdL Dr. Gerhard Hopp.



Seite 12

Seite 13





Runder Tisch

zur Deregulierung und Entbürokratisierung der Bayerischen Staatsregierung

Gastwirte brauchen wieder mehr Freiräume. Auf Einladung von Ministerpräsident Dr. Markus Söder hat DEHOGA Bayern-Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert bei der Zusammenkunft konkrete Punkte benannt, die auf Landesebene und auf Bundesebene angegangen werden müssen.

Kreisversammlung

Rosenheim und Mieshach

Die erste gemeinsame Kreisversammlung der Landkreise Rosenheim und Miesbach fand in Markus Wasmeiers Freilichtmuseum am Schliersee statt. Ein Highlight des Nachmittags war die Ehrung langjähriger Mitglieder, die für ihre Verdienste ausgezeichnet wurden. Foto: Vorstände der DEHOGA Bayern-Kreisstellen Rosenheim und Miesbach mit Markus Wasmeier.









Jahreshauptversammlung der Kreisstelle München

100 Gäste und Ehrengäste, darunter Bürgermeisterin Verena Dietl und Wirtschaftsreferent Clemens Baumgärtner, traffen sich in der Villa Flora München. Ein besonderer Höhepunkt in diesem Jahr: das Hospitality Barcamp.

13. Bayerischer

Ausbildungsbotschafter-Tag

Als Höhepunkt verlieh Ministerialdirektor Dr. Markus Gruber, Amtschef des Bayerischen Staatsministeriums für Arbeit, gemeinsam mit DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer und Markus Lötzsch, Hauptgeschäftsführer der IHK Nürnberg für Mittelfranken, die Ernennungsurkunden an die neuen Ausbildungsbotschafter und TOP-Ausbildungsbetriebe. Erstmals wurden auch drei DEHOGA Bayern-Regionalgeschäftsführer zu Ausbildungsbotschaftern ernannt: Florian Rose, Thomas Quiram und Andrea Kramer. © Hendrik Steffens

427 MILLIONEN MENSCHEN ZUM URNENGANG GEBETEN

E La die Wahl



Am Sonntag, den 9. Juni 2024 findet in Deutschland die Europawahl statt. Daran können alle deutschen Staatsangehörigen sowie Unionsbürger teilnehmen, sofern sie mindestens 16 Jahre alt und an ihrem Wohnort ins Wählerverzeichnis eingetragen sind. Auch eine Teilnahme per Briefwahl oder aus dem Ausland ist möglich. Im Vorfeld der Europawahl hat sich auch der DEHOGA Bayern eindeutig positioniert und fordert alle Mitglieder auf, ihre Stimme für demokratische Parteien abzugeben und damit ein klares Zeichen gegen Extremismus und Populismus zu setzen.

m Vorfeld der Wahl am 9. Juni 2024 haben der Hotelverband Deutschland (IHA) und der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA Bundesverband) einen detaillierten Forderungskatalog des Gastgewerbes an die europäische Politik gerichtet.

Der Wahlcheck mit den konkreten Fragen der Verbände wurde bereits im April bei den Parteien zur Beantwortung eingereicht. In den dung in Brüssel anstehen werden. Dabei kürzlich vorgelegten "Positionen des Gastgewerbes zur Europawahl 2024" betonen die Verbände die hohe wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung von Gastronomie und Hotellerie, zeigen die zentralen Handlungsfelder auf europäischer Ebene auf und leiten daraus die konkreten Branchenerwartungen an die zukünftigen Europaparlamentarier ab.

Als Leistungsträger der Tourismuswirtschaft, dem drittgrößten Arbeitgeber in Europa, sieht sich die Branche in besonderer Verantwortung für die EU. "Wir sind mitentscheidend für die Wettbewerbsfähigkeit, wirtschaftliche Stabilität und die nachhaltige Transformation Europas", heißt es in der gemeinsamen Publikation. Angesichts der vielfältigen und immer komplexer werdenden Herausforderungen käme es laut den Verbänden mehr denn je auf eine "starke, wettbewerbsfähige und leistungsbereite EU" an, eine EU, "die sich

wieder auf ihre Kernkompetenzen besinnt und erfolgreiches politisches Handeln und Wirtschaften insbesondere für die kleinen und mittelständischen Unternehmen wie die des Gastgewerbes ermöglicht."

In 13 Punkten führen DEHOGA und IHA ihre Reformvorschläge aus und rücken damit die Themen in den Fokus, die gleich zu Beginn der nächsten Legislaturperiode zur Entscheigeht es den Verbänden vor allem um weniger Bürokratie, mehr Flexibilität, Investitionssicherheit, wirkungsvolle Maßnahmen zur Arbeits- und Fachkräftesicherung, einen Umwelt- und Verbraucherschutz mit Augenmaß, faire Wettbewerbsbedingungen sowie eine Digitalisierungspolitik, die die Eigeninitiative

und Innovationskraft der Betriebe wertschätzt und schützt. Immer tiefere Eingriffe in die Sozialpolitik der Mitgliedsstaaten werden abgelehnt.

Die "Positionen des Gastgewerbes zur Europawahl 2024" stehen auf der Webseite des DEHOGA Bayern unter www.dehoga-bayern.de bereit – oder Sie scannen einfach den untenstehenden QR-Code.





NÄHERES ZUR FUROPAWAHI 2024

Im Fünfjahres-Turnus sind alle wahlberechtigten Bürger der Europäischen Union aufgerufen, die Mitglieder des Europäischen Parlaments zu wählen. 2024 werden in Deutschland 96 Europaabgeordnete gewählt, genauso viele wie bei der Europawahl 2019. Das EU-Wahlrecht sieht vor, dass in allen Mitgliedstaaten nach dem Verhältniswahlsystem gewählt wird. Das bedeutet: Je mehr Stimmen eine Partei bekommt, desto mehr Europaabgeordnete schickt sie ins Europäische Parlament. In Deutschland werden die Europaabgeordneten nach den Grundsätzen der Verhältniswahl auf der Basis von Listenwahlvorschlägen gewählt. Listenwahlvorschläge können für einzelne Länder oder es kann eine gemeinsame Liste für alle Länder aufgestellt werden. In Deutschland werden geschlossene Listen genutzt, das heißt die Wähler können die Reihenfolge der Kandidaten auf der Liste nicht verändern.

Seite 15 Seite 14



ABER DIE EU BRAUCHT AUCH BAYERN"

In seiner Funktion als Bayerischer Staatsminister für Europaangelegenheiten und Internationales ist Eric Beißwenger oberster Repräsentant des Freistaats in Brüssel. Im Gespräch mit DEHOGA Bayern-Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert gibt er einen Einblick in die Wechselwirkungen zwischen der EU und Bayern und hebt hervor, an welchen Stellen Bayern von der EU, aber auch die Europäische Union von Bayern profitiert.

ehr geehrter Herr Staatsminister, erst einmal "Glückwunsch" zu Ihrer Ernennung zum bayerischen Staatsminister für Europaangelegenheiten! Sie sind nun schon einige Monate in Amt und Würden. Wie sieht eigentlich Ihr Arbeitsalltag in dieser

Ich bin quasi Bayerns Chef-Lobbyist, vertrete Bayerns Interessen in der EU und in anderen Ländern. Dazu gehören zahlreiche Gespräche mit EU-Vertretern und -Abgeordneten sowie mit Vertretern unseres konsularischen Korps -Bayern hat die meisten Konsulate und Generalkonsulate in ganz Deutschland. Dazu gehören aber auch Auslandsreisen. Ich bin oft in Brüssel, wo ich in unserer Bayerischen Vertretung mein zweites Büro habe. Aber ich treffe mich selbstverständlich auch mit vielen Institutionen und Organisationen aus Bayern, die mir ihre Anliegen zu europäischen Themen darlegen. Also: Langweilig wird mir nicht.

Mal eine grundsätzliche Frage: Warum ist die EU überhaupt wichtig für Europa, Deutschland und für Bayern?

Diese Europäische Union entstand

aus alten, lang gehegten Feindschaften. Sie ist ein überaus erfolgreiches Friedensprojekt. Das ist bei uns leider lange Zeit vergessen worden, weil der Frieden für uns alle, die nach 1945 geboren wurden, zur Normalität, fast schon zur Selbstverständlichkeit geworden war. Diese alten Gewissheiten wurden jetzt durch den Angriff Russlands auf die Ukraine tief erschüttert. Umso mehr ist uns jetzt auch wieder bewusst geworden, dass die EU auch eine Werteunion von Frieden, Freiheit und Demokratie ist. Entscheidend ist aber auch, dass die EU die Möglichkeit bietet, Probleme zu lösen und Themen zu regeln, bei denen einzelstaatliche Lösungen und Regelungen nicht weit führen, beispielsweise beim Klima- und Umweltschutz oder der Migration. Und eines betone ich auch immer wieder: Bayern allein

wäre – die Betonung liegt auf dem Konjunktiv die sechstgrößte Volkswirtschaft in der EU. Über 50 Prozent unserer Exporte gehen ins europäische Ausland. Neun unserer zwölf wichtigsten Handelspartner sind EU-Länder. Also: Bayern braucht die EU, aber die EU braucht

Was halten Sie von der Flexibilisierung des Arbeitszeitgesetzes nach der Europäische Arbeitszeitrichtlinie? Und warum sperrt sich Deutschland gegen eine flexible Wochenarbeitszeit, die sich unter Umständen auch die Arbeitnehmer wünschen?

"DIESE EUROPÄISCHE UNION (...) IST EIN ÜBERAUS ERFOLGREICHES FRIEDENSPROJEKT DAS IST BEL UNS LEIDER LANGE ZEIT VERGESSEN WORDEN, WEIL DER FRIEDEN FÜR UNS ALLE (...) ZUR NORMALITÄT, FAST SCHON ZUR SELBSTVERSTÄNDLICH-KEIT GEWORDEN WAR."

Die Ampel-Regierung muss hier endlich tätig werden. Das Arbeitszeitgesetz muss flexibilisiert werden, um in der Realität der modernen Arbeitswelt anzukommen. Die starre Begrenzung der Tagesarbeitszeit stellt auch eine Hürde bei der Vereinbarkeit von Familie und Beruf dar. Das Europäische Recht legt eine Wochenhöchstarbeitszeit von durchschnittlich 48 Stunden fest und gerade keine tägliche Höchstarbeitsgrenze. Diesen Spielraum sollten wir nutzen. Die Beschäftigten sollen auf Wunsch nicht mehr, sondern nur flexibler arbeiten können. Für bestimmte Berufe, die körperlich weniger anstrengend sind, zum Beispiel Bürotätigkeiten, wäre eine Arbeitszeit

von mehr als 10 Stunden pro Tag denkbar. Selbstverständlich muss der Gesundheitsschutz der Beschäftigten stets gewährleistet sein. Denn niemandem ist mit arbeitsbedingten Ausfällen durch Überlastung gedient. Der Bund ist gefordert, schnell seine Gesetzgebungskompetenz zu nutzen, um flexiblere Arbeitszeitmodelle zu ermöglichen.

Wie lässt sich der Zuzug von Fach- und Arbeitskräften innerhalb der EU und auch aus Nicht-EU Ländern einfacher gestalten, um dem Mitarbeitermangel entgegenzuwirken?

> Der Zuzug von Fach- und Arbeitskräften innerhalb der EU ist bereits jetzt unproblematisch möglich. Unionsbürger, die sich als Arbeitnehmer oder zur Berufsausbildung in Deutschland aufhalten wollen, können mühelos einreisen und bleiben. Wer noch arbeitssuchend ist, kann sich ein halbes Jahr zur Jobsuche in Deutschland aufhalten. Auch für Drittstaatsangehörige gibt es bereits umfangreiche Erleichterungen sowohl auf europäischer als auch nationaler Ebene. Auf europäischer Ebene wurden verschiedene Richtlinien neu gefasst und überarbeitet, beispielsweise die Richtlinie für unternehmensinterne Transfers von Mitarbeitern sowie die Blue-Card

Richtlinie. Diese schafft neue Möglichkeiten der legalen Migration unter anderem durch die Herabsetzung einiger Antragsvoraussetzungen wie Gehaltsschwellen. Der nationale Rechtsrahmen der Fachkräfteeinwanderung wurde ebenfalls erweitert und beleuchtet die drei Säulen: Fachkräfte, Erfahrung und Potenzial. Neuerungen gibt es insbesondere im Bereich Erfahrung und Potenzial. Hervorzuheben ist die nun ermöglichte Einwanderung von Fachkräften auch ohne vorherige formelle Anerkennung des Berufsabschlusses bei entsprechender Erfahrung in allen nicht reglementierten Berufen und die Chancenkarte zur Arbeitssuche für Menschen mit

Im Gegensatz zu Deutschland unterscheiden 23 Staaten der EU steuerlich nicht zwischen der Lieferung von Essen, dem Essen im Gehen oder Stehen und dem Essen im Restaurant. Was halten Sie von der ungleichen Besteuerung von Essen in Deutschland?

zu der zuständigen Anerkennungsstelle finden,

ist gute Beratung essenziell.

Zum Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit der Gastronomie- und Tourismusbranche im Verhältnis zu den angrenzenden europäischen Nachbarländern fordert Bayern die dauerhafte Wiedereinführung des ermäßigten Umsatzsteuersatzes für Restaurant- und Verpflegungsleistungen. Zur Unterstützung der getränkegeprägten Gastronomie muss auch eine Ausweitung des ermäßigten Umsatzsteuersatzes auf die Abgabe von Getränken erfolgen. Diese Forderungen hat Bayern auch mit einer Bundesratsinitiative Anfang März dieses Jahres beim Bund eingebracht.

Wie stehen Sie zu EU-Überlegungen einer verpflichtenden kostenfreien Abgabe von Leitungswasser in der Gastronomie?

Die Entscheidung, ob Leitungswasser kostenlos angeboten wird, sollte den Gastronomen

überlassen bleiben. Sie sollten die Freiheit haben, ihre Preise und Angebote nach eigenem Ermessen festzulegen.

Wie stehen Sie zum Thema europaweites Rauchverbot in der Außengastronomie?

Das Rauchverbot in Innenräumen hat absolut seine Berechtigung. Hier steht der Gesundheitsschutz im Vordergrund. Im Außenbereich haben wir eine andere Situation. Ein europaweites Rauchverbot in der Außengastronomie halte ich daher für zu weitgehend und bevormundend.

Stichwort Bürokratieabbau: Deutschland positioniert sich als "Musterknabe" und neigt zur Übererfüllung von EU-Vorgaben. Beispiel: Die Information von Gästen über Allergene muss hierzulande zwingend schriftlich erfolgen. Warum macht es Deutschland regelmäßig gerade den kleinen und mittelständischen Unternehmen besonders schwer?

Leider setzt die Bundesregierung oft noch einen obendrauf und betreibt sogenanntes Gold-Plating. Bürokratische Vorgaben belasten das Gastgewerbe. Sie kosten Zeit und Geld. Die Bürokratielasten müssen abgebaut werden. Die vielen Berichts- und Nachweispflichten überfordern und entmutigen unsere Unternehmen. Bürokratieabbau und Deregulierung sind der Staatsregierung aber vor allem auch mir persönlich ein besonderes Anliegen. Bayern setzt sich dafür ein, dass Hürden und Formalien abgebaut und nicht zusätzlich geschaffen werden.

Wie stehen Sie zum Wegfall der Hotelmeldepflicht für Inländer? Ist das nicht eine Diskriminierung von Ausländern? Sollte man nicht beides abschaffen?

Das Ausfüllen von Meldescheinen für jeden einzelnen Gast erfordert Zeit und Ressourcen. Ich kann deswegen gut nachvollziehen, dass die Beherbergungsbetriebe hier jede

Erleichterung begrüßen. Von der Polizei wurden die Meldescheine auch bei deutschen Staatsangehörigen als wertvolles Ermittlungsinstrument geschätzt. Für ausländische Gäste gelten völkerrechtliche Verpflichtungen Deutschlands aus Artikel 45 des Schengener Durchführungsübereinkommens, die einer Abschaffung der Hotelmeldepflicht für ausländische Gäste entgegenstehen.

Wie viel Prozent der Gesetze haben ihren Ursprung in Brüssel?

Mehr als ein Drittel aller neu vom Bundestag beschlossenen Gesetze haben ihren Ursprung im EU-Recht. In den Bereichen Landwirtschaft, Wirtschaft, Umwelt sind es sogar mehr als die Hälfte.

Wie kann Bayern seinen Einfluss in der EU weiter ausbauen, um dort eine mittelstandsfreundliche Politik zu erreichen?

Die Bayerische Staatsregierung steht über ihre Repräsentanz in Brüssel in ständigem Kontakt und regelmäßigem Austausch mit den EU-Institutionen. Bayerische Ministerinnen und Minister reisen regelmäßig nach Brüssel, um im persönlichen Gespräch mit den Verantwortlichen vor Ort wichtige bayerische Anliegen zu adressieren. Dazu gehören selbstverständlich auch die Anliegen unser Hotel- und Gaststättenbetriebe. Darüber hinaus bietet die bayerische Vertretung eine Plattform für bayerische Unternehmen und Betriebe, um durch gezielte Veranstaltungen besonders wichtige Themen auf europäischer Ebene in den Fokus zu rücken.

Welche Themen brennen Ihnen gerade besonders unter den Nägeln?

Ich bin für ein Europa, das die großen gemeinsamen Aufgaben löst und die Eigenständigkeit der Mitgliedstaaten und Regionen achtet – Stichwort Subsidiarität. Das ist das Fundament eines funktionierenden Europas.



Zweifeln die Menschen heute mehr am Konzept "EU" als noch vor 10 Jahren?

Ich befürchte, die EU-Skepsis hat schon zugenommen. Sie wird aber auch bewusst von extremen Parteien geschürt, die daraus Profit schlagen wollen. Die großen Errungenschaften wie die grenzenlose Reisefreiheit, die einheitliche Währung oder das EU-Roaming sind heute Selbstverständlichkeit. Das waren Themen von persönlicher Relevanz, von denen jeder profitiert hat. Ich habe es eingangs schon gesagt: Die EU braucht uns, aber wir brauchen unbedingt auch die EU. Ein Dexit, also ein Austritt Deutschlands aus der EU, wie von der AfD gefordert, käme einem politischen und vor allem wirtschaftlichen Selbstmord gleich. Die Europawahl am 9. Juni eignet sich deshalb nicht als Protest- oder Denkzettelwahl. Kaum ein Land profitiert so sehr von der EU wie Deutschland. Wir müssen allerdings wieder stärker das Subsidiaritätsprinzip zur Geltung bringen: Gemeinschaftliche Regelungen überall da, wo sie sinnvoll sind, wo sie einen Mehrwert erzeugen, alles andere, das sich besser vor Ort regeln lässt, sollte auch vor Ort geregelt werden.

derat in Bad Hindelang. Nach seinem Eintritt in die CSU war er unter anderem als Ortsvorsitzender der CSU Bad Hindelang sowie als Kreisvorsitzender der Mittelstands-Union Oberallgäu-Lindau tätig. Erstmals ger seit 2014 Mitglied des Kreistages im Landkreis Oberallgäu, seit 2017 als Kreisvorsitzender der CSU der Mittelstands-Union Schwaben. Neben seinen politischen Ämtern engagiert sich Beißwenger auch in Forstbetriebsgemeinschaft sowie dem Bayerischen Jagdverband. Seit November 2022 ist Beißwenger Präsident der Arbeitsgemeinschaft Bayerische Bergbauern. Am 8. November 2023 ernannte ihn Ministerpräsident Dr. Markus Söder zum Staatsminister für Europaangelegenheiten und Internationales.

Seite 18 Seite 19 ${\sf aroma} \ tisch$ ${\sf bombas} \ tisch$ ${\sf fantas} \ tisch$ ${\sf kosmopoli} \ tisch$

empa tisch

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

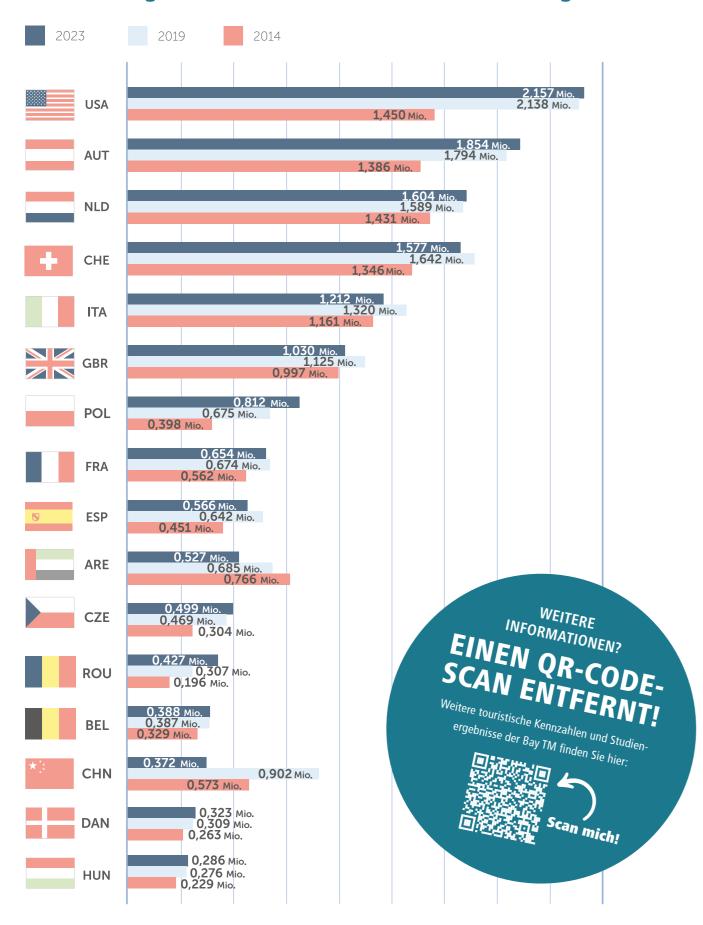
Der MISCHtisch ist eine bayernweite Kampagne, die Gastronomien
unterstützt, einen Gemeinschaftstisch
unter einheitlichem Label anzubieten.
Als Mitmischende erhalten Sie mit
dem Starterpaket den Grundstein für
die Einrichtung Ihres Mischtischs.
Außerdem werden Sie in der offiziellen
MISCHtisch-Karte verortet 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



Übernachtungsreichste Auslandsmärkte im 10-Jahres-Vergleich



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik 2024

Polen generiert etwas mehr als 800.000 Übernachtungen. Tendenz steigend: Im Vergleich zum Jahr 2022 sind die Übernachtungen von Gästen aus Europa um über 16 Prozent gestiegen.

Auch der Zehnjahresvergleich macht deutlich, dass die Gästezahlen über die Jahre angestiegen sind – dabei haben sich insbesondere insbesondere die Auslandsmärkte Österreich (circa 500.000 Übernachtungen mehr), Niederlande, Schweiz (jeweils etwa 200.000 Übernachtungen mehr) und Polen (rund 400.000 Übernachtungen mehr) überaus positiv entwickelt.

REISEMOTIVE: NATUR UND KULTUR

Die europäischen Besucher dieser sechs Länder schätzen in Deutschland besonders die zahlreichen Naturerlebnis- und Erholungsmöglichkeiten, die gute Luft und das Klima, das große Angebot an Sightseeing-Möglichkeiten sowie die vielfältigen Kunst-, Kultur- und Veranstaltungsangebote. Insbesondere italienische, österreichische und polnische Gäste sowie Reisende aus der Schweiz und dem Vereinigten Königreich lieben es, Sehenswürdigkeiten und Museen zu besuchen; auch Shopping steht zumeist auf dem Programm. Für niederländische Gäste hingegen stehen die zahlreichen Erholungsmöglichkeiten und die schöne Naturlandschaft im Fokus ihrer Reiseentscheidung.

REISEVERHALTEN - KURZ UND MOBIL

Die Gäste aus diesen sechs europäischen Ländern bleiben durchschnittlich zwei Tage in Bayern. Die Anreise erfolgt dabei überwiegend mit dem PKW. Aber auch die Bahn wird für die Anreise genutzt, insbesondere von Gästen aus der Schweiz. Gäste aus Italien und Großbritannien reisen hingehen überwiegend mit dem Flugzeug an. Die meisten Gäste aus diesen sechs europäischen

Herkunftsländern übernachten bei ihrem Aufenthalt in Bayern in Hotels. Mit einer großen Ausnahme: Die niederländischen Gäste sind der Top-Quellmarkt (gefolgt von der Schweiz) in Deutschland für Campingplatz-Übernachtungen.

BAYTM STÄRKT BAYERNS POSITION ALS TOP-DESTINATION

Damit Bayern auch weiterhin ein bedeutendes Reiseziel für ausländische Gäste bleibt, steht die BayTM kontinuierlich im Austausch mit ausländischen Reiseveranstaltern und Medienvertretern. Besonderen Fokus legt die Landestourismusorganisation dabei auf die für Bayern am meisten relevanten Auslandsmärkte USA, Österreich und Schweiz. Mit eigenen Roadshows, Trade-Workshops und Veranstaltungen sowie der regelmäßigen Teilnahme am Germany Travel Mart, gelingt es der BayTM gemeinsam mit ihren bayerischen Partnerinnen und Partnern, die Destination Bayern noch tiefer im Mindset der Reiseindustrie sowie von relevanten Konsumenten zu verankern und neue Reiseanlässe und -ziele zu schaffen.

> PRÄSENTIEREN SIE IHR UNTERNEHMEN AUF INTERNATIONALER BÜHNE





DEHOGA BAYERN-PRÄSIDENTIN IM AUSTAUSCH MIT DEM ÖSTERREICHISCHEN UND DEM SÜDTIROLER HOTELIERS- UND GASTWIRTEVERBAND

EUROPÄISCHE VORGABEN, "GOLD-PLATING"

UND DER STETIGE BLICK ZU DEN NACHBARN

Der kontinuierliche Austausch mit benachbarten Tourismusverbänden zählt für DEHOGA Bavern-Präsidentin Angela Inselkammer zu einer Selbstverständlichkeit. Schließlich lassen sich gemeinsame Problemstellungen und Herausforderungen "mit vereinten Kräften" stets besser lösen lassen als im Alleingang. Darüber hinaus zeigt sich im persönlichen Gespräch auch manchmal, dass Selbst- und Fremdwahrnehmung der eigenen Gegebenheiten bisweilen auch ein wenig auseinandergehen. Im letzten Gespräch zwischen DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer mit Walter Veit, Präsident der Österreichischen Hoteliervereinigung und Manfred Pinzger, Präsident des Hoteliers- und Gastwirteverbands (HGV) in Südtirol, durfte die Gastgeber Bayern-Redaktion dabei sein.

ngela Inselkammer: Lieber Manfred, lieber Walter, es freut mich sehr, dass ihr euch für diesen Austausch Zeit genommen habt. Wir stehen ja ohnehin in regelmäßiger Verbindung – nicht zuletzt da wir eine gemeinsame "Tourismus-Großregion" bespielen. Dennoch ist vieles grundsätzlich unterschiedlich in unseren Ländern. Lasst uns zu Beginn doch einen Blick auf den derzeitigen Stand der Branche werfen. Wir alle waren sehr gebeutelt durch die Corona-Krise. Wie steht es um das Gastgewerbe in Österreich und in Südtirol? Ist denn der Vorkrisenstand schon Umsatz. Für alle anderen gibt es seit mindestens zehn Jahren keine wieder erreicht oder wird nach den Jahren der Entbehrungen vielleicht sogar mehr Urlaub gemacht als zuvor? Wie schätzt ihr die Lage ein?

Manfred Pinzger: Wir beobachten durch die Corona-Krise schon eine gewisse Veränderung, auch und gerade im ländlichen Raum. Das bezieht sich vor allem auf den Besuch der Gasthäuser, der noch immer deutlich hinter dem Vor-Corona-Niveau liegt. Etliche Leute. die in der Pandemie zuhause geblieben sind, tun das auch weiterhin und kommen nicht zurück in die Gaststätten, das ist sicher festzustellen. Gleichzeitig entwickelt sich der Tourismus generell sehr gut. Auch die abgeschlossene Wintersaison lief gut. Dabei haben wir den Vorteil, dass viele unserer Betriebe die erzwungene "Corona-Pause" dazu genutzt haben, um Ihre Betriebe größtenteils auf Vordermann zu bringen – die Betonung liegt dabei natürlich auf größtenteils. Trotz gestiegener Preise – gerade im Spitzensegment – haben wir immer noch ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis vorzuweisen. Darüber hinaus profitieren wir natürlich von zwei Urlaubssaisonen – unsere Gäste kommen im Sommer wie im Winter.

Angela Inselkammer: Konnten denn die südtiroler Gastwirte in den Krisenjahren so gezielt in die Sanierung ihrer Gebäude investieren, weil es staatliche Förderungen gab?

Manfred Pinzger: Nein – das kann man nicht sagen. Bis vor etwa 15 Jahren gab es aus meiner Sicht tolle Subventionen für die Branche. Doch die sind zwischenzeitlich nahezu alle abgeschafft. Es gibt ledialich noch eine Förderung für Kleinstbetriebe bis 500.000 Euro nationalen Förderungen mehr. Auf EU-Ebene gab es die ein oder andere Hilfe, das Land (Italien - Anm. d. Red.) hat sich bei uns aber

Angela Inselkammer: Walter, wie sieht es in Österreich aus, nach den harten Jahren der Corona-Pandemie?

Walter Veit: Um einmal mit den positiven Dingen anzufangen, auch bei uns gilt natürlich: Wir müssen unterscheiden zwischen der Hotellerie und der Gastronomie. Der Hotellerie geht es grundsätzlich gut – wir sind an vielen Stellen bereits wieder auf dem Niveau vor der Corona-Pandemie 2019, punktuell sogar schon darüber. Auch unsere Betriebe haben die Corona-Phase zu Sanierungen und Renovierungen genutzt und sind im Großen und Ganzen in einem sehr guten Zustand. Wir stellen fest, dass in der Zeit nach Corona die Nachfrage nach kleinen Appartements wieder zugenommen hat. Einige kleinere Betriebe konzentrieren sich seither gezielt darauf. Bei der Gastronomie machen wir dieselbe Beobachtung, wie unsere Kollegen in Italien

– die Branche ist sehr geplagt: Die Leute gehen früher nach Hause oder bleiben ganz dort. Wenn sie kommen, geben sie tendenziell weniger Geld aus als vor der Krise – es hat den Anschein, als hätten sie weniger Geld übrig. Für den Urlaub reicht es augenscheinlich noch, aber den Besuch in der Gaststätte spart sich wohl gerade so mancher. Und das hat natürlich auch Auswirkungen auf die Zulieferer. So weiß ich beispielsweise auch von den burgenländischen Winzern, dass die Verkaufszahlen an die Gastronomie teilweise um 15 bis 20 Prozent eingebrochen sind. Insofern lässt es sich schon auf diesen Nenner bringen: Die Hotellerie hat es geschafft, die Gastronomie schwächelt noch immer.

Angela Inselkammer: Wie empfindet ihr es denn, im Rahmen eurer regionalen Bindungen doch auch ein Teil der EU zu sein? Wo liegen die Vorteile und an welchen Stellen müsste aus eurer Sicht nachgebessert werden?

Manfred Pinzger: Nun ja, bei uns ist das so: Die Europäische Union ist zum einen weit weg und zum anderen müssen die Europäischen Vorgaben ja noch auf das "italienische Maß" angepasst und in die nationale Gesetzgebung übertragen werden...

Angela Inselkammer: (lacht) Was heißt das denn? Wir in Deutschland neigen ja durchaus zur "Übererfüllung" europäischer Standards. In Deutschland werden die Vorgaben aus der EU erfahrungsgemäß um etwa ein Drittel verschärft – was ist denn das "italienische Maß"?

Manfred Pinzger: Übererfüllung ist nicht unsere Sache (lacht). Ich war selbst für einige Jahre Teil der zuständigen Kommission in Rom und habe die Erfahrung gemacht, dass wir die Vorgaben meist sozusagen "all'italiana" – also "auf italienisch" – umgeschrieb haben. Natürlich müssen die konkreten Pläne dann zurückgesandt und von der EU gutgeheißen werden, aber verschlechtert haben w die Maßnahmen auf nationaler Ebene nie – eher im Gegenteil. Und das ist heute noch so.

Angela Inselkammer: Das klingt irgendwie gescheiter als der sche Weg... Wie steht es denn in Österreich, Walter?

Walter Veit: Tja (lacht) – da können wir die Italiener nur beneide Wir sehen erst einmal zu, was Deutschland macht und orientier uns an 120 Prozent, getreu dem Motto: "Wenn Deutschland 120 Prozent macht, müssen von uns mindestens 110 Prozent kommen "Gold-Plating" ist auch in Österreich ein großes Thema. Unsere Regierung hat erst kürzlich verkündet, dass sie von dieser Überer füllung von Standards abkommen und "nur noch" 100 Prozent de Vorgaben erfüllen will. Aus meiner Sicht liegt das Problem aber au darin begründet, dass Problemstellungen auf EU-Ebene von den Mit gliedsstaaten auch gerne einmal liegengelassen werden. Derartige Themen sind ja auch oft ein wenig spröde und unpopulär. Irgend wann laufen dann die Fristen ab, ein Gesetz tritt in Kraft und alle beschweren sich über die Folgen. Länder, die rechtzeitig agieren und



ANGELA INSELKAMMER

MANFRED PINZGER

im Vorteil. Vielleicht macht das Italien auch ein wenig geschickter als Deutschland und Österreich.

kritisch auch eventuelle andere Umsetzungswege prüfen, sind hier klar

Angela Inselkammer: Wir alle profitieren ja enorm von der EU – von der Freizügigkeit, der Friedens- und Freiheitssicherung, den freien Arbeitsverhältnissen. Und gleichzeitig kommen dann doch die ein oder anderen Verordnungen, bei denen man sich fragt, was das mit unserer täglichen Praxis zu tun hat – ein aktuelles Beispiel ist das jüngst beschlossene Lieferkettensorgfaltsgesetz ...

Walter Veit: Absolut - oder die ESG-Verordnung. Auch wenn es heißt, es betrifft im Grunde "nur" große Betriebe, so wirken sich grundsätzliche Regulierungen immer auch auf die gesamte Branche aus. Hier wird aus meiner Sicht zu viel "vom Großen in's Kleine" gedacht. Gleichzeitig sind aber zahlreiche Vorzüge der EU – von denen auch und gerade der Tourismussektor profitiert – für uns alle selbstverständlich. Sei es der Euro, mit dem guer durch Europa bezahlt werden kann, die Reisefreiheit für vorhandene sowie potenzielle Fachkräfte und nicht zuletzt die Reduzierung gesetzlicher Barrieren auf dem europäischen Arbeitsmarkt.

Angela Inselkammer: Die Angehörigen des Gastgewerbes in Deutschland blicken ja in so mancher Hinsicht neidvoll nach Österreich. Schließlich sind die Rahmenbedingungen bei euch doch in mancherlei Hinsicht deutlich günstiger, als bei uns in Deutschland – Stichworte wären die Mehrwertsteuer, bessere Einkommensregelungen und größere Freizügigkeiten. Wie empfindet ihr das?

Walter Veit: Wir sehen das genau umgekehrt ... (lacht) Die Mehrwertsteuererhöhung in Deutschland war für Euch natürlich ein schwerer Schlag – das versteht ja auch kein Mensch. Trotzdem ziehen wir natürlich – auch hier – den ein oder anderen Vergleich mit Deutschland. Seien es Großhandelspreise, Einzelhandelspreise, Energiepreise – all das belastet den österreichischen Markt deutlich mehr als den deutschen. Und nicht zuletzt der Arbeitsmarkt ist offener – Deutschland ist beispielsweise über die Fachkräfteverordnung und die damit verbundenen Möglichkeiten, bei Bedarf Ersatzkräften zuzuholen, deutlich besser aufgestellt als wir. Wir brauchen Kontingente und haben Genehmigungszeiten von einem halben Jahr – da hat sich die entsprechende Saison meist schon wieder erledigt. Kürzlich hat uns eine renommierte Expertin ausgerechnet, dass Österreich aufgrund der nicht vorhandenen Arbeitskräfte im Tourismussektor jährlich Einnahmen in Höhe von rund einer halben Milliarde Euro verloren gehen. Das ist Geld, das Touristen vor Ort nicht ausgeben können und das sie wieder mit nach Hause nehmen, da schlicht kein Eisverkäufer, kein Restaurantbetreiber oder kein Koch da ist, der die Leistung erbringt, welche die Gäste auch gerne bezahlen würden – das ist schon ein großes Problem. Bei euch sicher auch, Manfred...

Manfred Pinzger: Absolut, der Fachkräftemangel ist auch bei uns ein großes Thema. Das liegt bei uns unter anderem auch daran, dass wir aus steuerlichen Gründen große Probleme haben, Mitarbeiterunterkünfte zu errichten. Es gibt zwar tolle Hotelfachschulen in Südtirol, aber die Absolventen verbleiben nicht immer in diesem Bereich. Gleichzeitig sind auch die derzeitigen – aus meiner Sicht absolut unseriösen – Diskussionen zum Thema "Overtourism" nicht förderlich, um weitere Fachkräfte für uns zu begeistern. Damit haben wir derzeit auch in der öffentlichen Wahrnehmung große Probleme.

Angela Inselkammer: Wie steht es denn um die Tourismus-Akzeptanz in Österreich?

Walter Veit: Grundsätzlich gut – die Akzeptanz ist ein wenig zurückgegangen. Mit einem Rückgang von 78 auf 76 Prozent ist die Unterstützung für den Tourismus aber noch immer breit in der österreichischen Gesellschaft verankert. Wir müssen die Ströme sicherlich ein wenig entzerren, aber wir arbeiten stets an Optimierungen, um auch den Rückhalt in der Gesellschaft weiter aktiv zu fördern. So arbeiten wir derzeit beispielsweise an einer Datenerfassung in Echtzeit via Handydaten, um zeitnah und situationsbezogen auf große Touristenströme reagieren zu können.

Angela Inselkammer: Um zum Abschluss noch einen kleinen Blick in die Zukunft zu werfen: Was meint ihr: Wo geht die Reise im Tourismus hin und wie können wir die Attraktion unserer Länder in der öffentlichen Wahrnehmung noch weiter stärken?

Manfred Pinzger: Grundsätzlich bin ich überzeugt davon, dass sich im Alpenvorraum – sei es in Bayern, Österreich oder Südtirol – auch weiterhin hochwertiger Qualitätstourismus betreiben lässt. Wir verfügen über tolle regionale Produkte verbunden mit einer schönen und großartigen Landschaft. Ich habe überhaupt keine Angst um die Zukunft für unsere Tourismusregion. Allerdings müssen die Rahmenbedingungen stimmen: Die derzeit enorme Zinslast sowie verhältnismäßig hohe Löhne und Lohnnebenkosten sind beispielsweise große Belastungen. Um diese Bedingungen zu verbessern, müssen wir auch weiterhin gemeinsam an einem Strang ziehen. Auch, um der kommenden Generation Mut zu geben, sich in unserer schönen Branche zu engagieren.

Walter Veit: Das sehe ich genauso – ich glaube, ein überregionaler Austausch ist ein zentraler Baustein, um unsere gemeinsamen Ziele weiter voranzutreiben. Dabei steht der Begriff der Regionalität für mich auch inhaltlich im Zentrum. Auch bei uns gibt es den bekannten "Schrobenhausener Spargel" – warum zuerst dazu gegriffen wird, als zum Salzburger Spargel, ist schon eine spannende Frage. Regionalität ist eines der Schlüsselworte für den künftigen Erfolg im Tourismus. Auch vom vielzitierten Klimawandel werden wir aus unserer Sicht eher profitieren, wenn es nicht zu heiß und zu extrem wird. Lohnkosten, Energiekosten, die derzeit noch immer hohe Zinslast, all das sind natürlich Herausforderungen, die uns voraussichtlich noch lange beschäftigen werden. Die Margen sind in den vergangenen Jahren deutlich geringer geworden. Das macht – neben unserem Engagement auf Verbandsebene – natürlich auch eine weitsichtige Unternehmensausrichtung aller unserer Mitglieder unausweichlich.



WALTER VEIT

Seite 27 Seite 26

LERNSTOFF FÜR DIE ZUKUNFT



Isabella Hren, Vorstand der Bayerischen Gastgeber AG und Geschäftsführerin der BTG über die regionale Gastronomie Europas und deren Lösungsansätze, die auch in Bayern funktionieren können.

BTG Bayern Tourist

089 280 98 99

info@btq-service.de

www.btg-service.de

ktuell wird besonders intensiv über die Herausforderungen der Branche diskutiert, vor allem familiengeführte Betriebe außerhalb der Städte kämpfen um die Zukunft. Zeitgleich wird der Blick auf politische Entwicklungen in Europa gelenkt und mit der kommenden Wahl die Weichen für die nächsten Jahre gestellt.

Es lohnt sich auch gastronomisch ein Auge in andere europäische Länder zu werfen, auf deren Herausforderungen und Lösungsansätze. Das Bayerische Gastgewerbe kann von erfolgreichen Entwicklungen im Gastgewerbe anderer europäischer Staaten in verschiedenen Bereichen lernen, wie zum Beispiel der Servicequalität, der Nutzung von Technologie zur Effizienzsteigerung, Nachhaltigkeitspraktiken und kulturellen Angeboten zur Differenzierung.

Am Beispiel von Großbritannien, wo das Pub-Sterben auf dem Land über Jahre ein großes Problem darstellte, lassen sich verschiedene Maßnahmen und Trends ableiten, die auch in Bayern erfolgsversprechend sein

GEMEINSCHAFTSINITIATIVEN

Vielerorts hat man erkannt, dass Pubs nicht nur Orte sind, um zu trinken, sondern auch wichtige soziale Zentren. Deshalb haben sich lokale

> Pubs zusammengeschlossen, um so den Erhalt Manche haben sich sogar als Genos

satorisch daran beteiligt ist. Hierbei muss man jedoch beachten, dass in den Fällen, in denen die Kommune in das Marktgeschehen eingreift, dies zu Verwerfungen in der übrigen Gastronomie führen kann.

VIELFALT IM ANGEBOT

Viele Pubs haben ihr Angebot diversifiziert, um sich den veränderten Bedürfnissen der Gäste anzupassen. Der Schwerpunkt hat sich von Getränken auch auf Essen, oft mit einem Fokus auf hochwertiger, regionaler Küche verlagert. Kooperationen entstehen mit zusätzlichen Dienstleistungen oder lokalen Handwerksprodukten.

TOURISMUSFÖRDERUNG

In ländlichen Gegenden, besonders in landschaftlich reizvollen Regionen, spielen Pubs eine wichtige Rolle im Tourismus. Die Förderung des ländlichen Tourismus durch lokale Behörden und Tourismusorganisationen kann dazu beitragen, die Nachfrage zu erhöhen.

KAMPAGNEN ZUM ERHALT DES TRADITIONELLEN ERLEBNISSES

Es gibt Kampagnen und Initiativen, die sich für den Erhalt des traditionellen Erlebnisses einsetzen, einschließlich des Schutzes von historischen Lokalitäten und der Förderung von traditionellen Aktivitäten und lokalen Veranstaltungen.



FLEXIBILITÄT UND ANPASSUNGSFÄHIGKEIT

Pubs, die überleben wollen, müssen oft flexibel und anpassungsfähig sein. Das kann bedeuten, dass sie ihre Öffnungszeiten ändern, um sich an das veränderte Konsumverhalten anzupassen oder neue Angebote einführen, um neue Zielgruppen anzusprechen. So könnte es beispielsweise sinnvoll sein, einige interessante fleischlose Alternativen oder Spezialitäten anzubieten, um dem neu aufgekommenen Ernährungsbewusstsein Rechnung zu tragen.

LERNSTOFF FÜR REGIONALE BETRIEBE IN BAYERN

Gastronomische Konzepte wie "Farm-to-Table" – vom Bauer direkt zum Gastronomen und somit auf den Teller der Gäste – sind auch bei den europäischen Nachbarn auf dem Vormarsch. Sie verbinden die Megatrends der Nachhaltigkeit, Regionalität und das neue Qualitätsbewusstsein. In Südtirol beispielsweise fungiert das Gastgewerbe als wichtiger Vermarkter für regionale Produkte, die dadurch Bekanntheit erlangen und die Abnahme generell gesteigert wird. Dadurch setzt ein Kreislauf ein, von dem alle Beteiligten profitieren. Denn durch die Bekanntheit der regionalen Produkte gewinnt die Region an sich an Wahrnehmung, mehr Menschen reisen dorthin und treiben die Nachfrage im Gastgewerbe weiter nach oben.

Kooperationen mit lokalen Bauern und auch dem Handwerk bieten Möglichkeiten zur Schaffung von neuen touristischen Routen und Angeboten, die ländliche Restaurants und Spezialitäten hervorheben. Dazu sollten alle regionalen Akteure gemeinsam mit der Kommune, Vereinen sowie den touristischen Einrichtungen an einem Tisch zusammenkommen, Ziehen die Akteure an einem Strang, werden neue Erlebnisse für die Gäste geschaffen beispielsweise Bauernhofbesuche mit Verkostung, Einbindung der Vereinskulturen mit Musik, Sport, Handwerk und so fort. Auch Pop-up-Restaurants, die saisonal auftauchen und lokale Produkte präsentieren, gewinnen an Beliebtheit.

SOZIALER TREFFPUNKT – GEMEINSCHAFT FÖRDERN

Den Lieblingsplatz "3rd Place" schaffen, an dem sich die Gäste nach dem Zuhause und der Arbeitsstätte sehnen. Vor allem ansprechende Außenflächen, Gastgärten, gemütliche Oasen mit Deko-Elementen, die zum Betrieb passen, wie zum Beispiel Feuerschalen oder Lounge Möbel – angefangen von der gemütlichen Holzbank unterm Kastanienbaum bis hin zu Hängematten oder Sitz-Sandsäcken – all das kann zusätzliche Gäste anziehen.

Dabei lohnt es sich, auch an die junge Gästegeneration zu denken, die sich mangels Alternativen vielerorts an Tankstellen oder Fast-Food-Läden trifft. Wie kann dieses Klientel angesprochen werden und Platz finden?

Die Zukunft erfolgreicher Betriebe liegt darin, gemeinsam Stärke zu zeigen, in einer Komposition aus vielen regionalen Akteuren: der Dreiklang aus Gastgewerbe, Landwirtschaft und Handel im Verbund mit den Kommunen, Touristikern und regionalen Trägern von Tradition wie zum Beispiel örtlichen Vereinen.

DIENSTLEISTUNGEN DER BAYERN TOURIST GMBH

ZERTIFIZIERUNGEN & KLASSIFIZIERUNG QUALITÄT MACHT DEN UNTERSCHIED

- Hotelsterne
- Ausgezeichnete Bayerische Küche & Bierkultur
- Motorradfreundliche Betriebe
- iMarke Zertifizierung für Tourist Informationen
- ServiceOualität 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 STERNE- UND FERNSEHKOCH FRANK ROSIN

"ICH VERSTEHE ARBEIT NICHT ALS BELASTUNG, SIE GIBT UNSEREM **DASEIN ETWAS** SINNHAFTES"

Im zarten Alter von 24 Jahren hatte sich Frank Rosin selbstständig gemacht. Heute blickt der aus Funk und Fernsehen bekannte Sternekoch auf eine überaus erfolgreiche, über drei Jahrzehnte andauernde Karriere zurück - und gleichzeitig hat er noch viel vor. Was der erfolgreiche Unternehmer jungen Köchen rät, die noch am Anfang ihrer Karriere stehen, welche Inhalte ihm im Rahmen der derzeitigen Ausbildung fehlen und warum der zwischenmenschliche Kontakt für ihn auch und gerade in der Gastronomie ein Kernelement des wirtschaftlichen Erfolgs ist, erklärt er im exklusiven Gespräch mit Gastgeber Bayern.

err Rosin, wie schätzen Sie persönlich die Ernährung in Deutschland ein?

Ich habe schon den Eindruck, dass das Bewusstsein für eine gute und gesunde Ernährung wächst und das Verständnis zwischen einer guten Ernährung auf der einen und der persönlichen Gesundheit auf der anderen Seite größer geworden ist. Gleichzeitig glaube ich aber, dass die Food-Industrie in dieser Richtung auch noch nachziehen muss. Beispiele wären Convenience-Produkte ohne Zusatzstoffe oder versteckte Zucker und Fette – hier gibt es durchaus noch Handlungsspielraum. Aber ich glaube, wir sind hier schon auf einem ganz guten Weg.

Sie sind der breiten Öffentlichkeit nicht zuletzt durch ihre langjährige Fernseharbeit bekannt geworden. Was reizt Sie an der Arbeit vor der Kamera?

Ich denke, dass das ein schöner Weg ist, die Menschen von gesunder, leckerer und attraktiver Ernährung zu überzeugen. Ich glaube, dass Kochsendungen ein großer Motivator sind, sich danach in den Lebensmittelmarkt zu begeben und zu sagen "das koche ich jetzt mal nach". Das ist schon eine große Motivation – und da geht es nicht nur um's Kochen. Essen hat auch etwas mit Kultur zu tun. Dass es hierfür einen gewissen Bedarf gibt, zeigt der Erfolg dieser Formate.

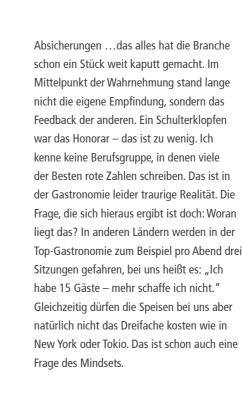
Wie hat diese "mediale Arbeit" Ihren Berufsweg beeinflusst?

Natürlich extrem – als ich mich im Jahr 1991 mit 24 Jahren selbstständig gemacht habe, wusste ich bereits, dass das Marketing für meinen späteren Erfolg ebenso wichtig sein wird, wie das Kochen. Darum habe ich auch sofort mit der Vermarktung begonnen. Ich glaube, dass wir auch jetzt in einer Situation sind, in der ein Gastwirt nicht mehr "nur" Gastwirt sein darf, er muss Unternehmer werden.

Das ist eine schöne Überleitung zur nächsten Frage – Sie beraten ja auch Betriebe, die am wirtschaftlichen Abgrund stehen, um die Trendwende zu schaffen und wieder in die Schwarzen Zahlen zu kommen. Dazu gehört



Seite 30 Seite 31



An welchen Stellschrauben könnte die Politik helfen, um dem Gastgewerbe wieder ein wenig "auf die Sprünge" zu helfen?

Grundsätzlich ist es mir wichtig, dass einen Dritte selten aus dem Dreck ziehen können. Das heißt: Wir müssen uns in erster Linie selbst helfen. Wir müssen anfangen, zu rechnen und unsere Gäste müssen verstehen, dass Qualität etwas kostet. Niemand sagt doch, dass Dienstleistungen umsonst sind, jede Leistung hat ihren Preis. Wenn ich ein Auto kaufe und Extras möchte, bekomme ich die doch auch nicht umsonst. Wenn Gastronomen für eine Zusatzportion oder eine Menü-Änderung Aufschlag verlangen, heißt es: "Wie is' der denn drauf?" Das passt aus meiner Sicht nicht zusammen.

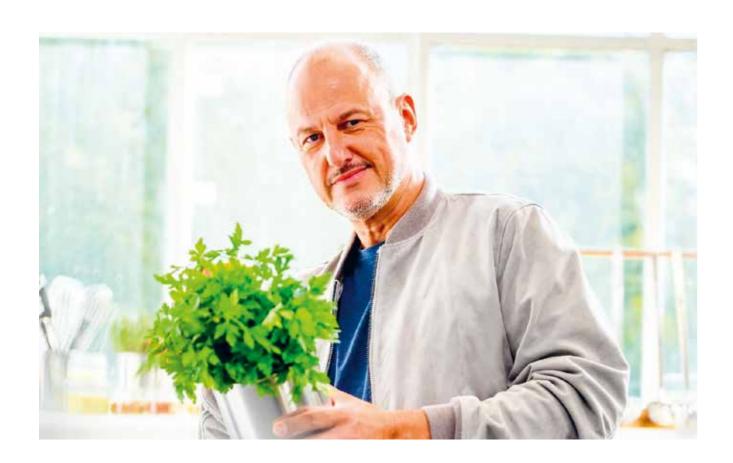
Lassen Sie uns noch einmal zurückkommen zu Ihrer eigenen Küche: Gibt es eine grundsätzliche Regel für Produkte, die in Ihrer Küche zum Einsatz kommen?

Generell finde ich, dass die Produkte, die ich verwende, aus dem europäischen Raum

kommen sollten. "Regionalität" ist in diesem Kontext sicher eine Definitionssache, Trotzdem glaube ich, dass wir ein mitteleuropäisches Bewusstsein entwickeln sollten und zum Beispiel kein Krokodil oder dergleichen essen. (lacht) Trotzdem ist es natürlich wichtig, auch alle andere Kulturen und deren Gepflogenheiten zu respektieren.

Mit Blick auf Ihre mittlerweile über 30-jährige überaus erfolgreiche berufliche Karriere: Was würden Sie jungen Menschen raten, die im Gastgewerbe durchstarten und richtig Karriere machen möchten?

Zu einen natürlich "verliere Dein Ziel nicht aus den Augen" – zum anderen aber auch, und das ist mindestens genauso wichtig: "Höre nicht auf!" Denn das Leben hört nicht auf – wenn es vorbei ist, sind wir tot. Bis dahin geht es immer weiter. Hast Du ein Ziel erreicht, dann stecke Dir ein neues.



bekanntlich ein ganzes Bündel an Fähigkeiten – werden diese denn in der heutigen Ausbildung überhaupt vermittelt?

Definitiv nicht! Ich denke, da bin ich mir mit etlichen Kollegen einig: Hinsichtlich der Ausbildungsinhalte muss sich aus meiner Sicht möglichst sofort etwas ändern. Alle Beteiligten – der DEHOGA, die Länder, die Bundesregierung – sollten meines Erachtens beispielsweise einen konkreten Maßnahmenkatalog entwickeln, aus dem hervorgeht, welche Erfordernisse und Anforderungen an Köche und Gastronomen gestellt werden, um sich in diesem wunderschönen Beruf erfolgreich selbstständig zu machen. Es kann ja nicht sein, dass ein Bäcker, der ein Brot in den Ofen schiebt, ein Meister sein muss und in unserer Branche jeder sagen kann "morgen werde ich Gastronom" – egal aus welcher und ob überhaupt aus einer Berufsgruppe. Dadurch wird unser Berufsbild aus meiner Sicht sehr geschädigt. Bei diesen ganzen Reglementierungen und Regularien, von denen wir wahrlich genug haben, erschließt sich mir das wirklich

nicht – zumal nahezu jeder Bürger Kontakt mit unserer Berufsgruppe hat.

Rückblickend betrachtet: Was hätten Sie selbst gerne früher gelernt oder gewusst?

Ein elementarer Bestandteil unserer Branche ist der Umgang mit Menschen. Sei es gegenüber den Mitarbeitern, aber natürlich auch gegenüber den Gästen – Teamführung, das soziale Verhalten als Arbeitgeber, der Umgang mit allen Beteiligten. Die Branche Gastronomie ist von Menschen und für Menschen gemacht. Wenn man beispielsweise irgendwo Urlaub macht, erinnert man sich selten an irgendwelche Stühle oder Möbel – die freundliche Begrüßung an der Rezeption oder ein zuvorkommender Service beim Abendessen bleibt einem aber im Gedächtnis. Auch innerhalb des Teams ist der zwischenmenschliche Kontakt das sprichwörtliche "Schmieröl", das das Getriebe am Laufen hält. Man kann sich gegenseitig pushen und sich helfen, wenn es mal nicht so läuft und geht zusammen

über Höhen und durch Tiefen. Wenn man seinen Beruf lebt, stellen sich auch wahrlich keine Fragen nach der vielzitierten Work-Life-Balance. Der Mensch braucht doch etwas Sinnhaftes in seinem Leben – ich verstehe Arbeit nicht als Belastung, sie gibt unserem Dasein etwas Sinnhaftes – das klingt jetzt vielleicht ein bisschen pathetisch. Das meine ich aber wirklich so.

Und dennoch ist diese schöne berufliche Branche in der öffentlichen Wahrnehmung nicht unbedingt "the place to be"...

Nun ja... man muss auch ehrlich sagen, dass in den vergangenen Jahrzehnten einiges falsch gemacht wurde. Die "Versklavung der Mitarbeiter" – nicht zuletzt durch eine falsche Bezahlung – hat definitiv ihre Spuren hinterlassen. So habe ich beispielsweise Kollegen, die 20 oder 30 Jahre älter sind als ich und eine bescheidene Rente kriegen, weil sie Zeit ihres Lebens die Hälfte ihres Gehalts schwarz ausgezahlt bekommen haben. Die Sechs-Tage-Woche, ausbaufähige soziale



DIE GRÜNDERIN FRANZISKA WEIDNER VERMARKTET FOOD TRUCKS UNTER EINEM DACH

GETREU DEM MOTTO: "Eine für alle..."

Es gibt Restaurants, Biergärten, Imbissbuden – und es gibt Food Trucks. Sie sind die junge, hippe Antwort auf einen Zeitgeist, der Vielfalt verlangt, Abwechslung, Flexibilität – aber auch authentisches, gutes Essen. Food Trucks finden sich an stark frequentierten Orten mit viel Laufkundschaft, sie rotten sich auf Food Truck Festivals zusammen, ersetzen schon die ein oder andere Kantine und geben Festen den richtigen Glanz.

gal ob Firmenfeier, Geburtstag,
Hochzeit oder, ja, sogar Scheidungsfeier: Mit einem Food Truck
erhält ein Event den gewünschten Glam-Faktor. Kein Wunder, dass es bei so
viel Truck-Euphorie unzählige verschiedene
Anbieter gibt. Kunden haben die Qual der Wahl
– aber oft nicht den richtigen Durchblick. Diese
Lücke schließt das Unternehmen Food Trucks
United. Über die Plattform können Interessenten mehr als 100 Food Trucks kontaktieren, Angebote einholen und Buchungen abschließen.

Der Kopf hinter dem Konzept ist Franziska Weidner. Die junge Power Frau ist gewiss kein "Trucker Babe". Eher ein fleischgewordener Dartpfeil, der fokussiert sein Ziel verfolgt – und trifft. In ihrem früheren Leben als Eventmanagerin bei der Allianz-Arena stürzte sie die Corona-Krise in erdrückende Langeweile. Statt mit ihren Kollegen die Zeit tot zu schlagen, half sie ihrem Vater im Food Truck. Als "Herr von Schwaben" beglückt er das Land mit Maultaschen, Spätzle, Würstl und mehr. Die Arbeit brachte Spaß und die Erkenntnis: Viele Food Trucker touren als Einzelkämpfer durchs Land und sind für Interessierte oft gar nicht sichtbar. Mit der Plattform "Food Trucks United" gibt Weidner ihnen einen einheitlichen Vertriebskanal. Für die Zahlung eines Mitgliedbeitrags kümmert sie sich um Marketing, Buchungsanfragen, Organisation und Abwicklung. Ihren alten

Job hing sie an den Nagel und stürzte sich in das Abenteuer Selbständigkeit. Ihr Vater stärkt ihr als Geschäftspartner den Rücken.

Die Resonanz der anderen Trucker: zunächst

skeptisch. Was will diese junge Frau? Doch schnell wird klar: Weidners Organisationstalent spült Geld in die Kasse. Schon bald werden große Aufträge an Land gezogen. Eine Folge der Corona-Pandemie: Restaurants und Kantinen sind geschlossen. Die Menschen wollen dennoch satt werden, gut essen und freuen sich über Abwechslung. Mit "Food Trucks United" können sie die ganze kulinarische Bandbreite abrufen: egal ob Pizza und Pasta, Bowls und Burger, Eiscreme, Fusionküche oder tibetanische Teigtaschen.

Eine Welle des Erfolgs schwappt über Weidner hinweg. Der Preis? Wenig Schlaf, kaum Zeit für soziale Kontakte, Gewichtsverlust und ein völlig neues Tochter-Vater-Verhältnis. "Rückblickend betrachtet würde ich nicht noch mal mit einem Familienmitglied ein Unternehmen gründen. Die Kommunikation, das ganze Miteinander dreht sich nur noch um das Geschäft.", gibt Weidner zu bedenken.

Nicht nur die Abwicklung der Aufträge verlangt Zeit und Kraft. Quasi rückwirkend muss ein Businessplan erstellt werden. Der Umgang mit Bürokratie, Steuer und die Beantragung von Fördermitteln brauchen Zeit und Zuwendung. Was hätte ihr in den Anfängen ihrer Gründung geholfen? "Eine zentrale Anlaufstelle für wirklich wesentliche Informationen. Die fehlt in Deutschland. Das würde es Gründern hierzulande viel einfacher machen."

Doch mit der Erfahrung kommt auch mehr Struktur in interne Abläufe: Prozesse werden angepasst, Geschäftsbereiche aufgeteilt, Mitarbeiter systematisch zugeteilt. Der Vater hat im Gastronomiebereich die Führung inne, die Tochter im Bereich Planung, Organisation und Logistik. Bis zu 4.000 Personen lassen sich mit einem Food Truck pro Tag bewirten. Da muss an alles gedacht sein: Zutaten und Getränke, Geschirr, Abfallsystem, Strom und vieles mehr. Lässt sie sich auch gerne am Truck bewirten? "Auf jeden Fall. Am liebsten beim "Tibetan Deli' in München."

Sind Food Trucks ein international erfolgreiches Phänomen? Ein Blick über die Grenze zeigt: Nein. Kundenwünsche, Kaufkraft und Essverhalten sind überall anders und fördern oder bremsen den Trend. "In Griechenland sind Food Trucks kaum bekannt", so Weidner. "Auch in Italien sieht man die kaum. Hier ist die Struktur eine andere: Man macht Mittags Siesta, geht nach Hause und isst dort, statt in einer Kantine oder an einem Truck."



INTERVIEW MIT DEM KABARETTISTEN WILLY ASTOR

FUNOR DIREKT VOM ERZEUGER



illy Astor: "Ich hab eine Stunde Zeit für uns. Ist das okay? Danach gehe ich zum Friseur. Kannst ja mitkommen."

Juliane Jerin, Gastgeber Bayern-Redakti-

on: "Dann müssen wir schnell reden – oder wir machen beim Friseur weiter. Ich bin da schmerzfrei."

Der Treffpunkt: München, Gärtnerplatz, Frühling-Sonne-Blumen-Blick. Im Café haben allein der Kinder wegen gibt's oft Abwechswir (natürlich) nicht reserviert und finden (natürlich) keinen Platz mehr draußen. Egal, Kaffee und Croissant schmecken auch drinnen.

Willy Astor: "Ich bin mit dem Auto da."

Das ist aber mutig, hast Du einen guten Parkplatz gefunden?

"Naja, ich steh' im Halteverbot. Aber ich verlass mich da jetzt auf mein Karma."

Das Karma hat Willy Astor nicht immer den Weg geebnet. Seine Kindheit verbrachte er in Hasenbergl. Sein Vater: Lagerleiter und Klavierverkäufer. Seine Mutter arbeitete im Wohnstift Augustinum und verdient sich als Reinigungskraft etwas dazu. Er guält sich durch die Schule und macht anschließend eine Lehre als Werkzeugmacher bei BMW. Es folgt ein Studium als Maschinenbautechniker. Keiner ahnte zu dem Zeitpunkt, dass dieser junge Mann einmal große Publikumshallen füllen wird, in TV und Radio auftritt und die Nation das Lachen lehrt. Mit seinen Wortwundern wird Kleinkunst ganz groß.

Dass Genuss für die Ohren und die Zunge ganz nah beieinander liegen, beweist er nun mit der Veröffentlichung seines ersten Kochbuchs. Getreu dem Astor-Schmäh lautet der Titel "Wir sehn uns vor Gericht". Doch wenn's um's Essen geht, kennt Astor keinen Spaß.

Wie wichtig ist Dir gutes Essen?

"Immer mehr! Als Künstler im Tourneebetrieb seit fast 40 Jahren hast du nicht immer das große Wunschkonzert. Ich kann eigentlich auch kaum noch Caterings sehen. Ich versuch', mich dennoch gut zu ernähren unterwegs, wenn man ein Leben aus dem Koffer lebt. Manchmal hau' ich mir auch nachts um zwölf noch Junk rein im 'Gasthaus zur goldenen Möwe'. Das kommt schon mal vor. Zuhause schau' ich ziemlich auf gute Kost und Zutaten. Schon lung, auch wenn die Kleinen eher das ganz Einfache mögen und ich gern mal mehr Zeit und Mühe ins Kochen lege. Ich koche gerne - von italienisch bis Thai, im Rahmen meiner Möglichkeiten."

Was kochst Du am liebsten und was isst Du am liebsten?

"Neulich erst gab`s wieder eine scharfe Spaghettini aglio olio mit frischen Tomaten und sehr viel Petersilie – das geht immer. Ich lass mich sonst gern inspirieren beim Einkauf oder beim Lesen von Kochbüchern, auch von meinem! Aber zum Beispiel thai oder vietnamesisch könnt' ich täglich essen, weil's da so viel Varianten und Geschmacksfreuden gibt."

Essen und Trinken sind für Astor nicht nur ein Nahrungsmittel, sondern Genuss und elementarer Teil von Lebensqualität. Er fühlt sich privilegiert und dankbar, in einem Land leben zu dürfen, wo gesundes Essen und sauberes Wasser überall verfügbar sind. Die gekonnte Zubereitung von Essen – für ihn ein traditionelles Handwerk, bei dem er Angst hat, dass es in Deutschland verloren geht.

Mit Blick auf unsere Gastronomie in Bayern: Was bringt Dich zum Lachen, was zum

"Mich bringt jede Gastro zum Freuen und Jubeln, wenn die Qualität des Konsums einhergeht mit der Freundlichkeit oder dem Charme

des Personals. Leider keine Selbstverständlichkeit. War es aber auch noch nie. Manchmal hat man halt Glück mit dem Personal, den Köchen und dem Gasthaus an sich. Dann schmeckt's gleich dreimal besser. Zum Weinen bringen mich lustloses Servieren und der Personalman-

Hast Du eigentlich einen Favoriten in **Deinem Kochbuch?**

"Es gibt so viele Favoriten im Buch, das ist undenkbar eigentlich, sich festzulegen, weil alles so großartig schmeckt und ein Fest war ... - sogar mein selber Gekochtes. Aber klar, es ist schon wirklich der Hit, wenn Du die Gerichte von Eckart Witzigmann (Blumenkohlcurry) und Hans Haas (Forelle im Ciabatta-Mantel) verkosten darfst. Da wird nix dem Zufall überlassen und sowohl das Auge als auch die Zunge gibt volle Punktzahl. Auch so ein einfaches Schmorgericht wie das von Gerhard und Tini Polt kommt am Gaumen mega an! Ich bin also rundherum superglücklich mit dem

"Wir seh'n uns vorm Gericht!" Wie kamst Du zur Titel-Idee des Kochbuchs?

"Nun, als ewiger Jäger des verlorenen Satzes und Wortspiel-Freund kam mir der Titel plötzlich ins Gehirn geschossen, und ich fand ihn zu originell, um ihn liegen zu lassen."

Der Wortverdreher und Silben-Fischer der Nation scheint aus einer schier endlosen Inspirationsquelle zu schöpfen. Freu-willig folgt das Publikum dem Verb-Brecher zu seiner Reim Time auf der Bühne. Bei so viel kreativem Feuerwerk reagieren die Lachmuskeln manchmal schneller als der Kopf.

Wo und wie findest Du Inspiration für Deine Texte?

"Gute Frage, ich suche ständig (wie alle Kollegen, die selber texten) auch nach Antworten in dieser Causa für die Herstellung von neuen

Texten. Also die Kreativitätstheorie ist eine Wissenschaft. Es kann halt überall passieren. Meine Antennen sind auf Dauerempfang, das ist mein Schicksal als Schreiber seit über 40 Jahren. Sowas wie Verfolgungswahn, weil eine Idee immer willkommen ist und sofort notiert werden will, egal zu welcher Tagesoder Nachtzeit. Im besten Falle kommen Ideen nach einer geraumen Zeit der Langeweile. Die ist der Nährboden für alles, der Müßiggang halt, das kontemplative Moment. Aber sich zur Langeweile zwingen, das ist dann schon das Schwerste, weil der Geist sich oft schwer beruhigen lässt. Wir sind ja auch zu einem bestimmten Maß Nachrichten-Junkies, und das ist auch oft der Feind des Kreativseins. Also, am besten ist sandeln, blöd rumschaun und nix erwarten. Die Welt beobachten. Ich hab ja auch ein paar Kinder, die oft um mich rumflitzen. Der Alltag in einer Familie ist oft ein harter Gegner von Normalität und auch die Tour eines reisenden Künstlers fordert ihren Tribut. Dennoch: Am Ende hab ich`s immer hingekriegt, das zu schreiben, was ich unbedingt wollte – ohne Ghostwriter ein oft grausames und mühevolles Unterfangen. Aber immerhin kann ich behaupten: Bei mir kommt der Humor nicht so." direkt vom Erzeuger."

Wo und wann bist Du absolut uninspiriert?

"Zum Beispiel wenn ich auf Tour fahre am Freitag und vielleicht schon im ersten Stau steh', während sich meine Freunde treffen zum miteinander Feiern oder Musizieren. Es gibt viele Entbehrungen, wenn man Deutschland-Reisender ist."

Gibt es Themen, über die Du nicht humoristisch schreiben oder sprechen würdest?

"Ich schreib eigentlich nur über das, was mich interessiert oder anspringt. Ich muss nicht auf Züge aufspringen oder Zeitgeistiges liefern oder anecken auf Befehl. Ich polarisiere mich schon allein durch meine Stilistik, die keine ist."

Kommt man mit Humor besser durch's Leben? Wenn ia, warum?

"Definitiv!!! Humor ist ein natürliches Antidepressivum und nachgewiesenermaßen ein Erzeuger von Resilienz, also gesund. Mein Credo als Komiker ist ja eh: Albernheit verhindert den Ernst der Lage. Und die Lage

Wird Dein Schmäh im gesamten deutschsprachigen Raum verstanden? Oder ist es beim Humor wie mit dem Dialekt: Es gibt lokale Besonderheiten, die ein Verständnis woanders erschweren?

"Es ist halt so, da wo ich hinfahre, kommen die Leut gern zu mir, weil sie wissen, wo sie hingehen. Ich geb' immer alles an einem Abend. Da spielt der Ort tatsächlich keine Rolle. Vielleicht sind die nördlichen Oberpfälzer tatsächlich ein insgesamt reservierteres Publikum, das seine Emotionalität nicht auf der Zunge trägt. Aber dafür stillere Genießer und wertschätzend allemal. Insgesamt mag ich diese Kategorisierungen

Worüber kannst Du so gar nicht lachen oder anders gefragt, wann ist ein Witz ein schlechter Witz?

"Das wäre natürlich anmaßend, ich bin ja nicht der Anwalt für Humor. Aber klar: Alles was jemanden wirklich verletzt und billig ist, ist nicht mein Fall und lehne ich ab. Für mich ist der Job ein Handwerk mit Mundwerk und kein Leute-fertig-Machen."

Findet Deine Familie Dich lustig?

"Streckenweise, wenn, dann mehr meine Kinder. Der Alltag ist schlicht oft überfordernd, da bleibt auch mein Humor auf der Strecke. Aber ich weiß, wenn meine Frau mal lacht über eine Bemerkung von mir, dann ist das ein Ritterschlag ... aber zuhause ist halt auch Auch musikalisch kann Astor in die Tasten hauzuhause und nicht Bühne."

Gab's auf der Bühne schon mal einen peinlichen oder unangenehmen Moment?

"Klar, gab`s und wird`s immer geben. Es sind ja Menschen, die die Bühne bevölkern und Gott sei Dank noch keine K.I.-Roboter ... Ich hab schon ein paar Klöpse geliefert in 40 Jahren. Gottseidank wenige, aber von kolossalen Texthängern bis zum komplett Blackout in einer ARD Live-Sendung um 20.15 Uhr war alles dabei. Beim Auftritt bei "Wetten, dass …" hat zum Glück alles sehr gut geklappt, aber da geht dir schon die Muffe hinterm Vorhang bei 20 Millionen Zuschauern damals."

Inspiriert haben Dich unter anderem Otto Waalkes und Dieter Hildebrandt – hast Du die beiden denn je persönlich kennenlernen können? Waren sie menschlich so, wie von Dir erwartet?

"Otto und ich sind wunderbar miteinander. Als ich Kind war, war er schon mein Idol gewesen und zack, 30 Jahre später sitzt er bei mir in der Vorstellung in Hamburg. Ich hab's nicht fassen können. Und ja, das ist eine Art Ritterschlag, wenn zum Beispiel große Kollegen wie Gerhard Polt plötzlich hinterm Bühnenvorhang auftauchen und einfach mal "Servus" sagen und einem Glück wünschen. Oder Rudi Carrell mich zu seinem 70. Geburtstag einlädt. Dieter Hildebrandt hab ich die letzten zehn Jahre seines Lebens kennenlernen dürfen und er hat sich als Fan meiner Kalauer geoutet. Ihn hätte ich mir am liebsten immer mit nach Hause genommen, weil er als großer Politkabarettist unfassbar nahbar war und eine moralische Instanz nebenbei. Ich hab` ihn so gerne gemocht, ja fast möchte ich sagen: geliebt! Kollegen-Freundschaften pflege ich im Allgemeinen sehr gern, weil es was Besonderes ist, mit ein paar Brüdern im Geiste verbandelt zu sein und auch privat miteinander Schabernack zu machen, wie zum Beispiel in meinem Fall auch mit Badesalz oder Piet Klocke."

en, beziehungsweise die Seiten zupfen. Zuerst

griff er zum Akkordeon. Doch die Herzen der Frauen flogen ihm leichter zu, als er auf Gitarre umsattelte. Mit dem "Stern des Südens" dichtete er dem FC Bayern eine Ode an den Fußball. Und mit dem Projekt "The Sound of Islands" beglückt er sein Publikum seit 1994 mit Instrumentalmusik.

Die Gitarre war Deine erste große Liebe. Schaust Du das Akkordeon auch noch an? Oder vielleicht Lust, mal zu einem anderen Instrument zu greifen?

"Nichts ist beständiger als der Wandel, und so bin ich vom Akkordeon zur Gitarre, weil mich mit 16 Jahren die Welt der Frauen begann zu interessieren. Und da hatt' ich mit Akkordeon ein zu altmodisches Instrument am Körper, auch wenn ich's echt gern gespielt hab. Aber generell liebe ich alle gut klingenden Resonanzkörper. Ich komponiere auch sehr gern auf dem Klavier, das ich mit 36 Jahren noch anfing zu lernen. Ich bin ein Instrumenten-Junkie. Werde ich immer sein. Darin liegt eine große

Welche Musik läuft bei Dir daheim?

"Ich höre sehr ausgewählt Musik, oft gerne was ganz Fremdes, ob Jazz oder Klassik – das putzt die Gewohnheiten aus dem Ohr und man bekommt wieder neue Zugänge zum Komponieren. Sonst hör ich kein Radiogedudel. Ich leg' gern' Schallplatten wieder auf und bin auch für sonst alles offen und auch gern laut in meinem Atelier. Am schönsten ist es auch fast, selbst Musik zu machen, auch mit Freunden eine Session zu spielen."

Unsere Zeit neigt sich dem Ende. Der Cappuccino ist schon leer, der Friseurtermin sitzt uns im Nacken.... Schnell noch ein paar letzte Fragen:

Welche Bedeutung hat das Wirtshaus für Dich?

"Ein guter Platz, um mit Freunden die Freundschaft zu pflegen und im besten Fall eine gute

MITMACHEN & GEWINNEN!



Unter allen Lesern, die bis 31. Juli 2024 eine E-Mail mit dem Stichwort "Gericht" an gewinnspiel@gastgeber.bayern senden, werden drei Exemplare des Kochbuchs "Wir sehn uns vorm Gericht!" von Willy Astor verlost. Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Der Rechtsweg

Zeit mit gutem Essen und guten Getränken zu verbringen. Einen Teil vom Leben und seinen Genuss zu pflegen."

Ist das Publikum bei Bier und Schweinsbraten ein anderes als in gediegenem Kulturambiente?

"Wenn ich ehrlich bin: Ich mags nicht gern, wenn die Leute während der Vorstellung essen. Es riecht bis zur Bühne und es ist auf eine gewisse Weise auch respektlos. Gerne davor oder danach, kein Problem."

Egal ob kleine Bühne oder Circus Krone – Du bekommst die Plätze überall voll. Wo spielst Du lieber: auf großer oder kleiner Bühne?

"Ich liebe beides, ich komm' aus der Kleinkunst und hab jahrelang dafür gekämpft, vor größerem Publikum spielen zu können – ich hab's überall gern, wo mich die Leut' hören und sehen wollen."

Wir spannen den Bogen zu Hotels: Wo schläfst Du lieber? Klein und familiengeführt? Oder großer Markenname und Platzhirsch?

"In jedem Fall unbedingt ruhig und da wo es nicht nach Teppichkleber riecht oder nach einem Zimmer, in dem vorher heimlich geraucht wurde. Ich hab so viel Hotels beschlafen dürfen und ja, was Individuelles ohne Luxus aber mit Herz ist mir oft lieber, als die großen Ketten. Die Hotels in Deutschland gehen allgemein auf eine Rezeption zu. Im Ernst, ein schönes Hotel mit einem atmosphärischen Zimmer ist mir jedes Geld wert, da fühl' ich mich gleich wohl und das entschädigt für`s nicht zuhause sein."

Der Kellner kommt mit der Rechnung ... Ach, Willy: Hast Du noch einen Wortwitz für uns mit Hotelmarkennamen?

"Ich weiß noch gut, als wir mit dem Auto in Frankreich plötzlich in Paris hilton."



IM GESPRÄCH MIT JOCHEN SCHWEIZER

"SO MANCH VERMEINTLICHER RUCKSCHLAG ENTPUPPTF SICH BEI MIR ALS DIE GRUNDLAGE FÜR EINEN GROBEN ERFOLG"

Der Name Jochen Schweizer steht für Innovation, Zukunftsgeist und "Mut zum Risiko". Der erfolgreiche Unternehmer und Extremsportler erläutert im exklusiven Gespräch mit Gastgeber Bayern, warum Risikobereitschaft und -bewusstsein aus seiner Sicht auch wesentliche Faktoren des beruflichen Erfolgs sind, was Gastronomen beim viel zitierten "Blick über den Tellerrand" lernen können und welche besondere Beziehung er persönlich zu Bayern hat.

glauben Sie, dass neue Erfahrungen und Abenteuer unser Leben bereichern? Warum ist es so wichtig, aus der eigenen Komfortzone auszubrechen?

Neue Erfahrungen zu machen und Abenteuer zu erleben, das ist wie frische Luft für den Geist. Es bringt uns dazu, unsere Grenzen zu erweitern und zu erkennen, dass vieles möglich ist, wenn wir nur den Mut aufbringen, den ersten Schritt zu tun. Genau das haben meine Seminar-Teilnehmer in Norwegen am eigenen Leib erlebt: Sich selbst wieder lebendig zu

schöpfen, um sich wieder auf den eigenen Weg wird das bewusste Erleben zum Schlüssel zu besinnen. Aus der eigenen Komfortzone auszubrechen ist dabei essenziell, weil es uns wachsen lässt, das Selbstvertrauen stärkt und uns lehrt, flexibel und anpassungsfähig zu sein sondern als eine Reise, die es wert ist, voll

Wir kommen aus einer Gesellschaft, die ähnlich wie im Extremsport, immer höher, Umschwung hin zum bewussten Erleben und sich Zeit zu lassen. Welche Rolle spielt

fühlen und durch viele neue Eindrücke Kraft zu In einer Welt, die sich immer schneller dreht, für tiefe Zufriedenheit und echtes Glück. Es geht darum, den Moment zu genießen und das Leben nicht nur als Rennen zu sehen, – das ist in der heutigen Zeit wichtiger denn je. ausgekostet zu werden. Ständig wird unsere Aufmerksamkeit verlangt, ob bei der Arbeit oder bei den sich ständig vermehrenden Eindrücken in den Medien. Wir sind "disconnected" von uns selbst. Es ist wichtiger denn je, sich gerade jetzt die Zeit zu nehmen, sich zu "reconnecten" und von Zeit zu Zeit etwas Abstand von dieser hektischen Welt zu gewinnen.



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

| 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 |
| Contentproduktion von Fotos und Videos für Social Media | 20.06.2024 |
| CANVA für die Erstellung von Grafikdesigns | 20.06.2024 |
| Generation Y und Z – pragmatische und zielorientierte Führung | 24.06.2024 |
| Check-In: Begeistern Sie Ihre Gäste von Anfang an! | 25.06.2024 |
| Persönlichkeitsentwicklung für Führungskräfte I | 26.06.2024 |
| Mitarbeiterführung – Personalwesen – Wirkungsvoll Kommunizieren & Potenzial entwickeln II – Tag 3 | 27.06.2024 |

| = | | |
|---|---|------------|
| | Einarbeitung und Coaching neuer Mitarbeiter | 01.07.2024 |
| | Servicespirit für Quereinsteiger und Anfänger | 08.07.2024 |
| | WOW-Effekte und Verblüffungsmonemte | 10.07.2024 |
| | Moderationstraining | 16.07.2024 |
| | Erfolgreicher Vertrieb im Gastgewerbe | 22.07.2024 |
| | Resilienz | 23.07.2024 |
| | Start Up – Tipps und Tricks | 25.07.2024 |
| | Service-Drehbuch | 29.07.2024 |
| | | |

AUGUST

SEPTEMBER

| Body Language | 09.09.202 |
|---|-----------|
| HILARITAS – die Kunst der heiteren Gelassenheit | 10.09.202 |
| FUTURE SERVICE SELLS – Dienstleistung im Wandel | 16.09.202 |
| Einblick in die Vorschriften | 16.09.202 |
| Kalkulation und Einsparungen im Unternehmen | 18.09.202 |
| Aufzeichnungspflichten im Unternehmen | 19.09.202 |

Veranstaltungsort

Prinz-Ludwig-Palais Türkenstraße 7 80333 München

Weitere Informationen unter

www.btg-service.de/seminare



089 / 280 98 99



Alle aktuellen



Sie blicken über den Tellerrand hinaus und Wie können bayerische Hoteliers und Gast-

Mein Rat ist, immer neugierig zu bleiben und vorrausschauend zu denken. Inspiration kann man überall finden, oft an den unerwarteten Orten. Das Verstehen und Integrieren internationaler Trends und Kulturen kann helfen, das eigene Angebot zu bereichern und noch einladender zu gestalten. Genauso verhält es sich mit technischen Neuerungen. Wir in der Jochen Schweizer Arena haben zum Beispiel eine internationale und eine asiatische Küche und nutzen ein spezielles System für unseren Service - wir nennen es "fast service, but no fast food". Unsere Gäste haben die Wahl, traditionell zu bestellen oder selbst digital, inklusive Self-Checkout. Serviert wird traditionell, die Wartezeiten bis zu Bestellung und zur Bezahlung sind auch bei höchstem Gästeaufkommen eliminiert.

Mut zu haben bedeutet nicht, keine Angst vor dem Scheitern zu haben, sondern trotz der Angst voranzugehen. Es ist wichtig, Risiken sorgfältig abzuwägen, aber ebenso wichtig ist es, sich nicht von ihnen lähmen zu lassen. Risikomanagement ist ein wesentlicher Bestandteil des Lernens und Wachsens. Jede Entscheidung bestimmt den eigenen Weg und jedes augenscheinliche Scheitern führt hin zu einer neuen Situation. So manch vermeintlicher Rückschlag entpuppte sich bei mir als die Grundlage für einen großen Erfolg. Denn eigentlich gibt es kein Scheitern, es gibt nur neue Situationen, die man als Herausforderungen begreifen muss, um am Ende an ihnen zu wachsen.

Bayern, mit seiner reichen Tradition und starken Werteorientierung, hat meine Sicht auf Unternehmertum tief geprägt. Die Verbundenheit mit der Heimat und ihre Werte spiegeln sich in meinem Bestreben wider, Authentizität und Beständigkeit in allen meinen Unternehmungen zu wahren.

Bayern steht für Gastfreundschaft und in der bayerischen Kultur und Tradition, tionales Publikum attraktiv zu gestalten?

Bayerns Gastfreundschaft und Gemütlichkeit sind einzigartig und bieten eine hervorragende Grundlage, um unvergessliche Erlebnisse zu schaffen. Diese Elemente können international sehr ansprechend sein, wenn sie authentisch, aber mit modernem Touch präsentiert werden und die Gäste sich selbst als Teil des Erlebnisses verstehen. Bei uns in der Jochen Schweizer Arena gibt es beispielsweise ein bayerisches Krimidinner, eine Verschmelzung von komödiantischer Theaterkunst und bayerischer Tradition, bei denen die Zuschauer selbst Teil des Krimis werden.

Begegnungen sind der Kern menschlicher Erfahrungen. Sie bereichern unser Leben, erweitern unsere Perspektiven und fördern das Verständnis. Nicht umsonst lautet der Titel meines aktuellen Spiegel Top Ten Bestseller-Romans, den ich gerade verschenke, "die Begegnung". Das Gastgewerbe spielt dabei eine zentrale Rolle, da es Menschen zusammenbringt, den Austausch fördert und damit Orte der Begegnung schafft. Gerade in der digitalen Welt ist es wichtig, echten Verbindungen in der realen Welt bewusst Raum zu geben.

Möglichkeiten. Aber wie wird ein Erlebnis

Ein authentisches Erlebnis muss nicht immer außergewöhnlich im großen Stil sein, es muss echt sein und eine Geschichte erzählen. Die besten Erlebnisse sind die, die eine persönliche Note haben und mit denen sich Menschen auf einer tieferen Ebene verbinden können.

Kulinarische Erlebnisse spielen eine zentrale Rolle, denn Essen verbindet Menschen. Gastronomen können durch kreative und qualitativ hochwertige Angebote Teil dieser Erlebniswelt werden und so nicht nur Gäste anziehen, sondern auch unvergessliche Erinnerungen schaffen.

In Hotels wünsche ich mir vor allem Authentizität und eine starke Verbindung zur lokalen Kultur. Hotels, die ihre Umgebung widerspiegeln und einzigartige lokale Erfahrungen bieten, ziehen mich besonders an.

Ihr Lebensmotto "Immer einmal mehr möchten Sie jungen Unternehmern mit

Die meisten Menschen scheitern nicht – sie geben nur zu früh auf. Und es geben viel mehr Menschen auf, als das Menschen scheitern. Das Wichtigste ist, authentisch zu bleiben und an sich zu glauben. Erfolg kommt nicht über Nacht, und Rückschläge sind Teil der Reise. Beharrlichkeit und die Fähigkeit, aus jedem Sturz zu lernen und gestärkt aufzustehen, sind entscheidend.

WENN DIE LUST AUF LEISTUNG FEHLT

WIE WIR DIE FREUDE AM SCHAFFEN WIEDERENTDECKEN

Stellen Sie sich vor, Sie sitzen – als Gast – in einem Café und fragen die Menschen am Nachbartisch, wofür sie morgens aufstehen, was sie antreibt, was ihnen Freude bereitet. Vermutlich werden Sie von vielen hören: Für die Familie, für die Kinder, für die Freunde, für die Hobbys. Aber wie viele werden wohl sagen: Für meinen Job?

n einer Zeit, in der Forderungen nach einer Vier-Tage-Woche grassieren, nach mehr Life als Work, mehr Home als Office, mehr Auszeit statt Vollzeit, lieber Ausstieg als Aufstieg, da scheint es um die Lust auf Leistung nicht gut bestellt zu sein. Viele Menschen fühlen sich im Beruf gestresst, überfordert, ausgebrannt. Sie sehnen sich nach Sinn, Anerkennung, Erfüllung – aber finden sie diese noch in ihrer Arbeit?

DIE WURZELN DER LEISTUNGSUNLUST

Dabei ist Leistungslust eigentlich ein Grundbedürfnis von uns Menschen. Schon kleine Kinder zeigen einen natürlichen Drang, etwas zu bewirken, zu gestalten, Neues zu lernen. Sie sind stolz, wenn sie mit ihren eigenen Händen etwas erschaffen, sei es ein Bild, ein Turm aus Klötzchen oder ein selbst gepflückter Blumenstrauß als Geschenk für die begeisterten Eltern. Doch irgendwo auf dem Weg ins Erwachsenenleben geht diese Freude am Tun oft verloren. Stattdessen erleben viele ihre Arbeit als Belastung, als notwendiges Übel. Woran liegt das?

Ein Grund ist sicherlich die zunehmende Entfremdung von unserer Arbeit in einer automatisierten, digitalisierten Hoch-Effizienz-Welt. Wer den ganzen Tag am Computer sitzt und abstrakte Prozesse verwaltet, erlebt sich selbst kaum noch als wirksam und schöpferisch. Die direkte Verbindung zwischen Anstrengung und Ergebnis, zwischen der eigenen Leistung und einem sichtbaren Produkt geht verloren – und in Branchen außerhalb der Gastronomie sind die Kunden nicht selten ganz weit weg, abstrakt, eher störend als mit positiver Rückmeldung bereichernd. Hinzu kommt der ständige Vergleichsdruck durch soziale Medien und die Jagd nach immer neuen Statussymbolen. Wir messen unseren Wert an Dingen, die mit dem Kern unserer Arbeit oft wenig zu tun haben. Statt Freude an der Tätigkeit selbst suchen wir Anerkennung in Äußerlichkeiten, neue Benefits, materielle Annehmlichkeiten. Auch unser Bildungssystem trägt seinen Teil dazu bei. Zu oft geht es nur darum, möglichst effizient verwertbare Fähigkeiten anzutrainieren, Stichwort Employability. Junge Menschen lernen dabei, sich einem Arbeitsmarkt anzupassen, aber zu wenig darüber, was sie selbst wirklich wollen und was sie können, was sie einzigartig macht.

DER SCHLÜSSEL ZUR LEISTUNGSLUST

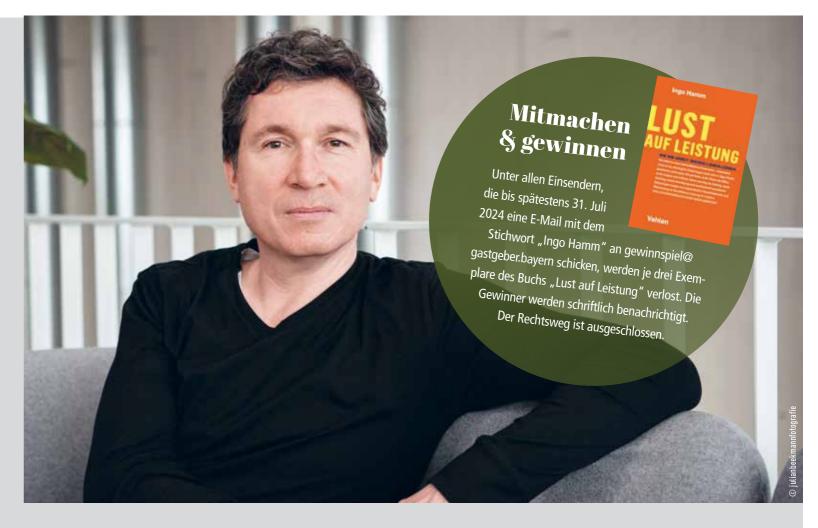
Wie also können wir diese Leistungslust neu entfachen? Der Schlüssel liegt darin, uns wieder auf das Wesentliche zu besinnen: Auf das Tun selbst, auf unsere individuellen Fähigkeiten und die Freude, die wir dabei empfinden. "Jede Arbeit und jede Aufgabe machen glücklich, bei der man sich uneingeschränkt auf's Machen, auf's Tun konzentrieren kann – das erzeugt Werkstolz." Das bedeutet, wir müssen Tätigkeiten finden, die uns fordern und fördern.

Bei denen wir unsere Stärken einbringen und unmittelbar sehen, dass wir etwas bewirken. Dieses Gefühl, mit den eigenen Fähigkeiten einen Unterschied zu machen – das ist es, was uns Lust auf Leistung macht.

Es geht also nicht darum, noch mehr Benefits einzufordern oder ständig den Job zu wechseln. Es geht darum, sich auf das zu konzentrieren, was man wirklich gut kann und gerne tut. Und das kann im Prinzip bei jeder Tätigkeit gelingen. Handwerker zum Beispiel berichten überdurchschnittlich häufig – vielmehr als der Durchschnitt aller Arbeitnehmer –, dass sie ihren Beruf als sinnvoll und erfüllend erleben. Warum? Weil bei ihnen am Ende des Tages ein Ergebnis steht. Ein repariertes Auto, ein renoviertes Bad, ein perfekt gestrichener Raum. Sie sehen ganz konkret, was sie mit ihrer Arbeit geschaffen haben. Dieses Erfolgs- und Kompetenzerlebnis, dieser "Werkstolz", ist eine unerschöpfliche Quelle der Motivation. Und zwar unabhängig von Position und Gehalt. Entscheidend ist das Gefühl, etwas Wertvolles beizutragen.

DIE VERANTWORTUNG DER FÜHRUNGSKRÄFTE

Allerdings liegt es nicht allein am Einzelnen, seine Leistungslust wiederzuentdecken. Auch Führungskräfte und Unternehmen tragen eine große Verantwortung, die richtigen Rahmenbedingungen dafür zu schaffen.



Das beginnt mit echter Wertschätzung für die individuellen Fähigkeiten und Leistungen der Mitarbeiter. Führungskräfte müssen genau hinschauen: Was treibt den Einzelnen an? Wo liegen seine Talente und Potenziale? Und wie können diese gefördert und optimal eingesetzt werden? Dazu braucht es einen echtes Interesse an den Menschen, einen vertrauensvollen Dialog auf Augenhöhe. Führung darf nicht als reine Kontrolle verstanden werden, sondern als Unterstützung, als "Kümmern" im besten Sinne. Es geht darum, Mitarbeitern den Rücken freizuhalten und Freiräume für selbstbestimmtes Arbeiten zu schaffen.

Auch eine positive Fehlerkultur ist wichtig. Nur wenn Mitarbeiter keine Angst haben müssen, für Fehler abgestraft zu werden, trauen sie sich, Neues auszuprobieren und über sich hinauszuwachsen. Fehler sollten als Chancen zum Lernen, auch als Startpunkt von Innovation begriffen werden – und zwar am besten von den Fehlern der anderen, wie die Forschung zeigt.

Eine weitere wirksame Methode ist das "Job Crafting", also die aktive Mitgestaltung des eigenen Aufgabenbereichs. Wenn Mitarbeiter die Möglichkeit haben, ihre Arbeit an ihre Fähigkeiten und Interessen anzupassen und zu erweitern, entsteht in der Regel schnell eine neue Leistungsbereitschaft.

DER ZAUBER DES ALLTÄGLICHEN

All das sind keine großen Zauberformeln, sondern oft kleine Stellschrauben mit großer Wirkung. Es sind die scheinbar banalen, alltäglichen Dinge, die den Unterschied machen. Wie wäre es zum Beispiel, einen Erfolg – und sei er noch so klein – nicht nur mit Boni zu belohnen, sondern mal mit einer überraschenden gemeinsamen Aktivität? Einem Ausflug, einem besonderen Essen, einem Event, bei dem das Team zusammenwächst und jeder spürt: Meine Arbeit wird gesehen und geschätzt. Oder nehmen wir das leidige Thema Meetings: Statt sich nur digital zuzuschalten, sollte man regelmäßig zusammenkommen, um nicht nur Aufgaben abzuarbeiten, sondern sich auch persönlich auszutauschen. Denn nichts schweißt ein Team so zusammen und beflügelt die Kreativität so sehr wie die direkte Begegnung.

Es sind solche "Momente der Selbstwirksamkeit", die uns immer wieder neu motivieren. Das können wir nutzen, indem wir uns im Arbeitsalltag mehr Gelegenheiten dafür schaffen oder sie bewusst aufsuchen. Lust auf Leistung ist also kein abstraktes Konzept. Es ist eine zutiefst menschliche Erfahrung, die jeder von uns machen kann – jeden Tag aufs Neue. Indem wir das scheinbar Selbstverständliche wertschätzen, indem wir uns auf unsere Stärken besinnen und indem wir erkennen, dass oft im Kleinen die größte Erfüllung liegt. Wir brauchen Tätigkeiten, die uns fordern und fördern. Selbst gestalten, selbst erleben, selbst machen. So entsteht Freude am Machen und Stolz auf sein Tun – Arbeit mit Werkstolz, wieder Lust auf Leistung.

In diesem Sinne: Lassen Sie uns gemeinsam die Ärmel hochkrempeln – aber mit einem Lächeln im Gesicht. Denn Leistung ist keine Last, wenn man liebt, was man macht. Das Geschenk, mit unseren einzigartigen Fähigkeiten etwas beizutragen, worauf wir stolz sein können. Wenn uns das gelingt, dann ist der Weg frei für eine neue, erfüllende Leistungskultur.

Prof. Dr. Ingo Hamm, Professor für Wirtschaftspsychologie (Hochschule Darmstadt)

Seite 44 Seite 45



Karlheinz Jungbeck gehört seit Mai 2021 als ADAC Tourismuspräsident dem Präsidium von Europas größtem Verein an. In seinem Ehrenamt steht der Oldtimer-, Motorboot- und Kunst-Liebhaber insbesondere für Wirtschaftlichkeit, Sichtbarkeit und Nachhaltigkeit. Im exklusiven Gespräch mit Gastgeber-Bayern gibt der Tourismus-Fachmann einen Einblick in die gegenwärtige Lage der Branche und zeigt auf, an welchen Stellen es sich lohnt, Vergleiche mit den europäischen Nachbarn zu ziehen und an welchen Punkten sich das bayerische Gastgewerbe am besten auf sich selbst besinnen sollte.

err Jungbeck, als Tourismuspräsident des ADAC sind Sie bestens mit der aktuellen Marktlage und den derzeitigen Herausforderungen für den Tourismussektor vertraut. Wo liegen aus Ihrer Sicht die größten Herausforderungen, auf die sich der bayerische Tourismussektor einstellen muss?

Ich glaube, ein großes Thema wird zukünftig die Finanzierung sein. Nicht der bayerische Tourismus im Ganzen, aber speziell die Anbieter, die sogenannten Leistungsträger, werden sich mit diesem Thema auseinandersetzen müssen. Es ist ja bekannt, dass die Margen im Tourismus – insbesondere im Bereich der Gastronomie und Hotellerie - nicht besonders hoch sind. Wir bewegen uns hier meist im niedrigen einstelligen Bereich. Diese Margen machen es natürlich schwierig, ein profitables Geschäft aufzubauen. Denn wenn bei einer verhältnismäßig dünnen Kapitaldecke etwas Unvorhergesehenes passiert, seien es steigende Energiepreise oder eine Pandemie wie Corona etwa, dann stoßen Anbieter sehr schnell an ihre Grenzen. Diese Situation wird auf absehbare Zeit kaum besser werden, denn die Unsicherheiten bleiben hoch. Zusätzlich wird es wichtig sein, dass sich die Leistungsträger nicht nur auf den Wettbewerb in Deutschland fokussieren. Das ist wie bei einem Wein: Der Mitbewerber für einen Frankenwein kommt ja nicht nur aus Rheinhessen, sondern aus Italien, Spanien, Frankreich, zum Teil auch aus Neuseeland oder Amerika. Dieser Wettbewerbssituation müssen sich

die Winzer bewusst sein. Und das trifft aus meiner Sicht genauso für Gastronomen und Hoteliers zu. Wenn der Urlaub in Antalya weniger kostet als in Deutschland, ist das für kostensensible Familien durchaus auch ein Entscheidungskriterium, letzten Endes doch ins Ausland zu fahren.

Welche konkreten Veränderungen lassen sich denn im Vergleich zu den Vor-Corona-Jahren feststellen?

Grundsätzlich lässt sich beobachten, dass das Auto derzeit das Reisemittel der ersten Wahl ist. Diesbezüglich sind wir bereits wieder bei dem Niveau vor der Corona-Pandemie angelangt. Meiner Einschätzung nach ist das durchaus auch eine Folge der Pandemie – denn das Auto hat sich als eine Art kleine, geschützte Zelle, in der ich mich vor allzu vielen Kontakten schützen kann, bewährt. Dieses Bewusstsein ist schon noch in den Köpfen. Allerdings ist das Flugzeug auch zu einem echten Wettbewerber geworden – trotz gestiegener Steuer für Flugtickets. Die Erwartung, die einige im Zuge der Pandemie hatten, dass sich die Reiselust auch nach Corona insgesamt spürbar abschwächt, kann ich aber nicht bestätigen. Die Menschen wollen unterwegs sein.

Und die Bahn? Wie sieht es mit dieser Alternative aus?

Nun, ja – ich glaube, dass wir grundsätzlich wieder mehr in unsere Infrastruktur investieren müssen. Das gilt für alle Verkehrswege: Es gibt Diskussionen, ob wir unsere

Autobahnen noch brauchen. Wenn ich mir den Verkehr dort ansehe, sage ich klar "ja". Wenn es um Alternativen zum Auto geht, ist es oft wie bei der Anbindung ans Kabelnetz – die letzten Meter sind die schwierigsten. Wenn jemand mit der Bahn anreist, muss er zum Beispiel auch vom Bahnhof zum Hotel kommen – das ist eine Frage der umliegenden Infrastruktur. Es geht aber auch um die Sanierung des Schienennetzes, die Erhöhung der Kapazitäten, gegebenenfalls auch den Neubau und eine Revitalisierung stillgelegter Gleise. Und schließlich geht es auch im Luftverkehr um eine effiziente Infrastruktur. Dazu zählt natürlich auch, die gesetzlichen Rahmenbedingungen für eine größere Einbindung der digitalen Technologien zu schaffen.

Gibt es denn Länder, von denen Deutschland diesbezüglich lernen kann?

Sicher – in Sachen der Bahn wäre es Italien mit seinem umfassenden Schienennetz, hinsichtlich der Fahrräder – um nochmal eine andere Mobilitäts-Alternative zu nennen – wären es sehr wahrscheinlich die Niederländer. Mir ist aber wichtig zu betonen, dass die Erfolgreichsten – ganz gleich in welchem Bereich – selten nur nach links oder rechts schauen. Sie machen ihr eigenes Ding und folgen konsequent ihrem Plan. Darum sollten auch wir uns auf unsere Tugenden berufen und im Zweifel auch eigene Lösungen finden, anstatt zu hoffen, dass wir uns die Lösung unserer Probleme bei den anderen abschauen.

Und wir brauchen uns als Reiseland wahrlich nicht zu verstecken. Wir sollten uns auf unsere Stärken besinnen: Die bayerische Natur und Kulturlandschaft ist einfach schön. diesen Trumpf müssen wir nutzen. Schließlich kommen die Menschen nach Bayern, weil sie Bayern sehen wollen. Und das hat gute Gründe. Wir müssen diesen Schatz bewahren – auch, um unseren zukünftigen touristischen Erfolg zu sichern.

Wo liegen denn vielleicht noch weitere Potenziale für bayerische Hotels und Gaststätten?

Genau darin. Die Gastwirte und Hoteliers müssen das Beste aus dem machen, was sie haben: Wir haben in diesem Jahr beispielsweise auch in Kooperation mit dem DEHO-GA Bayern den Bayerischen Tourismuspreis verliehen. Einer der Preisträger ist ein Hotel im bayerischen Wald. Das ist wahrlich kein Hotspot: Sie haben keinen Strand und keinen See. Aber sie haben einen Wald und den nutzen sie als ausgesprochenen Selling Point. Das führt zu einer Auslastung von über 90 Prozent, Dort wird nicht versucht, etwas künstlich herbeizuzaubern, was nicht ist. Sie machen aus dem das Beste, was sie haben. Das hat für mich echten Vorbildcharakter und ist sicher auch ein Modell für andere Regionen.

Und wo liegen die Potenziale für **Bayern und Deutschland?**

Ganz klar in der Infrastruktur. Und das auf mehreren Ebenen: Wenn man im Tourismus auf der einen Seite investiert, dann muss man die gesamte Wertschöpfungskette mitdenken. Das beginnt bei den Parkplätzen und geht über die Straßen bis hin zur Verkehrsanbindung. Auch in Sachen der Bewirtschaftung unserer Infrastruktur sind wir im internationalen Vergleich weit hinten. In Italien gibt es mit Telepass ein Unternehmen, das ursprünglich für die Maut zuständig war und heute der größte Parkplatzbetreiber ist. Mit einer Maut-Box, die die Kunden kaufen können, können sie in nahezu jedes Parkhaus fahren, Brücken und Mautstraßen können benutzt, die Parkplätze im Skigebiet bezahlt und sogar Skipässe erworben werden – alles wird automatisch abgerechnet. Dort wurde erkannt, dass man dieses Mobilitätsthema gesamtheitlich denken muss und dass die Infrastruktur nicht nur aus dem Verkehrsweg selbst besteht, sondern dass dieser auch bis zu Ende gedacht sein muss. In Deutschland sind für eine Strecke von einigen Kilometern

manchmal drei verschiedene Tickets nötig hier von "Potenzial" zu sprechen, ist schon deutlich untertrieben.

Zwischenzeitlich verbindet man den ADAC zwar mit weit mehr als dem Auto, aber dass sich Ihr Unternehmen derart explizit und generalisiert mit dem Tourismus beschäftigt - ist das ein neuer Ansatz?

Alles andere als das. Wir verstehen uns seit unserem Bestehen als unabhängige Verbraucherschützer im wahrsten Wortsinn. In unserer Satzung von 1903 sind die Aufgaben des ADAC folgendermaßen zusammengefasst: Motorsport, Pannenhilfe und Tourismus. Damals war Autofahren ja noch ein Abenteuer. Dadurch haben wir auch dabei geholfen, gewisse Bereiche für den Tourismus zu erschließen. Nach dem Motto "Wenn Du stehen bleibst, holen wir Dich da auch wieder raus" – sowohl daran als auch an unserer Expertise für die notwendigen touristischen Rahmenbedingungen hat sich seit 120 Jahren nichts geändert.

Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus



AKTUELLE TERMINE DES STAATSMINISTERIUMS

Sommelier-Qualifizierungen der Genussakademie Bayern

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











o zeigt ein Datenvergleich der Jahre 2019 und 2023, dass noch vor fünf Jahren traditionelle Buchungsplattformen und klassische Reisebüros den Markt dominierten. Heute hingegen verzeichnet TrustYou einen starken Anstieg von Online-Reise-Agenturen als Buchungskanäle und Direkt-Buchungen bei Hotels.

ZUNEHMENDE DIGITALISIERUNG DER TOURISMUS-BRANCHE

Dieser Trend deutet auf eine zunehmende Digitalisierung der Hotellerie- und Reisebranche sowie auf die Selbstständigkeit der Reisenden hin. Auffallend ist auch, dass das Jahr 2023 ein besonders starkes Reisejahr für den DACH-Markt war. Die Bewertungsnoten fallen stets und zunehmend positiv aus.

LÄNGERE AUFENTHALTSDAUER DER GÄSTE

Laut aktueller Statistiken, die auf einer umfangreichen Datenanalyse basieren, zeigen sich interessante Trends in der DACH-Hospitality-Branche. Beispielsweise ist die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Gäste in Hotels im Vergleich zu 2019 um 10 Prozent gestiegen. Dies könnte auf einen Wandel in

DEHOGA BAYERN-PARTNER: TRUSTYOU

DAS REISE-VERHALTEN IN

DER DACH-REGION PRAZISE ANALYSIERT

Als eines der führenden Unternehmen für Feedback und Datenmanagement betrachtet TrustYou aufmerksam die Entwicklung des Reiseverhaltens in der DACH-Region. Die Analyse des Softwareunternehmens bietet einen faszinierenden Einblick in die Trends und Veränderungen, die die Reisebranche prägen.

den Reisegewohnheiten hinweisen, möglicherweise aufgrund einer verstärkten Nachfrage nach längeren Aufenthalten oder einem Fokus auf erlebnisorientierte Reisen.

ZUNAHME DER DIREKT-BUCHUNGEN

Ein weiterer interessanter Punkt, der sich aus den Daten ergibt, ist die Zunahme der Direkt-Buchungen bei Hotels um 15 Prozent im Vergleich zu 2019. Dies unterstreicht den wachsenden Trend der Reisenden, direkt mit den Unterkünften zu interagieren, anstatt über Drittanbieter zu buchen. Diese Verschiebung könnte auf eine erhöhte Nachfrage nach persönlichem Service und maßgeschneiderten Angeboten zurückzuführen sein.

HERAUSFORDERUNG UND **CHANCE ZUGLEICH**

Diese Entwicklungen bieten Chancen und Herausforderungen für die gesamte Reisebranche. Unternehmen müssen sich anpassen, um den neuen Anforderungen gerecht zu werden. Eine starke Online-Präsenz, personalisierte Angebote und eine effiziente Verwaltung von Gästefeedback sind entscheidend, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

FACHKUNDIGE BERATUNG AUF BASIS VALIDER DATEN

TrustYou steht Unternehmen dabei zur Seite, um ihre Kunden besser zu verstehen und ihre Leistungen kontinuierlich zu verbessern. Dabei setzt das Unternehmen auf fortschrittliche Datenanalyse- und KI-Technologien, um umfassende Einblicke in das Reiseverhalten und die Präferenzen der Gäste zu gewinnen. Durch die kontinuierliche Überwachung von Millionen von Online-Bewertungen und anderen digitalen Quellen können präzise Statistiken und Trends identifiziert werden, die Kunden von TrustYou helfen, fundierte Geschäftsentscheidungen zu treffen. Gleichzeitig liefert die Datenanalyse des eigenen Unternehmens wertvolle Erkenntnisse, die es Hotels ermöglichen, mit den sich wandelnden Bedürfnissen und Erwartungen der Reisenden Schritt zu halten.

WEITERE INFORMATIONEN IM INTERNET

Entdecken Sie die neuesten Trends im Reiseverhalten der DACH-Region! TrustYou's Datenanalyse zeigt spannende Verschiebungen in Buchungsmustern und Reisepräferenzen. Erfahren Sie, wie TrustYou Unternehmen hilft, mit diesen Veränderungen Schritt zu halten, Gästefeedback zu hören und das Gästeerlebnis zu verbessern. Weitere Informationen zu TrustYou und deren Produkten erhalten Sie unter www.trustyou.com.

"LAPTOP UND LEDERHOSE

Bleisure, Workation, Remote Work – sind das die neuen Marketing-Kühe, die durchs Dorf getrieben werden? Nein. Entwickelt der Tourismus hier ernsthafte Strategien, entstel eine neue Win-Win-Situation für Gäste, Gastgeber und Desti nationen. Gerade in Bayern. s ist wie immer. Das grobe Themenfeld ist nicht neu.
Denn Tage mit Bergkulisse und anschließendem
Team-Klettern gibt es schon lange. Und Bayern war
und ist hier immer vorn mit dabei gewesen. Aber das
Tagungs- und generell das Geschäftsreise-Segment steht mit klammen
Firmenbudgets, wachsenden ESG-Forderungen und neuen Technologien unter neuem Druck. Zugleich aber verändert die Möglichkeit, von
überall aus seinen Job machen zu können, nicht nur die Arbeitswelt,
sondern sie kann als Booster für den Tourismus wirken – mit Bleisure,
Workation. Coworkation und Co.

ARBEIT TRIFFT ERHOLUNG

Bleisure-Reisen, also das private Verlängern der Geschäftsreise an einem fremden Ort um einige Tage, gab es schon vor dem Aufstieg des digitalen Arbeitens. Aber mit dem Fachkräftemangel findet Bleisure mehr Akzeptanz in Personalabteilungen und wird von immer mehr Unternehmen in den Reiserichtlinien samt Kostenklärung fixiert. Mit gutem Grund: Laut einer DRV-Studie haben 2022 83 Prozent der deutschen Geschäftsreisenden, die die Möglichkeit hatten, ihren Business-Termin privat verlängert. Die Mehrheit plant dies auch künftig.

Auch Workations – also das zeitweise Arbeiten an einem Wunschort samt Freizeitoptionen – ist längst nicht mehr nur ein Thema für digitale Nomaden. Auch Beschäftigte in großen wie kleinen Unternehmen haben Lust entwickelt, vor allem die jüngeren: Eine PWC-Studie betont, dass die Generation Y es inzwischen zu über 80 Prozent als (sehr) wichtig empfindet, Workation-Optionen zu haben, wenn sie sich nach einem neuen Job umsieht.

Die Wirtschaft reagiert und schreibt zunehmend mögliche Workation-Tage in den Arbeitsverträgen fest – ob Adidas mit zehn Tagen oder das Online-Portal Idealo mit 180. Das Gros der Firmen erlaubt 30 Tage und beschränkt den Radius auf die EU. Warum? Weil hier viele Sozialversicherungs- bis Steuerthemen geklärt sind, im Inland sowieso.

MARKT ENTWICKELT STANDARDS

Als größte Hürde für Unternehmen, die Workation-Optionen anbieten wollen, gelten Rechtsthemen. Aber der Markt professionalisiert sich stetig. Software-Anbieter entwickeln beispielsweise Tools für Workation-Anträge und erleichtern so Arbeitgebern wie Arbeitnehmern die Organisation rechtssicherer Workation-Aufenthalte. Vereine wie "Coworkation Alps", die 50 Mitglieder in 27 Locations und vier Alpenländern bündeln, haben ein Gütesiegel aufgesetzt, das die Qualität eines Anbieters prüft und so für einen wachsenden Standard sorgt. Coworkation im Alpenraum also, für organisierte Reisen in besonderen Locations

mit arbeitsfreundlicher Infrastruktur und viel Raum für Austausch, Gemeinschaft und Rahmenprogramm.

Hier wie auch mittlerweile in Tourismus-Hochschulen wie München und Kempten betont man die Vorteile von Bleisure- und Workation-Angeboten für Hotels wie Destinationen – dies mit Schlagworten wie Auslastungssteigerung, Nebensaison-Stärkung und neuen Zielgruppen. Beherbergungsbetriebe gewinnen ein moderneres Image, Destinationen ziehen Arbeitskräfte an und stärken den ländlichen Raum. Und Gäste, die wie bei Bleisure, nicht mehr extra anreisen müssen, agieren nachhaltig.

BLEISURE IN BAYERN

Es tut sich also mittlerweile einiges im Markt. Laut einer Studie der IU Internationale Hochschule hat jeder dritte Touristiker (vor allem DMOs und Hotels) bereits begonnen, spezifische Bleisure-Angebote zu entwickeln, und fast ebenso viele haben sich dafür mit Partnern zusammengeschlossen. Coworkation Alps ist hier auch für Bayern ein besonderes Beispiel. Ebenso schielen Traditionsbetriebe wie das Kempinski in München auf mehr Bleisure, beispielsweise mit der Verlängerung im Kempinski Berchtesgaden. Das 2020 eröffnete Flax Allgäu in Dietmannsried positioniert sich als Bleisure-Hotel bei Firmen in der Umgebung und verzichtet auf einen Preisaufschlag für die zweite Bleisure-Person, die nachkommt. Zudem gibt es Kombi-Angebote mit den Gambino Hotels in München, die auch das Flax betreiben. Speziell auf Workation setzen auch das Gut Steinbach mit Workation-Chalets in Reit im Winkl. Und es entstehen neue Angebote wie der umgebaute Bauernhof d'Kammer in Kronburg im Allgäu. "Das ist gut so", sagen Wissenschaftler. Das Potenzial für Bleisure und Workation sei zwar groß, aber es brauche noch mehr passgenaue Angebote und Infrastrukturen.

Bayern dürfte hier bereits viele Vorschusslorbeeren mitbringen: mit der zentralen Lage in Mitteleuropa, vielen Unternehmen vor Ort und der zugleich starken touristischen Infrastruktur. Ganz getreu dem Motto: "Laptop und Lederhose – aber weitergedacht."

ZUR AUTORIN:

Sylvie Konzack ist seit über 15 Jahren Hospitality-Fachjournalistin, darunter viele Jahre als Chefredakteurin des Magazins First Class in München. Seit 2018 arbeitet sie als freie Autorin für Hospitality-, Reise-, und Wirtschaftsmedien und gründete im gleichen Jahr den Bleisure Traveller als Geschäftsreisemagazin mit. Zudem verantwortet sie seit 2021 "SO!APART insight", ein Fachmagazin für Serviced-Apartment-Akteure.

DIE HARMONISIERUNG DER HOTELSTERNE

EUROPAS STERNE -SIE LEUCHTEN

Der Sommer ist die beste Zeit für ungetrübte Sternebeobachtung – und damit auch für einen kleinen Ausflug in die Geschichte der europäischen Hotelsterne.



m Jahr 2009 wurde die Hotelstars Union formell durch die Hotelverbände aus Deutschland, den Niederlanden. Österreich, Schweden, der Schweiz, der Tschechischen Republik und Ungarn unter der Schirmherrschaft von HOTREC Hospitality Europe gegründet.

Die Deutsche Hotelklassifizierung hat sich am Markt als verlässliches, aktuelles und gästeorientiertes Bewertungssystem durchgesetzt und bewährt sich seit der Gründung 1996 bis heute. Im Jahr 2009 gelang mit der Gründung der Hotelstars Union ein entscheidender Schritt zur Harmonisierung der Hotelsterne in Europa. Mittlerweile gehören der Hotelstars Union neben Deutschland 19 weitere Mitgliedsstaaten an. Die Hotelstars Union basiert auf einem gemeinsamen Kriterienkatalog zur Hotelklassifizierung und bietet mit über 22.000 klassifizierten Hotels beziehungsweise 1,2 Millionen klassifizierten Zimmern in ihren Mitgliedsländern Transparenz, Qualität und Sicherheit für Gäste und Hoteliers gleichermaßen.

Im März 2021 wurde die lose Interessengemeinschaft in eine Non-Profit-Organisation

nach belgischem Recht (AISBL) umgewandelt. Damit hat die Hotelstars Union ihre Position als wichtiger Gesprächspartner für die Qualität der Beherbergungsbranche gegenüber den europäischen Institutionen gestärkt und vertritt ein transparentes, modernes und nachvollziehbares Sterne-Bewertungssystem.

"In Deutschland gibt es derzeit rund 7.400 klassifizierte Betriebe, wovon sich knapp 20 Prozent in Bayern befinden. Darauf darf man, im seit Jahren unangefochtenen Tourismusland Nummer 1, besonders stolz sein. So ist es keine Überraschung, dass in Bayern die meisten Hotelklassifizierungen stattfinden", so Stefan Wild, Vorsitzender des Fachbereichs Hotellerie und seit Jahren ein verdientes Mitglied im Präsidium des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern sowie Vorsitzender des Beirats der DEHOGA Deutsche Hotelklassifizierung GmbH.

Wild ist fast täglich im Einsatz für die Branche und die Deutsche Hotelklassifizierung und betont, dass Bayern auch weiter diese Vorreiterrolle innehaben und richtungsweisend für Deutschland und die Hotelstars Union sein wird. "Die Hotelklassifizierung ist ein arbeitender Mechanismus, der sich im stetigen Wandel immer wieder den neuen Gegebenheiten stellt und dabei stets verlässliche Kriterien für den Kunden setzt", erklärt Wild weiter. Besonders hervorzuheben seien jedoch die Vorteile des Marketingpakets, welches den klassifizierten Beherbergungsbetrieben zugutekommt. So profitieren Hotels von der weltweit klaren Marketing-Botschaft der Sterne. Sie stützen und unterstreichen die Hotelmarke und ermöglichen eine deutlichere Positionierung



Stefan Wild, Vorsitzender Fachbereich Hotellerie, Vorstand DEHOGA Bayern

und damit weitaus bessere Absatzchancen, so Wild. "Bewertungs- und Buchungsportale sind aus unserer Welt nicht mehr wegzudenken und damit erste Anlaufstelle für die Hotelsuche. 41 Prozent der Privatreisenden orientieren sich dabei an der offiziellen Sterneklassifizierung, was somit zur wichtigsten Filtereinstellung solcher Plattformen geworden ist", weiß Wild. Kooperationen und somit die Anbindung per Schnittstelle konnte bereits mit Google, Giata, Expedia, HolidayCheck, Check24, Invia / ab-in-den-Urlaub, Bett&Bike sowie Tripadvisor geschlossen werden – dort leuchten die Sterne nur für offiziell klassifizierte Betriebe. "Ein Meilenstein und unabdingbarer Vorteil für unsere klassifizierten Hotelbetriebe", fügt Wild mit Stolz hinzu. "Damit ist die Erfolgsgeschichte der Hotelstars Union weltweit genauso einzigartig, wie es auch Europa ist – und die Sterne, die hier leuchten!"



DEHOGA DEUTSCHE HOTELKLASSIFIZIERUNG GMBH

KRÖSWANG – DER FRISCHE-LIEFERANT

FRISCHE

Kröswang beliefert über 13.000 Hotellerie- und Gastronomiebetriebe in ganz Österreich und Süddeutschland mit frischen und tiefgekühlten Lebensmitteln. Das Sortiment des Grieskirchner Familienbetriebs umfasst insbesondere eine breite Palette an frischen Lebensmitteln, die just in time vom Produzenten direkt

in die Küche der Gastronomen geliefert werden.

nter anderem ein breites Sortiment an Süßwasserfischen und

500 Frischfleischartikel aus Österreich. Der

Frische-Lieferant beschäftigt über 550 Mitarbeiter und erreichte im Geschäftsjahr 2023 einen Umsatz von 336 Millionen Euro. Der firmeneigene Fuhrpark besteht aus 150 hochmodernen Frische-LKW. Der Strombedarf für die 3 Zentrallager wird seit 2023 zu 50 Prozent durch die hauseigenen Photovoltaikanlagen erzeugt.

GAUMENVERLESENES SORTIMENT UND STRENGSTE OUALITÄTSPRÜFUNG

Kröswang stellt höchste Ansprüche an seine Produkte und Lieferanten. Deshalb gibt der Frische-Lieferant eine Zufriedenheitsgarantie auf jeden einzelnen Artikel im Sortiment. Jeder Artikel wird vor der Einlistung mindestens zweimal getestet und verkostet. Erst wenn Einkäufer, Produktmanager, Verkauf und Geschäftsführung von der Qualität überzeugt sind, kommt dieser Artikel ins Sortiment.

Kröswang nimmt jeden potenziellen Lieferanten genau unter die Lupe. Erst wenn sich die Einkäufer persönlich von den Produktionsbedingungen vor Ort überzeugt haben, kommt der Hersteller als Kröswang-Lieferant in Frage. Über 60 Prozent der Artikel im Kröswang-Sortiment sind aus Österreich.



DAS **BESTE** SCHNITZEL



Mit unserem Sonntag Sortiment bieten wir Ihnen eine feine Auswahl an roh panierten Produkten. Damit können Sie Ihren Gästen eine Vielfalt an hochwertigen Schnitzeln und Cordon bleus servieren. die keinen Vergleich mit einem selbst produzierten Gericht scheuen müssen.

> EXKLUSIV ERHÄLTLICH BEI KRÖSWANG: www.sonntag-feineauswahl.de 08441 871 234-0

HOTELSOFTWARE FÜR ALLE

Der Fachkräftemangel stellt das Gastgewerbe zunehmend vor Herausforderungen. Digitale Lösungen helfen, bleiben aber durch hohe Kosten, fehlende Schnittstellen oder Anbieter mit der Forcierung auf andere Kundengruppen vielen Gastgebern vorenthalten.

ei es ein digitaler Meldeschein, die automatisierte Heizkörpersteuerung, eine Gäste-App oder der digitale Checkin-Kiosk - all diese Lösungen helfen Gastgebern, ihre Betriebe mit deutlich reduziertem Personalaufwand zu betreiben. Sie sparen Geld und schonen zugleich wichtige Ressourcen. Eine schlaue Digitalisierungsstrategie macht für alle Gastgeber Sinn. Der passende Partner hilft ihnen dabei und bietet Lösungen in allen Bereichen aus einer Hand.

Ein "All-in-One Anbieter" ist die perfekte Lösung für individuell geführte Hotels. Wie es der Name schon sagt, bekommt der Gastgeber hier alles aus einer Hand, vorausgesetzt, er hat den richtigen Partner. Die Produkte sind perfekt aufeinander abgestimmt und bieten meist einen deutlich höheren Funktionsumfang als Programme, die über Schnittstellen miteinander kommunizieren. Wenn Hilfe benötigt wird, gibt es einen Ansprechpartner für alle Fälle auch das ist ein echter Mehrwert!

SOFTTEC GMBH -EIN DEHOGA BAYERN-PARTNER

Die SoftTec GmbH ist Anbieter diverser Soft-

Bei der Suche nach einem passenden Digitalisierungspartner sollten Unternehmer im Gastgewerbe einige Faktoren beachten, welche zwar selbstverständlich klingen, es aber leider allzu oft (noch) nicht sind.

- Hat der Anbieter eine Vision für die Zukunft und entwickelt sich auch weiter?
- Werden die Anforderungen der lokalen Gastgeber beachtet, oder erfolgt die Ausrichtung eher wahllos "auf alles und jeden"?
- Bietet der Anbieter einen echten 24/7 Support in deutscher Sprache?
- · Gibt es persönliche Ansprechpartner oder landet man bei Problemen bei anonymen E-Mail-Adressen?

Eines ist absolut sicher: Es gibt nie den idealen Anbieter, den man blind empfehlen kann. Es gilt stets, die Vor- und Nachteile abzuwägen und den Support kritisch zu prüfen. Das Opti-



mum wäre ganz sicher die Veröffentlichung der Kundenzufriedenheit im Internet. Denn: Was nützt einem das beste Produkt, wenn der Service drum herum nicht passt? Sicher nicht viel.

> Oliver Anschütz, Geschäftsführer SoftTec GmbH



25 JAHRE EXPERTISE UND FACHLICHES KNOWHOW FÜR DAS GASTGEWERBE

EIN STANDESGEMÄSSER PLAT

FÜR DEN GAST

Seit 25 Jahren wenden sich Hoteliers und Gastronomen in Sachen maßgeschneiderte Sitzgelegenheiten vertrauensvoll an Markus Konwav.

enn: Die gastronomischen Bereiche eines Hotels bringen nur dann Umsatz, wenn die Gäste sich dort auch wohl fühlen und verweilen möchten. Eine stimmige Gestaltung von Zimmer, Spa, Frühstücks- und Konferenzraum, Balkon und Lobby sowie bequeme Sitzgelegenheiten können dabei helfen, wobei das Design immer auch zum Hotel passen sollte. Die Kunden von Markus Konway und seinem Team erhalten auf Wunsch komplette, individuell maßgeschneiderte, Indoor- und Outdoorkonzepte inklusive Beschattungssysteme.

Ein beständiges und professionelles Team von Fachberatern unterstützen Hoteliers, Gastronomen, Architekten und Ladenbauer – angefangen von der Planung und Visualisierung des gewünschten Designs über die Beschaffung der Materialien und Fertigung der Produkte bis hin zur Montage vor Ort. Stammkunden wie die Maritim Hotels, Leonardo Hotels, Lindner Hotels und die Accor Gruppe schätzen den zuvorkommenden und beständigen Service des inhabergeführten Unternehmers aus Stockstadt am Rhein. Dessen Referenzliste ist lang und länderübergreifend. In 25 Jahren wurden bundesweit bereits über 30.000 Objekte erfolgreich ausgestattet. So speist aber auch beispielsweise ein Gast im Linder Golf & Wellness Resort Mallorca, dem A-Rosa Kitzbühl und dem Maritim auf Mauritius auf Möbeln des Unternehmers. "Bei uns bekommen die Kunden alles aus einer Hand, vom Erstgespräch bis zur Endabnahme" erklärt der Geschäftsführer und Inhaber Markus Konway.

KOMPLETTANGEBOT FÜR INNEN UND AUSSEN

1999 gründete er mit 30 Jahren die gleichnamige Firma und baute den damaligen Anbieter von einfachen Holz- und Metall-Klappmöbeln mit den Jahren zum individuellen Kompletteinrichter für Gastronomie- und Hotellerie-Möbel im Innen- und Außenbereich aus. Heute ist er bundesweit ein wichtiger und führender Marktplayer sowie Lieferant und Partner namhafter Adressen.

Auf über 1.000 Quadratmeter Fläche können Kunden im Konway-Showroom in Stockstadt am Rhein eine umfangreiche Auswahl an unterschiedlichen Biergartenmöbeln, Geflechtmöbeln, Indoor- und Outdoor Konzepten mit Bänken, Stühlen, Tischen und Lounge-Elementen

sowie Bankett- und Seminarlösungen in Augenschein nehmen. Darin wird auch die Stilvielfalt des Einrichters sichtbar – von klassischer Eleganz über reduzierte Formen bis hin zu futuristischen Entwürfen. Ein 500 Quadratmeter großer Outdoor-Schirmpark mit acht unterschiedlichen Modellen ergänzt das Sortiment. Bei Konway bekommt der Kunde eine individuelle, auf seine Bedürfnisse zugeschnittene, Einrichtung und wird bei der Planung von erfahrenen Fachberatern unterstützt. Wer nicht bis in den Showroom nach Stockstadt fahren kann oder möchte, kann sich die Fachberater auch jederzeit vor Ort nach Hause bestellen. Weitere Informationen sowie Möglichkeiten zur direkten Kontaktaufnahme finden Interessierte unter www.konway.de

MACHEN SIE SICH EIN EIGENES BILD



In der neuen Konditionsbroschüre von Konway finden Sie rund 800 Highlights (Indoor/Outdoormöbel) – bereits rabattiert abgebildet.



Im aktuellen Konway-Katalog mit 800 Seiten finden Sie rund 10.000 Produkte und viele Neuigkeiten Highlights, Referenzen und Inspirationen. Sollten Sie Ihr Wunschmodell hier nicht finden, können wir es sicherlich organisieren und/oder individuell anfertigen.



Bilder sagen oftmals mehr als 1.000 Worte. Über 150 Referenzen mit persönlichem Kundenstatement finden Sie in der Referenz-Broschüre von Konway. Machen Sie sich ein eigenes Bild.

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)

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. Oberbayerr a.maffei@dehoga-bayern.de Tel. +49 151 14847893

Herhert Rittner 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

PresseCompany GmbH

Tank 63 Türkenstr. 7 | 80333 Münch Telefon: 089 / 28760-109

Bezirksgeschäftsführer: Jochen Deiring

Bezirksgeschäftsstelle Mittelfranken

mittelfranken@dehoga-bayern.de

Bezirksgeschäftsstelle Unterfranken

unterfranken@dehoga-bayern.de Bezirksgeschäftsführer: Michael Schwägerl

Bezirksgeschäftsstelle Schwaben

schwahen@dehoga-bayern de

Am Plärrer 10

90429 Nürnberg

Tel +49 911 262611

Fax +49 911 284930

Bezirksgeschäftsführer:

Dr. Gerhard Engelmann

Schottenanger 6

97082 Würzburg

Nibelungenstr. 1

86152 Augsburg

Tel. +49 821 33714

Fax +49 821 35666

Tel. +49 931 412409

Fax +49 931 416656

Melanie Walz (mw), Karolina Wojdyla (kw),

Richard Garin | MuP Verlag GmbH

engstraße 27 | 80798 Münche elefon: 089 / 1 39 28 42 68

E-Mail: richard.garin@mup-verlag.de

ruck & Versandanschrift für Beilagen

Druck und Medien GmbH & Co. KG Fränkestr. 17 | 70597 Stuttgart

Titelbild & ergänzendes Bildma Getty Images, Shutterstock

Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Annahme des Manuskripts gehen das Recht zur Veröffentlichung sowie das Recht zur Übersetzung, zur Vergabe von Nachdruckrechten. Zusendung von Belträgen und Informationen an den Herausgeber liegt das jederzeit widerrufliche Einverständnis, die zugesandten Beiträge bzw. Informationen in Datenbanken einzustellen, die w Information unserer Leser, um sie über Neuheite auf diesem Gebiet aufzuklären. Eine Garantieer-klärung für Produkte und Firma ist damit nicht verbunden. Rückfragen bezüglich firmangebend

r Produkte sind deshalb direkt an die Herstelle

edruckte Auflage 3. Quartal 2023

Advertorial

BREITES PRODUKTSORTIMENT FÜR ALLE GESCHMACKS-FACETTEN DER 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.

as umfangreiche Sortiment umfasst vom ernährungsbewussten Vital-Brötchen über Frühstückscroissants bis hin zu Pancakes – alles, was das Herz begehrt. Besonders die Brötchen und Brote der Better Life-Produktlinie entsprechen dem Zeitgeist einer bewussten Ernährung. Hier finden sich Superfoods wie Chia- und Hanfsamen, Vollkornprodukte sowie glutenfreie und vegane Optionen. So zaubern Sie mit der FF-Bio Fitness-Mischkiste, 3-fach sortiert (Art. 1870) im Handumdrehen, ohne großen Personal- und Zeitaufwand, eine große Auswahl für ein ausgewogenes Frühstück.

Die bereits fertig gebackenen Brötchen mit ihren ausgesuchten, einzigartigen Rezepturen, sind sowohl in bester Bio- als auch in 100 % natural-Qualität hergestellt. Weitere Informationen finden Sie unter www.edna.de.





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



Jetzt schnell und einfach mit

der EDNA App bestellen!

⊙ f % J in ≥ □ ⊙

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

EDNA-Hotline GEBÜHRENFREI

ifen war noch nie

BLieferung 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.

Auf eine Phabarber-Schorle mit. Sternekoch in Regensburg und Koch der deutschen Fußball-Nationalmannschaft

IEBER HERR SCHMAUS, NACH STATIONEN IN DER SCHWEIZ, IN SCHWEDEN UND IN DEN USA, WAS HAT SIE ZURÜCK NACH BAYERN GEFÜHRT?

Meine Heimat und das Hotel mit Restaurant meiner Eltern. Nach einiger Zeit im Ausland war mir klar, dass ich nach Niederbayern zurück möchte. Hier ist meine Familie, hier sind meine Freunde. Dann ergab sich die Gelegenheit in Regensburg, diese habe ich genutzt und das Historische Eck eröffnet. Heute habe ich hier mit dem Storstad, Aska und Sticky Fingers drei Restaurants und die Weinbar Tipsy. Regensburg war und ist ein sehr guter Standort für mich. Die Vielfalt in der Stadt ist heute viel größer als sie vor mittlerweile 15 Jahren war. Hier konnte ich neue Konzepte entwickeln und alles einfließen lassen, was ich in den Jahren davor gesehen und gelernt habe. Aber eben in meinem heimatlichen Umfeld, in dem ich mich sehr wohl fühle.

ALS KOCH DER NATIONALMANNSCHAFT ENTSCHEIDEN SIE, WAS THOMAS MÜLLER & CO. WÄHREND DER EUROPAMEISTERSCHAFT AUF DEN TISCH BEKOMMEN. WIE SIEHT DER TYPISCHE SPEISEPLAN FÜR DIE SPIELER AN EINEM TURNIERTAG AUS?

Wir bereiten immer ein Buffet zu, hier kann sich jeder Spieler auf seine individuellen Bedürfnisse angepasst bedienen. Hier gibt es alles, von Salat, Gemüse, Fisch, Fleisch, Hülsenfrüchten, Pasta, Reis bis hin zu kleinen Nachspeisen. Die meisten Spieler wissen sehr gut selbst und sind bestens beraten, wie sie sich vor und nach einem Spiel ernähren müssen. Und wir schauen darauf, dass alle diese nötigen Speisen vorhanden und in bester Qualität verfügbar sind. Direkt vor dem Spiel wird nicht mehr experimentiert, hier gibt es Standardgerichte, die allen schmecken und perfekt in den Trainingsplan passen. Beispielsweise Pasta Bolognese, Milchreis oder schlicht und ergreifend gebratenes Hähnchen mit Rosmarinkartoffeln, Soße und Brokkoli.

GELINGT ES IHNEN, EINEN SPEISENPLAN ZU ERSTELLEN, DER ALLE GLÜCKLICH MACHT?

Nach so vielen Jahren kennt man natürlich die Lieblingsgerichte und Zutaten der Spieler; durch die Buffetform kann ich sehr gut auf die Bedürfnisse der einzelnen Spieler eingehen. Manchmal biete ich beispielsweise auch Maultaschen an, um den Spielern aus dem Süden ein Heimatgefühl zu vermitteln. Und natürlich gibt es auch Lieblingsgerichte aller Spieler – wie die Sucuk-Pasta.

STEHEN SIE BEI DER AUSWAHL DER GERICHTE MANCHMAL VOR DEM KONFLIKT "GESUND" VERSUS "SCHMACKHAFT"? UND WENN JA, WER GEWINNT?

Nein, diesen Konflikt gibt es schlicht nicht, da es meine Aufgabe ist, gesund und schmackhaft zu kochen (lacht). Und das ist auch wirklich nicht schwer, es gibt so viele Gerichte, die gesund sind und auch gut

WELCHE LIEBLINGSGERICHTE, DÜRFEN VOR KEINEM WICHTIGEN SPIEL FEHLEN? UND WELCHE LEBENSMITTEL SIND ABSOLUTE NO-GOS?

Kohlehydrate, gesunde Öle, Fleisch und alles, was gute Energie gibt, dürfen nicht fehlen. Absolute No-Go's sind stark zuckerhaltige Speisen und natürlich Alkohol. Aber nach dem Spiel kann es auch ein kleines Schokoladentörtchen mit Eis geben.



GRÜNDE FÜR EINE MITGLIEDSCHAFT **BEIM DEHOGA BAYERN** WERDEN SIE MITGLIED BEIM DEHOGA BAYERN **UND PROFITIEREN SIE VON FOLGENDEN VORTEILEN:** 1. ARBEITSRECHTLICHE BERATUNG und betriebliche 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

fahren,

WEITERE INFORMATIONEN ZU DEN ZAHLREICHEN SERVICELEISTUNGEN DES DEHOGA BAYERN FINDEN SIE UNTER WWW.DEHOGA-BAYERN.DE ODER DURCH SCANNEN DES QR-CODES.



Unser Schutzschirm für Ihre Hotellerie- und Gastronomiebetriebe.

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







