

Gastgeber Bayern

Das Magazin
für Gastronomie und
Hotellerie

#04

Ausgabe 2024

DEHOGA Bayern

**AUSGEFALLENE
BETRIEBSKONZEPTE**

Wow-Faktor: 10 Beispiele
für außergewöhnliche
Übernachtungskonzepte

Seite 20

Hotelmanager Johannes Rabl
und Fußball-Ikone Manuel Neuer
hauchen dem Forsthaus Valepp
neues Leben ein

Seite 34

Neue Rubrik „Stille Stars“:
Ein Klomann über das
Geschäft mit dem Geschäft

Seite 44



**SIE WOLLEN
AUCH MIT
BIO WERBEN?**

**DANN LASSEN SIE
SICH AUSZEICHNEN.**



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft

Auf Bio setzen lohnt sich. Lassen Sie sich auszeichnen und zeigen Sie Ihren Gästen mit dem neuen **Bio-AHV-Logo**, wie hoch der Bio-Anteil Ihres Angebots ist.



bio-ahv.de



Ein Hotel auf Rädern, kochende Roboter oder baumelnde Betten zwischen Ästen und Felswand: Bayerns Gastgewerbe steht für Innovation, Esprit, Ideenvielfalt. Genau das wollen wir in dieser Ausgabe zeigen.

Markus Söder schwang gemeinsam mit uns und Alexander Herrmann den Kochlöffel. Damit löste er einen DEHOGA Bayern-Geschenkgutschein ein, den wir am GastroFrühling an ihn überreichten. Wie viel Spaß #Söderkocht hatte, sehen Sie in dieser Ausgabe.

Digitalminister Dr. Fabian Mehring erläutert im Gespräch mit uns, wie Digitalisierung in Bayern noch besser gelingen kann. Außerdem waren wir auf „d’Valepp“: Investor Johannes Rabl gab Einblick, wie viel Herzblut von ihm und seinem Geschäftspartner Manuel Neuer in der Wiederbelebung des alten Forsthauses steckt – bis hin zur Reinigung mit Zahnbürsten.

Franz Rauch erzählt bewegende Geschichten aus 40 Jahren P1, dem legendären Club im Zentrum Münchens. Zwischen so viel Glamour kommen in diesem Heft auch „stille Stars“ zu Wort: Die neue Rubrik beginnen wir mit einem Klomann aus dem Münchner „Schlagergarten“.

Dieses Heft bietet ganz unterschiedliche Perspektiven auf ein und dieselbe Sache: die schönste Branche der Welt.

Doch lesen Sie selbst ...

Angela Inselkammer
Präsidentin des DEHOGA Bayern

Dr. Thomas Geppert
Landesgeschäftsführer des DEHOGA Bayern



DEHOGA Bayern

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

Inhalt

Ausgabe 04/2024

06	Aus dem Landesverband	
	Bayerischer Gastgebortag und Landesdelegiertenversammlung 2024	Seite 06
	Söder kocht!	Seite 10
	DEHOGA Bayern im Gespräch	Seite 12
	Darf man mal fragen...?	Seite 17
	Angela Inselkammer ist DEHOGA-Vizepräsidentin	Seite 18

19	Ausgefallene Betriebskonzepte	
	Weit mehr als nur ein Bett	Seite 19
	Übernachten mit Wow-Faktor	Seite 20
	Einblick in 40-Jahre P1	Seite 24
	Kollege Roboter	Seite 28
	Seminarangebote der Bayern Tourist GmbH	Seite 30
	Digitalisierung und Datenschutz	Seite 32
	Mit Leidenschaft und Tradition: Die Renaissance des Forsthauses Valepp	Seite 34
	Alkoholfreie Alternativen boomen – Genuss ohne Kompromisse	Seite 38

Bayern und die Welt	40
Softwarelösungen für eine optimale Guest Journey	Seite 40
Internorga 2025	Seite 40
„Stille Stars“: Das Geschäft mit dem Geschäft	Seite 44
Auf Entdeckungstour durch Wien und München	Seite 46
So minimieren Gaststättenbetreiber Risiken bei Betriebsprüfungen	Seite 48
Rechtsberatung: Hotelbuchung storniert: was es zu beachten gilt	Seite 50
Betriebsvergleich: Orientierung zur Kostenoptimierung	Seite 54
HOGA Nürnberg 2025	Seite 56

Auf ein Tonic Water mit...	58
Enie van de Meiklokjes	Seite 58
Ansprechpartner Impressum	Seite 59

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

Wussten Sie schon...

Für mehr Infos einfach QR-Code scannen!



...dass in Bayern derzeit knapp 170 Tierpensionen existieren?

Tierpensionen kümmern sich um die Betreuung von Hunden, Katzen und Kleintieren wie zum Beispiel Vögel, Hamster oder Meerschweinchen. Darüber hinaus gibt es Reiterhöfe für die Betreuung von Pferden und Tierhotels für exotische Tiere, wie beispielsweise Reptilien.



...dass man vom Allgäu bis in den Spessart (fast) überall in Bayern in Baumhaushotels übernachten kann? Baumhaushotels bieten den Gästen die Möglichkeit, in luftiger Höhe mitten in den Bäumen zu schlafen. Sie verbinden Naturerlebnis mit modernem Komfort und geben den Gästen das Gefühl, direkt in der Natur zu wohnen – inklusive Vogelgezwitscher am Morgen.



...dass in Bayern „Pop-up“-Restaurants und temporäre Gastronomie auf dem Vormarsch sind? Ob auf Festivals, in historischen Gemäuern oder auf Berggipfeln – temporäre Gastronomiekonzepte erfreuen sich in Bayern wachsender Beliebtheit. Pop-up-Restaurants oder mobile Küchen bringen oft innovative und kreative kulinarische Angebote in ungewohnte Umgebungen.



...dass in Bayern das Konzept von „Erlebnisgastronomie“ besonders kreativ ist? Von historischen Mottos über bayerische Märchenkulissen bis hin zu rustikalen Hüttenabenden – in Bayern wird das Essen oft mit einem Erlebnis verbunden. Diese Art der Erlebnisgastronomie spricht nicht nur Einheimische, sondern auch Touristen an, die eine besondere Atmosphäre mit authentischer bayerischer Küche kombinieren möchten.



...dass Lifestyle-Konzepte in der Hotellerie stark im Kommen sind? Hierbei geht es nicht nur um den Verkauf einer Dienstleistung, sondern um ein ganzes Lebensgefühl. Es ist ein Hoteltypus, der weitere Konzepte wie Design-, Boutique-, Art- oder Konzepthotels umfasst und einen stilistischen Gegenentwurf zur traditionellen Hotellerie darstellt. (lj)



BRANCHE STELLT KLARE FORDERUNGEN

BAYERISCHER GASTGEBERTAG UND LANDESDELEGIERTENVERSAMMLUNG 2024: GEMEINSAM FÜR EIN ZUKUNFTSFÄHIGES GASTGEWERBE

Auf dem Bayerischen Gastgebortag und der Landesdelegiertenversammlung des DEHOGA Bayern diskutierten Branchenvertreter am 4. und 5. November die Herausforderungen für Bayerns Hoteliers und Gastronomen. Im Fokus standen die Entlastung von Steuern und Abgaben, die Rückkehr zu 7 Prozent Mehrwertsteuer auf Speisen, der Arbeitskräftemangel sowie die Flexibilisierung der Arbeitszeit durch die Umstellung auf eine gesetzliche Wochenarbeitszeit. DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer forderte entschlossene politische Unterstützung, um die Vielfalt und Stärke der Branche zu erhalten.

Es lohnt sich, für das bayerische Gastgewerbe zu kämpfen," rief Angela Inselkammer, Präsidentin des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbands DEHOGA Bayern, den über 650 Gästen des diesjährigen Bayerischen Gastgebortags in Amberg zu. Trotz massiver Belastungen durch hohe Betriebskosten, Steuerlast, Arbeitskräftemangel und bürokratische Auflagen zeigt sich die Branche kampfbereit und entschlossen. Der Bayerische Gastgebortag, der als Leitveranstaltung für Bayerns Hotellerie und Gastronomie gilt, diente erneut als Plattform für die Diskussion der dringendsten Herausforderungen.





Inselkammer machte deutlich, dass eine Rückkehr zur ermäßigten Mehrwertsteuer von sieben Prozent auf Speisen essenziell sei, um den Betrieb zahlreicher kleiner und familiengeführter Gaststätten zu sichern. „Wir brauchen eine einheitliche Besteuerung auf Essen. Nur das ist fair und gerecht.“, betont sie.

GASTRO-AGENDA FÜR KLARE PERSPEKTIVEN UND NACHHALTIGE STABILITÄT

Bei der Landesdelegiertenversammlung am 4. November in Amberg stand die Verabschiedung der sogenannten „Gastro-Agenda“ im Vordergrund. Diese soll die zukünftige Entwicklung des bayerischen Gastgewerbes absichern und enthält konkrete Forderungen an die Bundespolitik. Neben der dauerhaften Senkung der Mehrwertsteuer fordert der Verband auf Bundesebene Maßnahmen zur Begrenzung der Energiekosten und eine umfassende Entbürokratisierung. „Wir brauchen weniger Auflagen und mehr Eigenverantwortung,“ so die zentrale Botschaft der Gastro-Agenda. Die Branche erwartet durch die Agenda sowohl eine stärkere wirtschaftliche Absicherung als auch flexiblere Rahmenbedingungen, um den Anforderungen des Marktes und der Mitarbeitenden besser gerecht zu werden. Ein weiteres Ziel ist die Einführung einer flexiblen Wochenarbeitszeit, die dem Gastgewerbe die nötigen Anpassungsspielräume im Vergleich zu Homeoffice-fähigen Berufen verschaffen soll.

CHRISTOPHER RIEMENSBERGER OFFIZIELL ALS SCHATZMEISTER BESTÄTIGT

Neben den inhaltlichen Schwerpunkten kam es bei der Landesdelegiertenversammlung auch zu einer wichtigen Personalentscheidung. Christopher Riemensperger, der seit Juni interimistisch als Schatzmeister im Einsatz war, wurde offiziell in seinem Amt bestätigt. Er tritt damit die Nachfolge von Leo Dietz an, der nach seiner Wahl in den Bayerischen Landtag das Amt abgab. Riemensperger bringt umfassende Erfahrung aus der Branche mit: Der gelernte Koch und Inhaber des Hotels Olymp in Eching engagiert sich seit Jahren im DEHOGA Bayern.



„Mit Christopher Riemensperger haben wir einen kompetenten Schatzmeister, der die Bedürfnisse der Branche kennt und sich konsequent für ihre Belange einsetzt“, kommentierte Inselkammer die Wahl und hob hervor, dass die Sicherung der Finanzstrukturen des Verbands bei ihm in guten Händen sei.

MEHR NETTO VOM BRUTTO – ANREIZE ZUR ATTRAKTIVITÄT DES ARBEITSMARKTES

Ein zentrales Anliegen des DEHOGA Bayern ist es, das Arbeiten im Gastgewerbe wieder attraktiver zu gestalten. Mit der Forderung nach „mehr Netto vom Brutto“ spricht der Verband gezielt das Thema Sozialabgaben

IMPRESSIONEN VON DER LANDESDELEGIERTENVERSAMMLUNG



und Steuern an, die sowohl die Arbeitgeber als auch die Arbeitnehmer stark belasten. Angela Inselkammer machte deutlich, dass durch hohe Steuerabgaben immer weniger von den Gehältern beim Einzelnen ankommt. Ein Absenken der Arbeitskosten und eine Erhöhung der Nettoeinkommen wären entscheidende Schritte, um vor allem für junge Berufseinsteiger und Fachkräfte Anreize zu schaffen. „Arbeit muss sich wieder lohnen,“ betonte Inselkammer. Um die Herausforderungen des demografischen Wandels zu bewältigen, müssen Anreize geschaffen werden, damit Menschen nicht nur in den Arbeitsmarkt eintreten, sondern auch langfristig dort verbleiben.

STÄRKUNG DER ZUKUNFTSPERSPEKTIVEN DURCH GEMEINSAMES ENGAGEMENT

Der Bayerische Gastgebtag bot den Teilnehmenden neben Fachvorträgen und Diskussionsrunden auch Raum für Austausch und Vernetzung. Besondere Unterstützung erhielt die Veranstaltung durch Staatsministerin Michaela Kaniber, die ihre Solidarität mit der Branche ausdrückte und tatkräftige politische Unterstützung ankündigte. „Die Staatsregierung steht an eurer Seite,“ betonte Kaniber und verwies auf die Bedeutung des Gastgewerbes für die bayerische Wirtschaft und das gesellschaftliche Leben. Das diesjährige Programm umfasste Beiträge zu den Themen Resilienz, Lohnfindung und innovative Konzepte wie künstliche kulinarische Intelligenz, die Inspiration für neue Wege im Gastgewerbe bieten sollen. So wurde der Bayerische Gastgebtag auch in diesem Jahr zu einer bedeutenden Plattform für die gesamte Branche, die trotz zahlreicher Herausforderungen einen optimistischen Ausblick auf ihre Zukunft wagt. ♡



Weitere Informationen über den Gastgebtag finden Sie im Internet über den nebenstehenden QR-Code.

WIR BEDANKEN UNS FÜR DIE UNTERSTÜTZUNG VON:



12 GRÜNDE FÜR EINE MITGLIEDSCHAFT BEIM DEHOGA BAYERN

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



DEHOGA Bayern

- 1. POLITISCHE INTERESSENSVERTRETUNG**
im Namen der Branche
- 2. ARBEITSRECHTLICHE BERATUNG UND VERTRETUNG**
durch eigene Juristen
- 3. BETRIEBLICHE RECHTSSCHUTZVERSICHERUNG**
im Mitgliedsbeitrag inkludiert
- 4. PERSÖNLICHE ANSPRECHPARTNER**
in Bezirks- und Regionalgeschäftsstellen
- 5. PROFESSIONELLES PARTNERNETZWERK**
mit Sonderkonditionen bei vielen unserer 150 Partnerfirmen
- 6. BARES GELD SPAREN**
diverse Vergünstigungen auf Weiterbildungsprogramme
- 7. BRANCHENSPEZIFISCHE VERANSTALTUNGEN**
Weiterbildung und Vernetzung auf höchstem Niveau
- 8. MITGLIEDSCHAFT MIT BZW. OHNE TARIFBINDUNG**
als Wahlmöglichkeit
- 9. INFORMATIONSAUSTAUSCH**
immer brandaktuell
- 10. KOSTENLOSE VETRAGSMUSTER, TARIFVERTRÄGE UND VORLAGEN**
im Mitgliederbereich auf unserer Website
- 11. VERMITTLERFUNKTION**
auch bei Behörden
- 12. HINWEISGEBERSCHUTZGESETZ**
mit kostenfreier Lösung

Mehr erfahren,
hier klicken!



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

SÖDER KOCHT!

Auf Einladung vom DEHOGA Bayern:
Ein Ministerpräsident und ein
Sternekoch tischen auf.

Beim GastroFrühling 2024 überreichte der DEHOGA Bayern Ministerpräsident Dr. Markus Söder als Geschenk einen Gutschein für einen Koch-Workshop mit Alexander Herrmann. In bester Laune schwang der Ministerpräsident nun gemeinsam mit DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer und Tourismusministerin Michaela Kaniber den Kochlöffel. *Gastgeber Bayern* war mit dabei.

Aying an einem frischen Herbstmorgen Anfang Oktober. DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer hat im Rahmen des DEHOGA Bayern GastroFrühlings zu einem Kochkurs in ihren traditionsreichen Brauereigasthof in Aying geladen. Hoher Besuch steht an und so bereiten sich Sternekoch Alexander Herrmann und sein Koch Christoph Vejdovsky auf ihren Workshop mit Ministerpräsident Markus Söder und Michaela Kaniber in der Küche vor. Und dann: „Zack“, Dunkelheit. Plötzlich Stromausfall. Nicht nur in der Küche, sondern im gesamten Ort – und das ganze 20 Minuten lang.

Kerzen werden in die Stube getragen und erste Notfallszenarien überlegt. Währenddessen berichtet Herrmann gelassen von vorherigen vergleichbaren Erfahrungen, die nur mittels Hinzunahme von sehr vielen Kerzen und Fertigstellung der Gerichte an einem alten Herd mit Feuerzufuhr zu einem erfolgreichen Abschluss eines Dinners geführt haben. Kaum vorstellbar, ein solches Szenario um 9 Uhr morgens mit dem Ministerpräsidenten umzusetzen. Aber so weit kommt es dann auch nicht, denn zwei Minuten vor dessen Ankunft „ward es wieder Licht“, wie Frau Tourismusministerin Michaela Kaniber schmunzelnd einwirft. Und jetzt kann es los gehen: Schürzen werden angelegt, Söder krepelt die Ärmel hoch und Herrmann legt in bester Workshop-Manier los.

Auf dem Menü steht nichts Geringeres als „das perfekte Steak“, begleitet von Rosmarin auf Selleriepüree liegend. Kalbfleisch-Brezn-Pflanzerl mit geknetetem Spitzkohlsalat und heiß flambiertes Lachsfilet mit gegrillter Zitrone, Mandelbutter und Schnittlauch.

Herrmann verriet unter anderem den „Trick der bayuwarischen Küche“: Butter, viel Butter – wirklich viel Butter mit zu den Pflanzerln in die Pfanne. (Was für allgemeine Erheiterung sorgte.) Zwischen all dem Spaß am Kochen bot das Treffen auch Gelegenheit, politische Forderungen und Themen zu platzieren. (svr) ☒



**FÜR ALLE, DIE LUST AUFS
NACHKOCHEN BEKOMMEN HABEN:**

Die Rezepte findet ihr mit freundlicher Genehmigung von Alexander Herrmann über den nebenstehenden QR-Code.

#REZEPE #SÖDERKOCHE

**AN DIE
SCHÜRZEN,
FERTIG
LOS!**





DREI PROFIS AM WERK HERD



**BURN,
SALMON,
BURN!**



**DER KÜCHENCHEF IST MIT
DEM ERGEBNIS ZUFRIEDEN ...**



**... UND DER LANDESGESCHÄFTS-
FÜHRER DES DEHOGA BAYERN,
DR. THOMAS GEPPERT, AUCH.**



**KLASSE
GEMACHT!**



Traditionelles DEHOGA-Wirtetreffen auf dem Rosenheimer Herbstfest

Bei herrlichem Biergartenwetter kamen auf Einladung von DEHOGA-Bayern-Kreisvorsitzenden Theresa Albrecht im AuerBräu-Festzelt rund 50 Wirte aus der Region zusammen und tauschten sich aus. Auch Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert und Regionalgeschäftsführer Thomas Quiram waren vor Ort, um mit den Gastgebern über aktuelle Herausforderungen zu sprechen und ihre Anliegen zu unterstützen.



Auf dem CSU-Parteitag

Beim CSU-Parteitag machte der DEHOGA Bayern in Gesprächen mit Politikern und in einem Interview mit dem Fernsehsender Phoenix klar: Das Gastgewerbe braucht dringend mutige Reformen und spürbare Entlastungen. Foto v. r.: DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer, Präsidentin des Bayerischen Landtags Ilse Aigner und Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert (Foto: © Stefan Obermeier)

Sitzung des Großen Vorstands des DEHOGA Bundesverbands

In Dresden kamen die Vorstände des DEHOGA aus allen Bundesländern sowie der Bundesverband zusammen, um über aktuelle Branchenthemen zu beraten, den Jahreshaushalt zu beschließen und zukünftige Projekte voranzutreiben. Ein besonderes Highlight war der Besuch im Grünen Gewölbe, begleitet von den Europa Miniköchen.

Urkundenverleihung: Ausgezeichnete Bayerische Küche, Bierkultur und Festzelte

DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer und die Bayerische Tourismusministerin Michaela Kaniber ehrten gemeinsam mit Michaela Schmitz-Guggenbichler, Vorsitzende des Fachbereichs Gastronomie, insgesamt 38 Betriebe. Die Auszeichnungen gelten als Qualitätssiegel für authentische bayerische Wirtshaus- und Küchenkultur. (Foto: © Irmi Gessner/StMELF)



Tagung Großer Vorstand

Auf der Tagesordnung standen intensive Gespräche über die drängenden Herausforderungen im Gastgewerbe. Ein dominierendes Thema waren die gestiegene Kosten und der eingebrochene Ertrag. Weitere Schwerpunkte bildeten die Wochenarbeitszeit, Anreize für Arbeitsaufnahme, Maßnahmen zur Sicherung der Liquidität und der Abbau bürokratischer Hürden.



Akademie Junger Gastronomen

Die „Akademie Junger Gastronomen“ des DEHOGA Bayern bereitet jährlich an der Berufsschule Bamberg gastgewerbliche Azubis in zweiwöchigen Workshops auf eine mögliche Existenzgründung oder Führungsposition vor. Der Austausch mit Branchenprofis und Exkursionen zu innovativen Gastro-Konzepten hinterließen auch in diesem Jahr einen bleibenden Eindruck bei den Teilnehmenden.

Parlamentarischer Abend mit der Landtagsfraktion der Freien Wähler

Die gestiegenen Kosten für Lebensmittel, Strom und Gas, der Arbeitskräftemangel und die Anhebung der Mehrwertsteuer – in einem sehr konstruktiven, von gegenseitiger Wertschätzung geprägten Austausch haben DEHOGA Bayern und die Freien Wähler über die vielfältigen Herausforderungen gesprochen, vor denen die Gastronomiebranche aktuell steht, und darüber, wie man diesen begegnen kann.

Berufeschau in Vilsbiburg

Für den DEHOGA Bayern war die im zweijährigen Rhythmus stattfindende Berufeschau wieder ein voller Erfolg. Zahlreiche Interessierte informierten sich in Beratungsgesprächen über die Ausbildungsberufe im Gastgewerbe – tatkräftig unterstützt vom Club der Köche Landshut, der seine Begeisterung und Fachwissen in die Gespräche einbrachte. Foto v.r.: Kreisvorsitzender Landshut Markus Scheugenpflug, Landrat Peter Dreier, Werner Zehetbauer, Kevin Geier und Christian Stiegler vom Club der Köche Landshut.

Pressekonferenz „Alles für den Gast“

Auf der Pressekonferenz zur Fachmesse für Gastronomie und Hotellerie im Donau-Alpen-Adria-Raum wurden nicht nur die Veranstaltungshighlights präsentiert, sondern auch aktuelle Herausforderungen der Branche angesprochen. Mit einem eindringlichen Appell richteten sich die Teilnehmenden an die Politik, um mittelständische Betriebe und den Qualitätstourismus zu stärken. Für den DEHOGA Bayern sprach stellvertretend Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert. (Foto: © FRB Media Emilia Schlägl)

42. Deutsche Jugendmeisterschaften der gastgewerblichen Ausbildungsberufe

In diesem Jahr gewann Bayern mit Restaurantfachmann Vidun Rossouw (Hotel Bayerischer Hof, München) Silber und Koch John Delbrouck (The Charles Hotel, München) Bronze. Herzlichen Glückwunsch! Auch Hotelfachmann Philipp Rebele (Hirsch Hotel-Restaurant, Neu-Ulm) glänzte mit einer großartigen Leistung.



Austausch und Zusammenarbeit mit Ostafrika

Der DEHOGA Bayern begrüßte eine Delegation aus Ostafrika, bestehend aus Hoteliers, Reiseveranstaltern und Vertretern von Fluggesellschaften, in München. Im Austausch wurden viele Gemeinsamkeiten entdeckt und Perspektiven für die Zusammenarbeit besprochen. Zur weiteren Stärkung der internationalen Vernetzung nahm der DEHOGA Bayern zudem wenig später an der Job Fair Exhibition in Nairobi teil.

Ministerpräsident Dr. Markus Söder neuer Schirmherr der Europa Miniköche in Bayern

Ein Zeichen besonderer Wertschätzung für den Nachwuchs: Zum 35. Jubiläum der Europa Miniköche übernahm Ministerpräsident Dr. Markus Söder die Schirmherrschaft für alle 15 bayerischen Gruppen. Diese Würdigung unterstreicht die Bedeutung der Initiative, die Kinder spielerisch an das Thema gesunde Ernährung heranführt und Begeisterung für gastgewerbliche Berufe weckt.
(Foto: © Bayerische Staatskanzlei)



Zu Besuch im Tiroler Landtag

Gemeinsam mit Tourismusministerin Michaela Kaniber reisten DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer und Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert zu einem Besuch nach Tirol. Landesrat Mario Gerber und weitere Vertreter des Tiroler Tourismus präsentierten den Gästen aus Bayern ihre Strukturen, Strategien, Finanzierungsmodelle sowie Werbekonzepte. Die Zusammenarbeit soll künftig weiter intensiviert werden.
(Foto: © Judith Schmidhuber/StMELF)



Zu Besuch in Marktredwitz

In der oberfränkischen Kreisstadt zeigt sich eine erfreuliche Entwicklung im Gastgewerbe: Bestehende Restaurants und Hotels entwickeln sich weiter und neue Konzepte und Betriebe bereichern das Angebot. Bei einem Stadtrundgang erhielten DEHOGA Bayern-Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert, Regionalgeschäftsführer Franken Florian Rose und Bezirksgeschäftsführer Unterfranken Michael Schwägerl von Oberbürgermeister Oliver Weigel, Wirtschaftsförderer Thomas Hecht, Leiterin der Tourist Information Kerstin Brunner und Landrat Peter Berek spannende Einblicke in Gastronomie- und Hotelkonzepte.



10 Jahre Azubi-Messe Bruckmühl

Zum Jubiläum war Ulrike Scharf, bayerische Staatsministerin für Familie, Arbeit und Soziales, als Ehrengast anwesend. Mehr als 850 Schüler aus dem Mangfalltal nutzten die Gelegenheit, sich bei 81 Ausstellern über vielfältige Ausbildungsberufe zu informieren. Auch die Abteilung Berufsbildung des DEHOGA Bayern war gemeinsam mit DEHOGA Bayern-Regionalgeschäftsführer für Oberbayern Thomas Quiram mit großer Freude vor Ort und brachte den Jugendlichen die vielseitigen Karrieremöglichkeiten im Gastgewerbe näher.

Ausbildungsmesse Vocatum in Landshut

Das DEHOGA Bayern-Team freute sich über rund 125 Ausbildungs- und Informationsgespräche. Foto v.r.: Kreisvorsitzender Landshut Markus Scheuengpflug, Leiter der Gastronomie im Bayernpark Reisbach Bernhard Geiselhöringer mit Mitarbeiterin, Assistentin Bezirksgeschäftsstelle Niederbayern Brigitte Sumici, Ausbildungsbotschafter Franz Hopper und Kevin Geier vom Club der Köche Landshut.

Sprechertreffen der Jungen Gastgeber

Beim diesjährigen Sprechertreffen tauschten die Jungen Gastgeber nicht nur Erfahrungen, Ideen und Best Practices aus, sondern erhielten auch einen exklusiven Blick hinter die Kulissen des Posthotels in Wirsberg. Besonders beeindruckt zeigte sich die Gruppe von den vielfältigen Möglichkeiten der Verarbeitung regionaler Produkte, die ihnen im Future Lab by Alexander Herrmann präsentiert wurden.



Praxischeck Gastgewerbe

Auf Initiative von DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer haben das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) und der Beauftragte für Bürokratieabbau der Bayerischen Staatsregierung Walter Nussel Praktiker nach München geladen, um Bürokratieerleichterungen für die Branche zu erarbeiten. (Foto: © T. Isemann/ Bayerische Staatskanzlei)

Weitere Informationen finden Sie hier:
<https://www.dehoga-bayern.de/aktuelles/detailansicht/article/buerokratie-erleichterungen-dehoga-bayern-initiiert-praxis-check-mit-politikern/>

MAL ANDERS BETRACHTET –
FRAGESTELLUNGEN AUS GÄSTESICHT

Darf man mal fragen...?

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

Hat das Hotel bei zu lauten Zimmernachbarn für Ruhe zu sorgen?

Grundsätzlich ist das Hotel nach dem Beherbergungsvertrag verpflichtet, seinen Gästen eine angemessene Nachtruhe zu ermöglichen. Bei Lärmbelästigung durch andere Gäste sollte umgehend die Rezeption informiert werden, damit das Personal entsprechende Maßnahmen ergreifen kann – etwa eine Verwarnung der störenden Gäste oder das Angebot eines Zimmerwechsels. Kommt das Hotel dieser Pflicht nicht nach und bleibt die Störung bestehen, kann der Gast eine Minderung des Zimmerpreises verlangen. Wichtig ist, die Störung sofort zu melden, damit das Hotel die Möglichkeit erhält, Abhilfe zu schaffen.

Trinkgeld fürs Housekeeping: Pflicht oder freiwillige Geste?

In Deutschland ist Trinkgeld für das Housekeeping eine freiwillige Geste und nicht Bestandteil der Hotelrechnung. Gäste hinterlassen es meist direkt im Zimmer oder geben es beim Check-out ab, wenn sie ihre Wertschätzung für den geleisteten Service zum Ausdruck bringen möchten.

International unterscheidet sich die Praxis jedoch deutlich: In Ländern wie den USA, Kanada oder Teilen Asiens wird eine Servicepauschale oft automatisch auf die Rechnung gesetzt. Diese Gebühr gilt dort als verbindlich. In Deutschland bleibt das Trinkgeld hingegen eine persönliche Anerkennung – und Geste der Zufriedenheit.

Müssen Restaurants übrig gebliebenes Essen zur Mitnahme einpacken?

In den meisten Restaurants ist es unproblematisch, übrig gebliebene Speisen einpacken zu lassen. Der sogenannte „Doggy Bag“ ist weit verbreitet und hilft, Lebensmittelverschwendung zu vermeiden. Viele Restaurants stellen daher gerne eine Box bereit. Allerdings besteht kein rechtlicher Anspruch darauf: Ein Restaurant ist nicht verpflichtet, Reste zum Mitnehmen anzubieten. In bestimmten Fällen, etwa bei leicht verderblichen Lebensmitteln wie rohem Fisch oder Eierspeisen, kann die Mitnahme aus Gründen der Lebensmittelsicherheit sogar abgelehnt werden. (vj)



ONLINE-SHOP  WWW.BIRKENHOF-BRENNEREI.DE

TRADITIONELL
FEINE SPIRITUOSEN

hob fassgereift



Birkenhof
Brennerei

ANGELA INSELKAMMER IST DEHOGA-VIZEPRÄSIDENTIN

DIE 7 PROZENT MÜSSEN KOMMEN

Auf dem DEHOGA-Branchentag in Berlin kam es zum Schulterschluss mit Friedrich Merz, Alexander Dobrindt, Wolfgang Kubicki und Cem Özdemir.

Kanzlerkandidat Friedrich Merz (CDU), Alexander Dobrindt (CSU), Wolfgang Kubicki (FDP) und Cem Özdemir (Grüne) bekennen sich auf dem DEHOGA Branchentag in Berlin zur Forderung nach 7 Prozent Mehrwertsteuer auf Speisen. „Ich möchte, dass wir Nahrungsmittel einheitlich mit dem ermäßigten Steuersatz belegen“, betonte Merz. Wolfgang Kubicki kündigte an: „Wir werden dafür weiterkämpfen, dass die 7 Prozent Mehrwertsteuer auf Speisen wieder eingeführt wird.“ Auch Cem Özdemir sprach sich für 7 Prozent Mehrwertsteuer auf Speisen aus. Das aktuelle deutsche Mehrwertsteuersystem sei absurd.

Zuvor hatte sich der bayerische Ministerpräsident Markus Söder (CSU) auf dem Bayerischen Gastgebortag erneut zur Rückkehr zu 7 Prozent bekannt. DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer engagiert sich ab sofort als neue Vizepräsidentin des DEHOGA Bundesverbandes



in Berlin. Auf ihrer Agenda steht neben dem reduzierten Mehrwertsteuersatz auf Speisen und der Einführung einer Wochenarbeitszeit auch die zukünftige Strukturierung des Bundesverbandes. (jj) ☺

SCHWERPUNKT AUSGEFALLENE BETRIEBSKONZEPTE

Weit mehr als nur ein Bett

Vom Baumhaus bis zur Schlafkapsel: Bayerns Gastgeber beweisen Mut zur Kreativität. Mit außergewöhnlichen Ideen und überraschenden Konzepten schaffen sie unvergessliche Erlebnisse für ihre Gäste – innovativ, charmant und immer ein bisschen anders.

Übernachten im Fels, luxuriöse Nächte im Baumhaus oder ein schickes Hausboot im Bayerischen Wald: Bayerns Hotellerie beweist, dass Gastfreundschaft nicht an klassische Hotelzimmer gebunden ist. Wer auf der Suche nach einzigartigen Erlebnissen ist, wird fündig – von Schlafkapseln am Münchner Flughafen bis zu uralten Hundehotels für Mensch und Tier. Jede Unterkunft erzählt ihre eigene Geschichte und weckt die Lust, Neues zu entdecken.

In einer Zeit, in der Reisende immer anspruchsvoller werden, ist es entscheidend, dass Gastgeber ihre Gäste nicht nur zufriedenstellen, sondern begeistern. Ein außergewöhnliches Konzept bleibt in Erinnerung, schafft besondere Momente und hebt sich vom Wettbewerb ab. Es geht darum, Erlebnisse zu schaffen, die Emotionen wecken – sei es durch ein Baumhaus mit Panoramablick, eine Nacht in einem Iglu oder ein Menü, das von einem Kochroboter serviert wird.

Solche Überraschungen sind nicht nur Marketinginstrumente, sondern auch ein Ausdruck von Kreativität und Gastfreundschaft. Für die Menschen hinter den Konzepten geht es aber nicht nur um Komfort und Kreativität, sondern vor allem darum, ihren Gästen unvergessliche Momente zu schaffen. Sie zeigen, dass Gastgeber die Wünsche ihrer Gäste verstehen und bereit sind, über den Tellerrand hinauszudenken. Für viele Reisende ist genau das der Unterschied zwischen einem guten und einem unvergesslichen Aufenthalt. Die kreativen Konzepte zeigen, wie bayerische Hotels und Restaurants Tradition, Innovation und Abenteuerlust verbinden.

Das gelingt im bayerischen Bierhotel, das den Gerstensaft in den Mittelpunkt rückt, genauso überzeugend wie in einem liebevoll restaurierten Forsthaus am Schliersee. Tauchen Sie ein in eine Welt voller ungewöhnlicher Orte und Geschichten: Auf den nächsten Seiten stellen wir einige Highlights vor – und verraten, was diese Konzepte so besonders macht. Bereit für eine Reise durch Bayerns außergewöhnlichste Unterkünfte? 

EINZIGARTIGE ÜBERNACHTUNGSERLEBNISSE: URLAUB MAL ANDERS

Cool, verrückt & überraschend: Übernachten mit Wow-Faktor

Ob im Baumhaus, in der Felswand oder im Gefängnishotel – Bayern überrascht mit kreativen Übernachtungsmöglichkeiten, die Abenteuer und Komfort vereinen. Für jeden Geschmack gibt es das passende Erlebnis – von urig bis luxuriös.

SCHLAFEN IM FELS: DIE „1000-STERNE- UNTERKUNFT“

Einfach mal „abhängen“ – dazu geht man hier in die Felswand. Freier Blick auf die Sterne inklusive. Die Betten hängen auch in Bäumen – für alle, die nicht ganz so hoch hinauswollen.

www.waldseilgarten-hoellschlucht.de/schlafenimbaum

© Bernhard Schmid / haricot vert



ALBERGO DIFFUSO – ITALIENISCHES KONZEPT AUF BAYERISCH

Egal ob Bauernhof, altes Gasthaus oder Scheune: Im mittelalterlichen Stadtkern von Mainbernheim wird alles zu einem großen Gasthaus verwoben. Der Vorteil für Gäste: Viele verschiedene Unterkünfte in direkter Nähe zur lokalen Bevölkerung.

www.albergo-diffuso-mainbernheim.de/unterkuenfte

BAUMHAUSHOTEL – LUXUS STATT BRETTERBUDE

Ein Bett im Kornfeld? War gestern! Jetzt steht es am, im oder unterm Baum. Statt schief zu-recht gezimmerter Bretterbude erwartet Gäste ausgefallene Architektur und jede Menge Komfort. So geht „Glamping“ in Bayern.

www.baumhaushotel-allgaeu.de



SCHLAFKAPSEL – KLEIN UND ERSTAUNLICH FEIN

Lange Wartezeiten lassen sich sehr gut in Schlafkapseln überbrücken. Egal ob man ein Nickerchen machen oder einfach mal in Ruhe arbeiten will: Die Kapseln bieten Abgeschlossenheit, Komfort und sogar kostenlosen Internet-Zugang.

www.munich-airport.de/napcabs-488401

GEFÄNGNISHOTEL: SCHLAFVOLLZUGSANSTALT

Nicht brav gewesen? Dann führt der nächste Urlaub vielleicht ins Knasthotel. Keine Sorge: Hier gibt's mehr Komfort als sonst üblich. Besucher erwartet Atmosphäre mit 300 Jahren Geschichte. Es gibt sogar einen Escape-Room.

www.hotel-fronfeste.de



ROLLENDES HOTEL – ZWAR NICHT IN BAYERN, ABER AUS BAYERN

Reiseabenteuer mit einem Schlafplatz auf Rädern: Rotel Tours bietet Reisebusse der besonderen Art. Eine eigene Zimmerkabine fährt immer mit. Die Busse touren durch die ganze Welt, haben ihren Firmensitz aber im Landkreis Passau.

www.rotel.de/index.html



© Julian Höcher

BIERHOTEL – PROSIT DER GEMÜTLICHKEIT

Im Bayerischen Wald steht das erste Bierhotel Bayerns. Neben Braugarten und Gasthausbrauerei können sich Gäste im Bierbottich Bad oder mit Bierpralinen verwöhnen lassen. Na dann: Zum Wohl!

www.gut-riedelsbach.de



HAUSBOOT-HOTEL: BOOT-CAMP IM BAYERISCHEN WALD

Schwimmendes Ferienglück gibt es nicht nur am Meer, sondern auch in Bayern. Schicke Hausboote erwarten Gäste mit Kamin und Frühstücksservice. Wer nicht in den See springen will, findet auf dem Dach einen Whirlpool.

www.ins-waidlerland.de/de/infos/hausboot-mieten-bayern.html

IGLU-HOTEL: ZURÜCK IN DIE EISZEIT

„Cool übernachten“ wird hier wörtlich genommen. In der Iglu Lodge im Allgäu liegen die Temperaturen immer um den Gefrierpunkt. Trotz Zimmern aus Schnee und Eis wird einem bei so viel Liebe zum Detail warm um's Herz.

<https://iglu-lodge.de/iglu-suite/>



© Iglu Lodge



© vonne Obermüller

HUNDEHOTEL: EIN WARMES HERZ FÜR KALTE SCHNAUZEN

Es gibt Wellnessresorts, Familienresorts und sogar Hunderesorts. Ein solches steht im schönen Waldeck. Gäste und ihre Fellfreunde können bei Wellness entspannen oder in Workshops mit Hundexperten was lernen. Ähnlich einem Babyfon gibt es sogar ein „Wuffi-Fon“, falls der Vierbeiner mal alleine auf dem Zimmer bleibt.

www.haus-waldeck-koch.de

INTERVIEW MIT FRANZ RAUCH – GASTRONOM, GESELLSCHAFTER UND EX-CHEF P1

EINBLICK IN 40-JAHRE P1

ein Club, der bis heute Geschichte schreibt

Seit 40 Jahren zieht der Münchner Club P1 die Schönen und Reichen an, fasziniert mit seinem legendären Türsteher-Mythos und bleibt als „Wohnzimmer der Promis“ bis heute ein Magnet der Nacht. Club-Legende Franz Rauch erzählt von den Anfängen und der Herausforderung, auch heute den Zeitgeist zu treffen.

„Gemma Oanser“, so warben die Plakate rund um die Wiesn-Zeit für einen Besuch in einem der ehrwürdigsten Nachtclubs der Stadt München: dem P1. Der wohl berühmteste Promi-Club Deutschlands hat in diesem Jahr sein 40-jähriges Bestehen gefeiert. Doch bleibt es mehr ein kurzer Moment, eine Ahnung dessen, was sich hinter der laut Medienberichten „härtesten Tür der Welt“, und dem „Wohnzimmer der Schönen und Reichen“ verbirgt.

Einer, der die Geschichten hinter der Tür kennt und lange Zeit die Fäden in der Hand hielt, ist Franz Rauch, der uns im Interview aus der bewegten Zeit des P1 berichtet.

Die BILD bezeichnet Sie als „Club-Legende“, die SZ als „Macher der Nacht“ und die tz betitelt Sie als „Ex-Chef der Münchner Promi-Disko P1“ – stellen Sie sich gerne in ihren eigenen Worten vor:

(lacht) Ich fühle mich zwar geehrt, sehe mich aber eher als „Handwerker in der Nacht“. Ich messe



© adrian.campo

meinen persönlichen Erfolg daran, was ich in der Nacht schaffe und ob unsere Gäste nach einer gelungenen Clubnacht zufrieden nach Hause gehen.

Wann und wie kam es zu der ersten Begegnung mit Michael Käfer und inwieweit hat diese Ihr beider Leben verändert?

Da muss ich ein bisschen ausholen. Ich habe meinen Hotelkaufmann und Restaurantfachmann im Bayerischen Hof gelernt; und an Fasching war Michael Käfer der

Faschingsprinz und hatte im Palais Montglas einen Raum belegt und Partys gefeiert. Ich, als Etagenkellner, war damals für die Versorgung der Party zuständig und lernte Michael kennen. Mein damaliger Chef fragte mich, ob ich mich nicht mit Michael Käfer zusammensetzen wolle, da er das P1 aufmachen möchte. Ich war damals 21 Jahre alt, Michael 25, und dessen Vater hatte ihm das P1 mit den Worten überlassen: „Mach damit, was du willst.“ Und das haben wir dann auch.

Der Nachtclub „Studio 54“ in New York soll für Käfer Vorbild für das P1 gewesen sein. Für Sie auch? Und unter welchen Aspekten?

Viele Jahre vor dem P1 gab es schon das Studio 54 – wir haben uns damals zig Läden in New York angesehen. Der New York Style war die Grundidee, die wir im alten P1 aufgenommen haben: weiße Wände und Integration einer Galerie. Bis zum heutigen Tage sehen wir uns gerne gute Clubs an und lassen uns inspirieren. Denn was gut ist, darf man auch kopieren.

Gab es schon immer eine klare Vision?

Aleccos Spruch (Anm.d.Red.: der erste Betreiber des P1), der hier im Büro hängt, hat uns lange geprägt und gehört zu unseren Grundwerten. Er sagte einmal: „In zu sein ist eine momentane Erscheinung, der Beste zu sein ist eine Kunst, Alecco ist im Haus der Kunst.“

Wir waren zu den Anfängen New Wave – zwischen Punk und Funk, wir waren alle schwarz angezogen, trugen weiße Schminke im Gesicht und spitze Schuhe. Die Grundidee damals war, dass sich der Bänker mit dem Punk an der Bar trifft und sie sich unterhalten. So ist eine kunterbunte Mischung aus Leuten mit einer ordentlichen Portion Subkultur entstanden. Also ganz anders, als Außenstehende sich das heutzutage vorstellen würden (lacht).

Wie hat es sich dann zum Promi-Treff entwickelt?

Ich denke, das hatte mehrere Gründe. Als wir angefangen haben, war die Ausgehszene klein – es gab vielleicht 15 Clubs in der Stadt. Die Marke Käfer hatte den ein oder anderen Prominenten angezogen und wir haben dann ein großes Stammgast-Klientel aufgebaut. Einer meiner Lieblingsgäste, Gott habe ihn selig, war Bernd Eichinger. Ihm haben wir sehr viel zu verdanken. Ebenso Monti Lüftner, der damals bei der BMG arbeitete (Bertelsmann Music Group, Anm.d.Red.), der uns Whitney Houston brachte. Helmut Berger war auch immer mal für einen Skandal gut. Zu der

„DIE GRUNDIDEE DAMALS WAR, DASS SICH DER BÄNKER MIT DEM PUNK AN DER BAR TRIFFT UND SIE SICH UNTERHALTEN.“

„WIR MÜSSEN DEN ZEITGEIST TREFFEN, UND DAS SCHAFFEN WIR, INDEM WIR ERFAHRENE ÄLTERE MITARBEITER UND JUNGE MENSCHEN BESCHÄFTIGEN UND DEN JUNGEN AUCH DIE GELEGENHEIT GEBEN, FEHLER ZU MACHEN. DAS GEHT MEINER MEINUNG NACH AUCH NICHT ANDERS.“

Zeit hatten wir auch gute Firmen in der Stadt, es war die Zeit der Filmproduktionen, Models und Modelproduktionen – viele spannende Menschen kamen in die Stadt und so auch zu uns.

Der Mythos der harten Tür hat das P1 landesweit bekannt gemacht. Was war der Grund dafür?

Damals war es so: Wir haben den Laden eröffnet mit einer Kapazität von etwa 500 bis 600 Personen. Es standen aber jeden Tag 1.500 Personen vor der Tür. Wir mussten also selektieren.

Wir haben das „Stammgast-Entwicklung“ genannt und uns gefragt: Kommt jemand einmal pro Woche oder bis zu sieben Mal? Wie

sieht die Mischung aus zwischen Frauen und Männern? Wer bringt Geld rein, aber auch, wer macht die Stimmung? Durch die begrenzten Plätze hatten wir eine fast natürliche Verknappung. Ein Klaus Gunschmann, ein Damir Fister oder ein Jan Klophaus, die selektiert haben, haben das Berufsbild des Türstehers bei uns sehr kultiviert. Wir hatten das Glück, dass wir die richtigen Leute zur richtigen Zeit am richtigen Ort hatten.

Und die Erfolgsformel bis heute?

Die Frage, die wir uns stetig stellen, ist: Wie fähig ist man, sich zu verändern – mit den neuen Medien, der Musik, den DJs, den Mitarbeitern? In so einem Betrieb steckt sehr viel Dynamik und um die Pole-Position des P1 zu verteidigen, muss man sich konsequent weiterentwickeln und darf nicht stehen bleiben.

Vor ein paar Jahren haben Sie sich aus dem operativen Geschäft zurückgezogen und ihren Sohn Sebastian Goller zum Geschäftsführer ernannt. Wie ist die Übergabe geglückt, was konnten Sie ihm mit an die Hand geben?

In einem Club muss es irgendwann auch mal eine Verjüngung geben. Mein Sohn und ich hatten im Vorfeld schon zusammengearbeitet und wir tun es heute noch gut und gerne. Er ist der Chef und ich bin immer noch ein bisschen da. Was ich als Unternehmer und Vater

Tipp!

Sonderausstellung „Glamour und Geschichte“, anlässlich 40 Jahre P1. Noch bis zum 23.02.2025 im Haus der Kunst in München. Der Eintritt ist frei.



Gastgeber Bayern Redakteurin Sonja Viktoria Ruschke in der Ausstellung „Glamour und Geschichte“.

spannend fand: Ich musste lernen, dass man oftmals beide Augen zudrücken muss. Beispiel: Mein Sohn hat eine Idee, die ich schon vor 20 Jahren hatte. Vor 20 Jahren bin ich mit der Idee aber gefloppt. Probiert man es jetzt wieder? Manches funktioniert, manches nicht. Das anzunehmen und zu lernen ist nicht immer konfliktfrei und ein Lernprozess, aber wir haben das, wie ich finde, sehr gut hingekriegt – wir haben uns aber auch coachen lassen, was uns sehr geholfen hat.

Können die Menschen in der heutigen Zeit, in der vieles kompliziert geworden zu sein scheint, überhaupt noch unbedarft feiern? Hat sich das Ausgehverhalten verändert?

Ja, können sie. Auch wenn eventuell mehr aufs Geld geschaut wird, die Leute wollen die unbeschwerteren Stunden dann erst recht genießen. Wir konnten zum Beispiel mit dem „Day Club“ ein Angebot für diejenigen machen, die um Mitternacht wieder daheim sein wollen. Grundlegend würde ich sagen, dass die Leute heute kontrollierter, konzentrierter und selektiver feiern. Früher ist man ausgegangen, stand in einem Club, hat getanzt und auf die Freunde gewartet, und daraus ist eine gute Nacht entstanden. Heute kommt einer rein, mit dem Handy in der Hand, filmt kurz rein und zieht weiter, wenn in dem Moment noch nicht viel los ist. In den drei Stunden, in denen wir

früher in einem Laden waren, sind die Leute heute in drei Läden. Das hat natürlich auch die Kommunikation drastisch verändert. Wir haben anfangs Plakate und Flyer produziert, jetzt beschäftigen wir zwei Vollzeitangestellte im Bereich Social Media.

Wie sehen Sie die Entwicklung der Diskotheken in Deutschland allgemein?

Wir tauschen uns viel mit Kollegen aus anderen Städten und auch Ländern aus. Viele Nachtclubs haben sich, auf die Musikrichtungen bezogen, spezialisiert. Electroclubs, Technoclubs, Mainstream et cetera. Diese Spezialisierungen unterliegen aber auch dem Wandel – unter anderem durch die sozialen Medien bedingt. Durch die Inflationsraten hat

die Industrie die Preise kräftig angezogen, die man nicht einfach an die Gäste weitergeben kann. Getränke, Spirituosen – die Preise sind extrem nach oben gegangen und haben bei vielen einen erheblichen Verlust an Margen erzeugt. Die Personalkosten sind gestiegen. Und wir mussten uns auch mit massiv gestiegenen Energiekosten auseinandersetzen. In den letzten zwei Jahren haben wir 50.000 Euro gezahlt – und das nur für Strom. Aber uns geht es gut. Und wir jammern auf hohem Niveau, das gehört auch ein bisschen dazu. (lacht).

Welche Rolle kann und soll das P1 in der neuen Generation einnehmen? Was wird aus dem „Wohnzimmer der Promis“?

Auf die 80er und 90er Jahre wollen und können wir uns nicht stützen. Uns geht es in erster Linie um das Angebot der perfekten Dienstleistung. Wir wollen unseren Gästen jede Nacht das Beste bieten. Und das tun wir über Service, Getränke, Musik, Sauberkeit – alles, was man von einem gelungenen Abend erwarten kann. Ein sehr besonderes Event – mein Lieblingsevent – ist Heiligabend. Hier kommen oft Stammgäste mit 19, 20 Jahren mit ihren Eltern und den Großeltern. Und wenn dann die Oma erzählt, dass sie schon bei unserem ersten Betreiber Alecco war, und die Eltern von den Partys der 80er schwärmen, dann ist das schon etwas ganz Besonderes für uns. 🍷

Das Interview führte
Sonja Viktoria Ruschke

ÜBER DAS P1:

Im Jahr 1984 wurde der „Nachtclub für Electro- und Popmusik mit zwei Tanzflächen, Außensitzbereich und schickem Dresscode“ in seiner jetzigen Form eröffnet. Zuvor wurden die Räumlichkeiten von US-amerikanischen Besatzungstruppen als Offizierstreff genutzt. Dem Standort in der Prinzregentenstraße 1 gaben sie bald eine einfach auszusprechende Bezeichnung „P-One“. Nachdem die Räumlichkeiten sowohl für mehrere Restaurantbetriebe als auch einen New-Wave Club genutzt wurden, übernahm der Feinkost-Gastronom Michael Käfer 1984 das P1, dessen Vater es ihm übergeben hatte. 1981 lernten sich Michael Käfer und Franz Rauch kennen und beschlossen, gemeinsam mit Florian Oberndorfer in den Nachtclub zu investieren und ihr eigenes Konzept umzusetzen. Seit 2013 leitet Franz Rauchs Sohn Sebastian Goller die Geschäfte.

MIT TECHNOLOGIE GEGEN DEN FACHKRÄFTEMANGEL

KOLLEGE

ROBOTER

„Computer, eine Gemüsesuppe, nicht zu heiß!“ – So haben Kirk, Scotty und Uhura ihr Essen auf Raumschiff Enterprise bestellt. Zukunftsvisionen der 1960er: Die Enterprise schwebt im Jahr 2200 durchs All, Verpflegung gibt es per Sprachbefehl vom Nahrungs-Replikator. Bis zum Jahr 2200 dauert es zwar noch, doch *Gastgeber Bayern* will wissen: Was ist technisch heute schon möglich?

Das Gastgewerbe ist eine Mensch-zu-Mensch-Branche. Angesichts des Fachkräftemangels wird es dennoch wohl bald Betriebe geben, für die Kochroboter interessant sein könnten. So wagen wir einen Blick zwischen rotierende Metallarme und Vorratsbehälter, um herauszufinden, was die Technik leistet: Wir besuchen einen Kochroboter und sein Team, die Circus Group.

Auf Basis von KI und Robotik hat das Unternehmen den weltweit ersten kommerziell nutzbaren Roboter für die Lebensmittelproduktion entwickelt. Das Gerät schafft mehr als 2.000 Gerichte pro Tag. Typischerweise benötigt eine Kantine in dieser Größenordnung zwischen 20 und 50 Angestellte. Dies schließt Köche, Küchenhilfen, Reinigungspersonal und Servicemitarbeiter ein. In Zeiten von Fachkräftemangel ein wachsendes Problem für Universitäten, Unternehmen oder Krankenhäuser. Der Kochroboter übernimmt alle Prozesse, die sonst in Großküchen anfallen: von der Ausgabe der Zutaten über das Kochen, Reinigen, Kühlen bis hin zum Verpacken.

STILLER GASTGEBER

Der Showroom der Circus Group in München ist schlicht, hell und frei von jeglicher



Ablenkung. Die Aufmerksamkeit der Besucher ruht ganz allein auf dem Roboter, der präzise und schweigend seine Aufgaben verrichtet: „Circus Autonomy One“ oder kurz CA-1, nennt sich das Gerät. Hungrig und etwas skeptisch schauen Gäste in die geöffnete Glasfront der Maschine: Wo ist es, das Essen? Und wie funktioniert diese Maschine überhaupt? Wir sprechen mit einem, der es wissen muss, dem Gründer der Circus Group, Nikolas Bullwinkel:

„Im Food-Roboter können alle Zutaten exakt dosiert, Speisen zubereitet, Töpfe gereinigt, Mahlzeiten verpackt und an den Endverbrau-

cher übergeben werden. So ist eine vollständige Digitalisierung und Automatisierung der Küchenprozesse möglich. Im ersten Schritt wählt der Kunde am Display oder in der App das gewünschte Gericht aus. Das ist das Startsignal für den Roboter. Er beginnt nun, die benötigten Zutaten aus den integrierten Vorratsbehältern zu entnehmen. Anschließend platziert der Roboterarm den Kochtopf auf der Kochstation, wo die Zutaten zwei bis drei Minuten garen. Im nächsten Schritt füllt er das Essen aus dem Kochtopf in den Ausgabebehälter um und stellt diesen in eines der Ausgabefächer, wo der Kunde sein Essen bereits fünf Minuten nach

der Bestellung abholen kann. Im letzten Schritt reinigt der Roboter den Kochtopf in der integrierten Industriespülmaschine.“

Und schon geht's los. Vor unseren Augen setzen sich die Roboterarme in Bewegung, greifen nach Töpfen und führen diese zu den Vorratsbehältern. Gefüllt mit Fleisch und Gemüse werden sie anschließend auf rotierenden Kochplatten abgesetzt. Die Rotation, die Beschichtung im Topf und ein integrierter Rührarm verhindern, dass die Zutaten ankleben. Binnen kürzester Zeit halten wir einen asiatischen Salat mit Hähnchenfleisch in der Hand. Fleisch zart, Gemüse knackig und tiptopp gewürzt.

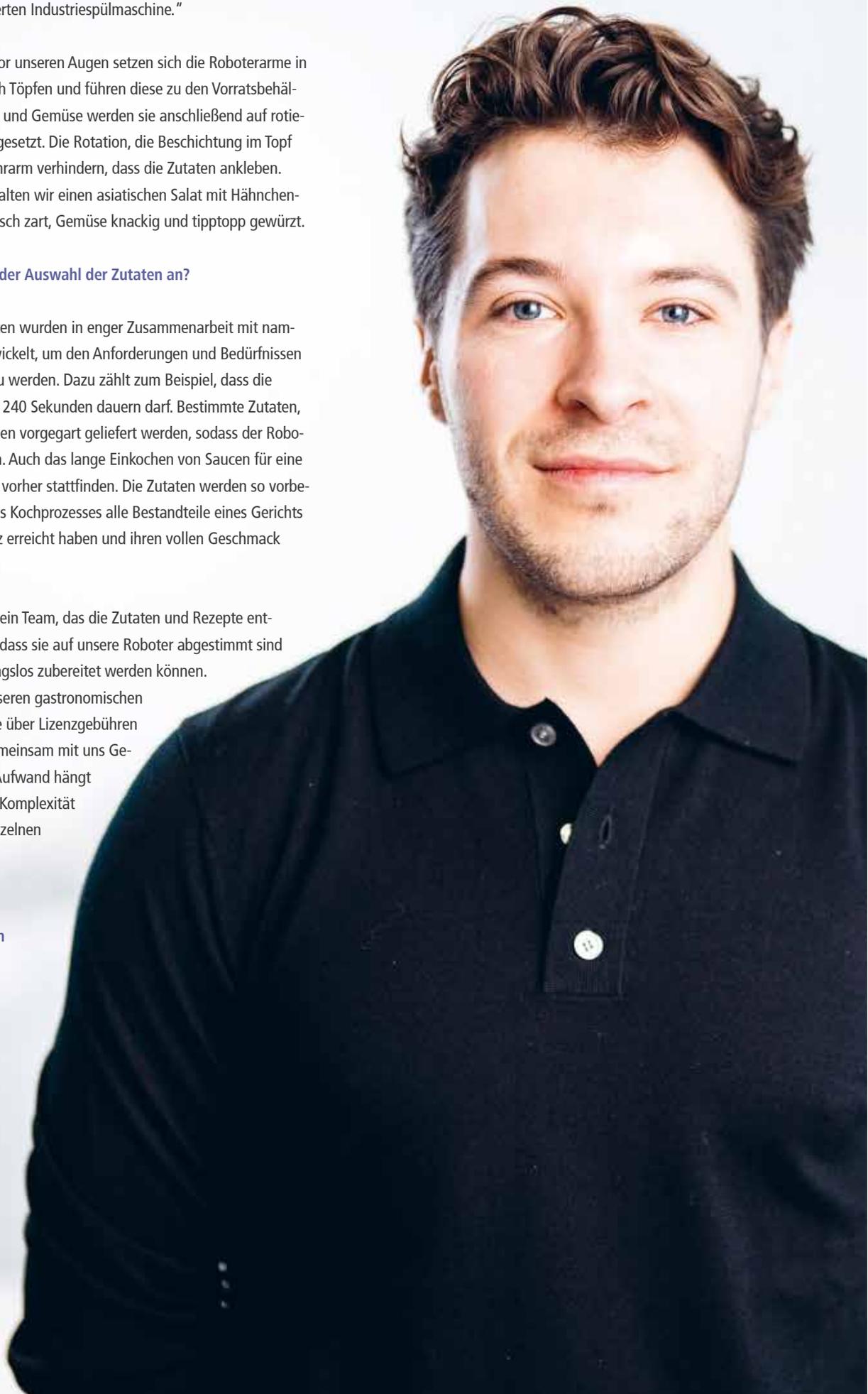
Worauf kommt es bei der Auswahl der Zutaten an?

Bullwinkel: „Alle Zutaten wurden in enger Zusammenarbeit mit namhaften Herstellern entwickelt, um den Anforderungen und Bedürfnissen des Roboters gerecht zu werden. Dazu zählt zum Beispiel, dass die Garzeit nicht länger als 240 Sekunden dauern darf. Bestimmte Zutaten, wie etwa Nudeln, müssen vorgegart geliefert werden, sodass der Roboter damit arbeiten kann. Auch das lange Einkochen von Saucen für eine bestimmte Textur muss vorher stattfinden. Die Zutaten werden so vorbereitet, dass am Ende des Kochprozesses alle Bestandteile eines Gerichts die optimale Konsistenz erreicht haben und ihren vollen Geschmack entfalten können.“

In München haben wir ein Team, das die Zutaten und Rezepte entwickelt. Es stellt sicher, dass sie auf unsere Roboter abgestimmt sind und die Gerichte reibungslos zubereitet werden können. Kunden können mit unseren gastronomischen Konzepten arbeiten, die über Lizenzgebühren erhältlich sind, oder gemeinsam mit uns Gerichte entwickeln. Der Aufwand hängt natürlich stark von der Komplexität des Menüs und den einzelnen Rezepten ab.“

Sind manche Gerichte besonders schwierig in der Umsetzung?

Bullwinkel: „Eine Herausforderung ist es natürlich immer, wenn warme und kalte Zutaten gemischt werden, wie zum Beispiel beim Chicken Caesar Salad. Aber da haben wir eine gute Lösung gefunden.“



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

JANUAR

FIT UND STARK INS NEUE JAHR! Führungsbooster – Persönlichkeitsentwicklung	27.01.2025
Kalkulation und Einsparungen im Unternehmen	28.01.2025
Aufzeichnungspflicht im Gastgewerbe	29.01.2025

FEBRUAR

Generationenwechsel im gastgewerblichen Mittelstand erfolgreich meistern	04.02.2025
Der Preis ist heiss	10.02.2025
Systemlandschaft in der Hotellerie	11.02.2025
Effizientere Prozesse durch Digitalisierung	11.02.2025
Qualitäts- und Konfliktmanagement	17.02.2025
GASTGEWERBLICHE BETRIEBSWIRTSCHAFT: Baustein I	24.-26.02.2025

MÄRZ

Reiserecht AGBs und No-Shows	10.03.2025
MITARBEITERFÜHRUNG – Personalwesen I	10.-11.03.2025
DIE NÄCHSTE BETRIEBSPRÜFUNG KOMMT GEWISS! Worauf kommt es an und wie kann ich mich darauf vorbereiten?	12.03.2025
STRESSMANAGEMENT: Druck abbauen und Balance finden	17.03.2025
Erfolgsfaktor Feedback- /Beschwerdemanagement Basis	18.03.2025
MENTALMACHT: Entfessele dein Power Mindset	18.03.2025
Konfliktmanagement und Mediation	19.03.2025
CYBERCRIME VON DER KÜCHE BIS ZUR REZEPTION: Echte Fälle, Hintergründe, Schutzmaßnahmen Schritt für Schritt erklärt	20.03.2025
HACCP – Im Wandel des Gastgewerbes	24.03.2025
FÜHRUNGS-AKADEMIE IN MEHREREN MODULEN - Führungs-Kompetenz I	26.-27.03.2025

APRIL

WOW – Geheimnis echter Kundenbindung	01.04.2025
KÜNSTLICHE INTELLIGENZ: Texte, Bilder, Datenanalysen rechtskonform erstellen und Haftungsfallen vermeiden	02.04.2025
Einblick in die Vorschriften	07.04.2025
Interkulturelle Kommunikation	08.04.2025
Power-Briefing	09.04.2025
FÜHRUNGS-AKADEMIE IN MEHREREN MODULEN – Führungs-Kompetenz II	28.-29.04.2025
KOMPETENT – Auch wenn's mal schwierig wird	30.04.2025

Veranstaltungsort
Prinz-Ludwig-Palais
Türkenstraße 7
80333 München

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





Ansonsten spielt natürlich auch der persönliche Geschmack eine Rolle, zum Beispiel wie scharf die Sauce für Penne Arrabbiata sein darf.“

Was lässt sich derzeit (noch) nicht zubereiten?

Bullwinkel: „Wir konzentrieren uns auf alles, was im Kochtopf zubereitet werden kann. Das heißt, dass Ofen- oder Grillgerichte bei uns nicht auf der Karte stehen. Aber das Angebot an Pizza und Burgern ist ja auch schon groß genug. Gleichzeitig wollen wir unser kulinarisches Angebot noch breiter aufstellen und weiter ausbauen, um möglichst viele Geschmäcker abzudecken und ein vielfältiges Angebot für möglichst viele Anwendungsfälle zu schaffen.“

Kocht der Roboter in der Mittagspause für die Mitarbeiter der Circus Group?

Bullwinkel: „Auf jeden Fall, insbesondere wenn unser Team neue Rezepte oder Zutaten testet, freuen sich alle Mitarbeiter auf das Mittagessen. Aber auch Externe haben die Gelegenheit, ein Roboter-Essen zu probieren. Regelmäßig öffnen wir unsere Showrooms und laden Interessierte ein, in der Mittagspause bei uns vorbeizukommen.“

„Kochroboter zerstören Arbeitsplätze und bieten eine geringe kulinarische Qualität“ – wie begegnen Sie diesen Aussagen?

Bullwinkel: „Wir glauben, dass die Gastronomie sich künftig zunehmend in zwei Lager

teilen wird. Das ist zum einen die klassische Erlebnisgastronomie, bei der das Ambiente, der Service und die Kulinarik im Vordergrund stehen, und zum anderen das praktische, zweckmäßige Essen wie der alltägliche Lunch oder der Snack unterwegs. Wir sehen, dass Automatisierung, wie Circus sie anbietet, die Lösung sein muss – und nicht optional ist. Das gilt besonders für die Gastronomie, die mit Preis-Leistungs-Verhältnis und Funktionalität beim Verbraucher punktet.

Ein entscheidender Vorteil des CA-1 ist seine Fähigkeit, Aufgaben zu übernehmen, die sich wiederholen, und damit menschliche Fehlerquellen zu beseitigen. So kann die Roboterlösung von Circus Zutaten exakt portionieren, was bei manuellen Prozessen oft ungenau und dadurch teuer ist. Mit anderen Worten: Unser Kochroboter CA-1 kann auf einer Fläche von nur sieben Quadratmetern eine komplette Kantine oder Großküche mit allen Geräten und Mitarbeitern ersetzen und rund um die Uhr frische und schmackhafte Mahlzeiten auf Abruf produzieren.“

Wie reagieren Unternehmen und Konsumenten in Deutschland auf diese technische Möglichkeit? Wie sieht es im Vergleich international aus?

Wir sehen global einen dringenden Bedarf und eine Vielzahl an Anwendungsmöglichkeiten in der öffentlichen Bildungs- und Verkehrsinfrastruktur, also in Universitäten, Schulen, Krankenhäusern, Flughäfen oder Bahnhöfen, aber auch im Lebensmitteleinzelhandel und grundsätzlicher Versorgungsinfrastruktur. Die Nachfrage insbesondere aus dem asiatischen und amerikanischen Markt hat unsere ursprünglichen Erwartungen weit übertroffen. Wir konnten bereits in den ersten Wochen der Kommerzialisierung Vorbestellungen für mehr als 8.000 Einheiten des CA-1 abschließen. Somit kommen wir bereits durch diese ersten Aufträge auf potenzielle Umsätze im niedrigen Milliardenbereich. ☺

Text und Interview:
Juliane Jerin

DIGITALISIERUNG UND DATENSCHUTZ

„DIE ZUKUNFT IST DIGITAL, ABER DATENSCHUTZ BLEIBT ZENTRAL“

Datenschutz und Digitalisierung müssen sich nicht ausschließen. Dr. Fabian Mehring (unten), Bayerischer Staatsminister für Digitales und Dr. Thomas Geppert (rechts), Landesgeschäftsführer DEHOGA Bayern, sprechen darüber, wie sich technische Innovationen umsetzen lassen, ohne dass der Datenschutz auf der Strecke bleibt.“



Datenschutz und Digitalisierung – stehen sich diese beiden Aspekte gegenseitig im Weg?

Dr. Fabian Mehring: Datenschutz und Digitalisierung sind zwei Seiten einer Medaille, die sich nicht prinzipiell entgegenstehen müssten – auch wenn unser typisch deutscher Umgang hiermit diesen Eindruck leider oft erweckt.

Tatsächlich ist kluger Datenschutz in unserer digitalen Welt wichtiger denn je. Schließlich führen uns Datenlecks und Pannen immer wieder

eindrucksvoll vor Augen, wie schnell es kritisch wird. Bürger und Unternehmen brauchen schlichtweg das Vertrauen, dass ihre persönlichen Daten sicher verwahrt und verantwortungsvoll verarbeitet werden, statt unkontrolliert durchs Netz zu schwirren.

Was wir aber definitiv nicht brauchen, sind überzogene Regelungen und bürokratische Monster, die sich hinter dem Schutzmantel des Datenschutzes verstecken und den digitalen Fortschritt ausbremsen. Genau deshalb arbeite ich seit meinem Amtsantritt mit Hochdruck daran, das Datenschutzgesetz von unnötigem Ballast zu befreien. Meine Haltung ist dabei klar: Datenschutz ist unverzichtbar – aber er muss mit Maß, Ziel und gesundem Menschenverstand gestaltet sein!

Dr. Thomas Geppert: Auch ich finde: Datenschutz ist richtig. Doch wie so oft wird dieses wichtige Ziel dann ein bisschen zu Deutsch umgesetzt. Die Folge: Nicht der Datenschutz steht im Fokus, sondern die Auswirkungen durch eine teils übertriebene Umsetzung. Das beschränkt und behindert uns beim Digitalisierungsfortschritt. Datenschutz und Digitalisierung müssen Hand in Hand gehen. An erster Stelle sollte die Digitalisierung stehen. Im zweiten Schritt müssen wir schauen, wie sich sensible Daten schützen lassen.

Die Pandemie hat den Druck auf das Gastgewerbe erhöht, digitale Lösungen wie Online-Reservierungen und digitale Bezahlungsmöglichkeiten einzuführen. Welche dieser Trends halten Sie für langfristig relevant, und wie kann die Branche hier nachhaltig profitieren?

Dr. Fabian Mehring: Ich finde: Die Zukunft des Gastgewerbes ist digital – aber das Herz der Branche muss menschlich bleiben. Was heißt das konkret? Digitale Tools sind heute unverzichtbar: Sie steigern die Zufriedenheit der Gäste, entlasten das Personal und können sogar den Fachkräftemangel abfedern. Technologisch ist schon jetzt vieles möglich, und die Entwicklungen – vor allem bei Künstlicher Intelligenz – schreiten in einem atemberaubenden Tempo voran. Doch die spannende Frage lautet: Wie setzen wir diese neuen Möglichkeiten so ein, dass wirklich alle profitieren? Wie gelingt eine Digitalisierung, die den Menschen dient?

Ein Beispiel: Wenn KI dafür sorgt, dass Bestellungen so optimiert werden, dass weniger Lebensmittel verschwendet werden, dann ist das eindeutig ein Gewinn für alle. Doch bei Roboter-Kellnern wird es kniffliger: Gehört nicht gerade der persönliche Kontakt zu den Menschen zu dem, was einen Restaurantbesuch besonders macht? Umso mehr besteht unsere gemeinsame Herausforderung darin, die richtige Balance zwischen digitalem Fortschritt und demjenigen menschlichen Erlebnis zu finden, das unsere bayerische Gastronomie seit jeher so besonders macht. Unser Ziel muss die richtige Kombination aus Heimat und Hightech sein.



Dr. Thomas Geppert: Digitalisierung, Robotik, Automatisierung und KI: All diese technischen Innovationen können uns bei der Arbeit unterstützen, wenn man sie an den richtigen Stellen einsetzt. So lassen sich Arbeitsprozesse effizienter gestalten, Strukturen besser umsetzen und Ressourcen effizienter nutzen. All das kann Mehrwerte bringen. Nur einfach blind digitalisieren ist gefährlich. Das kann auch mal zu einer Kostenfalle werden. Für das Gastgewerbe bleibt immer der Mensch entscheidend, aber es gibt Prozesse, bei denen diese Technologie sehr gut unterstützt. Wollen Betriebe langfristig erfolgreich sein, führt kein Weg daran vorbei. Ganz wichtig für unsere Mitglieder: Unser Verband wird auch hier helfen, technologische Chancen zu sehen und zu ergreifen.

Wie können Betriebe sicherstellen, dass sie gesetzliche Vorgaben einhalten, ohne ihre Innovationsfähigkeit zu gefährden?

Dr. Fabian Mehring: Das ist eine Frage, die mich ganz besonders umtreibt. Denn: Wer morgen noch im Wettbewerb mitspielen will, muss sich heute zwingend mit Zukunftstechnologien wie Künstlicher Intelligenz auseinandersetzen. Doch gerade in Europa gibt es durch die strenge Regulierung, wie den AI-Act, viele Vorschriften, die beachtet werden müssen – während der Rest der Welt oft freier agiert. Um bayerische Unternehmen auf diesem Weg zu unterstützen, bringe ich gerade unseren Bayerischen „Innovationsbeschleuniger“ an den Start. Damit will ich die Hürden für unsere Betriebe im Freistaat so niedrig wie möglich halten.

Im Zuge dessen veranstalten wir Schulungen und Netzwerktreffen, die unseren Betrieben das nötige Rüstzeug an die Hand geben. In Zusammenarbeit mit Wissenschaftlern entwickeln wir zudem eine Plattform, welche die komplexen Vorgaben des AI-Act formalisiert und Bayerns Mittelstand eine einfache und praktische Hilfe bietet. Aber das ist noch

nicht alles: Eine virtuelle Testumgebung wird es Bayerns Unternehmen zukünftig ermöglichen, ihre KI-Produkte auf die Einhaltung wesentlicher Vorschriften zu prüfen, bevor sie auf den Markt kommen. Im Grunde spannen wir also einen Schutzschirm vor EU-Bürokratie über Bayerns Mittelstand auf und machen unsere Unternehmen darunter fit für das KI-Zeitalter – schnell, unkompliziert und kostengünstig.

Dr. Thomas Geppert: Ich glaube bei dieser Frage ist wichtig, dass man den richtigen Partner an seiner Seite hat. Auch hier können wir als Verband mit unserem Partnermodell unterstützen. Die Partner prüfen wir auf Herz und Nieren. Dadurch können Betriebe relativ sicher sein, dass hier alle nötigen Auflagen und gesetzliche Vorgaben auch eingehalten werden.

Welche Herausforderungen sehen Sie für kleinere und mittelständische Betriebe bei der Einführung digitaler Technologien, und wie können diese überwunden werden?

Dr. Fabian Mehring: Ich bin fest davon überzeugt: Die Zukunftschancen unserer bayerischen Wirtschaft hängen maßgeblich von der Digitalisierung des Mittelstands ab. Gerade kleine und mittelständische Unternehmen, besonders im ländlichen Raum, müssen unkomplizierten Zugang zu Technologien wie KI finden. Im Vergleich zu Großkonzernen fehlt es ihnen dafür oft an ungebundenen Ressourcen. Dabei bieten die flexiblen Strukturen und schnellen Entscheidungswege im Mittelstand eigentlich beste Voraussetzungen für Innovation. Umso entscheidender ist es, das Bewusstsein für den konkreten Nutzen von Zukunftstechnologien in den Köpfen der Entscheider zu stärken – mit greifbaren Anwendungsbeispielen. Bayerns Mittelständler sind Macher. Für ihren Sprung ins KI-Zeitalter brauchen sie keine blumigen Sonntagsreden, sondern praxisnahe, passgenaue Unterstützung für ihre individuellen Geschäftsprozesse.

Dr. Thomas Geppert: Gerade für Kleinstbetriebe sind die Herausforderungen in allen Bereichen eigentlich immer besonders groß. Sie haben nicht die Ressourcen, um Digitalisierungsthemen in eine eigene Abteilung auszulagern. Das gilt ja auch generell für Verwaltungsaufgaben und Bürokratie. Es gibt keine Rechtsabteilung, keine Personalabteilung, keine Dokumentationsabteilung, sondern schlicht eine Familie, die hinter allem steht. Da ist man vielleicht Koch, Servicekraft und Unternehmer in Personalunion. Wichtig für diese Betriebe ist eine gute Beratung vom passenden Partner. Wir als Verband bemühen uns darum, kleineren Betrieben klarzumachen, dass sie in der Digitalisierung Chancen sehen und nicht Probleme. Gelingt das, profitieren die Betriebe enorm, weil Prozesse effizienter ablaufen und Zeit frei wird, um Gastgeber zu sein. ☺

Das vollständige Interview finden Sie unter:
www.gastgeber.bayern

Manuel Neuer und Johannes Rabl wurden am 14. November 2024 mit dem Denkmalschutzpreis 2024 des Landkreises Miesbach für die Sanierung des Forsthauses Valepp ausgezeichnet.



INTERVIEW MIT HOTELMANAGER UND INVESTOR JOHANNES RABL

Mit Leidenschaft und Tradition: *Die Renaissance des Forsthauses Valepp*

Investor Johannes Rabl spricht im Interview über die Wiederbelebung eines denkmalgeschützten Forsthauses und den mannigfaltigen Herausforderungen, die mit dem Projekt verbunden sind.

Von Thailand über die Malediven ins beschauliche Tegernseer Land: Johannes Rabl, ein erfahrener Hotelmanager und Geschäftsführer seiner eigenen GmbH, ist mit der Entwicklung von Hotel- und Gastronomiekonzepten bestens vertraut. Nun hat er sich einem ganz neuen Projekt gewidmet: der Wiederbelebung eines baufälligen Forsthauses

inmitten der bayerischen Voralpen, gelegen zwischen Tegernsee und Spitzingsee.

Gemeinsam mit seinem Nachbarn und Geschäftsfreund Manuel Neuer hat er sich der Vision verschrieben, einen ganz besonderen Ort zu kreieren und einen Pachtvertrag auf 99 Jahre geschlossen. Im August wurde nach zweijähriger Instandsetzung die Wiedereröffnung gefeiert.

Nun stehen ein Biergarten, eine Stube für die Bewirtung und zwölf Zimmer sowie zwei Apartments zur Übernachtung im neuen Forsthaus Valepp für Gäste bereit. Wir haben es besucht.

Herr Rabl, wir sitzen hier bei Ihnen im Biergarten im wunderschönen Tegernseer Tal an einem historischen Ort, umringt von Almwiesen und Berggipfeln, jedoch etwas abseits gelegen

von Bus und Bahn. Wie kommt man auf die Idee, an diesem abgelegenen Ort sechs Millionen Euro in ein denkmalgeschütztes Forsthaus aus dem Jahr 1841 zu investieren?

Ich war beruflich viel im Ausland unterwegs und wollte „über den Tellerrand schauen“. Mich hier beruflich niederzulassen war eine bewusste Entscheidung, da ich hier im Tegernseer Tal am glücklichsten bin. Seit 2015 beschäftige ich mich beruflich mit denkmalgeschützten Bestandsimmobilien mit dem Ziel, das, was schon da ist, mit Wertigkeit in die Zukunft zu transportieren. Den Nationalspieler Manuel Neuer und mich verbindet die Freude am Berg- und Radsport. Während eines Fahrradausflugs sprach er davon, dass er gerne gemeinsam mit mir eine Berghütte gemacht hätte. Wir haben dann bisschen darüber gesponnen, und als ein Bekannter mir von der Pachtmöglichkeit des Forsthaus Valepp erzählte, war das Interesse sofort geweckt. Die Abgabefrist für das Konzept war am nächsten Tag. Ich habe das Konzeptpapier noch in der Nacht erstellt und abgeschickt. Der Rest ist Geschichte.

Das klingt nach einer glücklichen Fügung...

Je mehr wir uns dann mit dem Thema „Valepp“ auseinandergesetzt haben, desto klarer wurde, welch besonderes Anwesen das ist und welche Aufgabe damit verbunden ist, es herrichten zu dürfen. Die Belastungen dabei waren enorm. Es hat unglaublich viel Geld gekostet und es war sehr schwer hier hinten zu bauen, mit der Straßenzufahrt, ohne Internet. Wir mussten allen Auflagen des Denkmal- und Naturschutzes gerecht werden und die richtigen Handwerker finden. Aber wir haben immer durch die Belastungen durchgeschaut und den Mehrwert dieser Aufgabe im Blick behalten. Jetzt sind wir mit der ersten Bauphase durch und sehr stolz auf das, was es geworden ist.

Hat das erste Konzept Stand gehalten?

Das Grundkonzept entspricht dem der Erstversion, die Geschichte des Hauses hat es vorgegeben. Wir wollten die Architektur und Gastlichkeit von damals erhalten, aber mit den Attributen

eines professionellen gastronomischen Betriebs des 21. Jahrhunderts versehen. Wir haben nur heimische Materialien verbaut, nur echte und wertige, kein Altholz, kein Fake. Unser Ziel war und ist es, das Valepp so aufzubauen, dass man versteht, dass man mit Regionalität, Nachhaltigkeit und Sensibilität trotzdem „sexy“ sein kann. Deshalb haben wir auch viel in die Markengestaltung und Kommunikation investiert. Selbst die Farbe, das Salbeigrün in unserem Haus und in der Kommunikation, kommt aus dem Haus. Wir haben das Treppenhaus durch Gutachten analysieren lassen. Die unterste Farbschicht hat das Salbeigrün ans Licht gebracht, das sich jetzt bei uns in der Gestaltung wieder findet.

Da sind Sie ja wirklich ins Detail gegangen...

Das Besondere an diesem Haus ist auf den ersten Blick die historische Aufgangstreppe – jeden Stein haben wir einzeln nummeriert, fotografiert, katalogisiert, abgebaut, hinterfangen und so wieder neu aufgebaut. Die 380

„Der Gast soll hier sitzen und sich denken: „Ich fühle mich hier irgendwie gut, ich bleibe noch länger sitzen.“

Balkonbalustraden wurden genauso einzeln behandelt und wieder aufgebaut. Wir haben jedes Detail per Hand aufbereitet – es war der helle Wahnsinn. Wir sind in ein Detail gegangen, das weit jenseits jeglicher Businesspläne liegt. Da war viel Leidenschaft dabei. Gestern habe ich eine E-Mail erhalten, in der steht, dass wir im November den Denkmalpreis vom Landkreis Miesbach verliehen bekommen, weil gesehen wird, wieviel in der Aufbereitung und den ausgewählten Materialien steckt. Das ging los beim historischen Dielenboden, der mühsam wieder hergerichtet wurde und endete beim

historischen Obergeschoss, das als Blockverband errichtet wurde, den wir quasi mit Zahnbürste und Marseiller Seife per Hand gereinigt haben. Und diese Liebe zum Detail wollen wir auch unserem Gast vermitteln.

Es gab eine Petition von Naturschützern und dem Landesverein für Heimatpflege und Widerstände seitens des Bauausschusses gegen das Projekt. Manuel Neuers und Ihrem Vorhaben wurden einige Steine in den Weg gelegt. Wie konnten Sie die Skeptiker überzeugen, der Wiederbelebung des Forsthauses eine Chance zu geben und wie sind Sie dabei selbst motiviert geblieben?

Grundsätzlich ist es so, dass die Petenten berechnete Sorgen hatten. Ich habe immer gesagt: Wenn alles so kommt, wie ihr befürchtet, macht das Sinn, wenn ihr schimpft. Aber das, was die Sorgen ausgelöst hat, hatten wir ja nie vor, also konnte ich beruhigt agieren und transparent argumentieren. Wir haben Fürsprecher gewonnen, aber werden auch weiterhin beäugt. Manuel Neuer war bei diesem Bauvorhaben fast auch Segen und Fluch zugleich. Als Weltstar und Sympathieträger ist er natürlich ein Türöffner – ich habe hier hinten einen ganzen Koffer an Autogrammkarten, wenn Kinder fragen. Und auf der anderen Seite gibt es Leute, die wollen einfach nicht, dass Manuel Neuer etwas behutsam und sensibel aufbaut und unterstellen per se, dass er nur kapitalistische Interessen im Sinn hat: „Der ist ein Fußballer, der hat keinen Tiefgang.“ Es gibt Leute, die sind einfach jeglicher Argumentation unzugänglich – die sagen, nein, das kann nicht sein, ich will nicht, dass das erfolgreich ist. Ich sag dazu: Ja mei, dann kommst halt nicht! Und was die gegenseitige Unterstützung angeht: Der Manuel strahlte genau die Ruhe aus, die er auch im Tor ausstrahlt. Er hat eine so gelassene Art, die mir die ganze Zeit über ein gutes Gefühl gegeben hat. Viele Verteidiger sagen ja, wenn er im Tor steht, spiele ich sicherer. Das Gefühl hatte ich auch und konnte dadurch dann nochmal dieses eine Prozent am Ende mehr rausholen. Ich bin umso glücklicher, dass wir den Prozess gut überstanden haben und dass alles passt.

Haben Sie mit dieser Art kritischer Stimmen gerechnet?

Ich habe damit gerechnet, dass es schwierig wird, aber dass es so schlimm wird, habe ich nicht erwartet. Alles, was ich habe, habe ich in dieses Haus gesteckt – mehr ging auch nicht. Wir sind durch verschiedene Phasen gegangen. Nachdem wir den Zuschlag bekommen haben, kam die Petition. Eine sehr politische Debatte. Dann kam die Bauphase, da haben die Leute teils schon argwöhnisch geschaut und Debatten eröffnet. Und dann haben wir eröffnet und dann kam dieser brutale Shitstorm aufgrund der Prei-

„Im Nachhinein muss man sagen, dass uns nichts Besseres hätte passieren können, in Deutschland kennt jetzt jeder das Forsthaus Valepp.“

se, der dann völlig ausgeartet ist. Irgendwann ging es auch nicht mehr um die Preise. Einerseits habe ich Drohbriefe von Leuten erhalten, die ich nicht kannte, aber gleichermaßen Zuspruch von Unbekannten erhalten, die ich auch nicht kannte.

Für mich hat es rein Garnichts mit Schickimicki zu tun, wenn ich wertige Produkte verkaufe. Meines Erachtens ist es nicht nachhaltig und regional, wenn ich ein Schwein aus der Massentierhaltung kaufe, nur um es günstig zu verkaufen. Bei uns gibt's regionale Ware, den Bergkäse aus dem Dorf und das Fleisch vom Jäger. Grad kam der Fischer – der kommt direkt vom Schliersee und fährt uns den frischen Fisch an. Das kostet halt a Geld. Aber ich bin mir sicher, dass die Wertschätzung kommen wird, wenn wir den Leuten bei ihrem Besuch erklären, dass ihr Aufenthalt eine Reise in die Vergangenheit, fast ein kulturhistorischer Besuch ist und wo die Wertigkeit bei dieser Sanierung liegt.

Ein paar Tage nach ihrer Eröffnung wurden kritische Stimmen laut, vornehmlich mit der Begründung, dass das Preis-/Leistungsverhältnis nicht stimmig sei. Was ist Ihre Meinung dazu?

Ich habe das genau analysiert, da es mich auch persönlich getroffen hat. Ich habe mir die Preisstrukturen anderer Hotels und Wirtschaften genau angesehen. Rein faktisch sind wir nicht teurer als die Umgebung. Tatsache ist, dass bei anderen Wirtschaften Manuel Neuer nicht dabei ist. Manche Leute meinen aufgrund dieser Tatsache, dass die Produkte fast verschenkt werden sollten. Für mich sind wir ein Gasthaus für Jedermann. Man geht auch nicht täglich essen. Und ein Besuch bei einer großen Fastfoodkette ist weder günstiger noch qualitativ vergleichbar. Mit dem Verfasser der „kritischen Wurstsalat-rezension“ bin ich mittlerweile im regen und

konstruktiven Austausch. So geht's halt auch. Wir haben Preise dann in Teilen angepasst, nicht weil sie falsch kalkuliert waren, sondern weil es mir wichtig war, die öffentliche Wahrnehmung wieder auf das Denkmal zu richten.

Meines Erachtens haben wir in Deutschland einen großen Fehler gemacht und die Preise in der Gastronomie über lange Jahre künstlich unten gehalten – auf Kosten des Tierwohls, auf Kosten der Angestellten und auf Kosten der Einrichtung. Jetzt ist das ungesunde Essen mit 7 Prozent Mehrwertsteuer besteuert und das wertige mit 19 Prozent, eine totale Themaverfehlung. Und wenn man bedenkt, dass die durchschnittliche Rendite in der deutschen Gastronomie bei drei Prozent liegt, dann sehe ich, was eine zwölfprozentige Differenz in der Mehrwertsteuer für negative Auswirkungen auf die Gastronomie hat. Da muss man als Staat einfach wissen, dass man einen Einfluss hat – das hätte ich niemals gemacht mit der Erhöhung der Mehrwertsteuer.

Was sind Ihre Learnings aus den letzten zwei Jahren der Instandsetzung und Betriebsaufnahme? Worauf muss man bei Eröffnung von so einem Betrieb achten?

Für mich war das Allerwichtigste im gesamten Entwicklungsprozess „Transparenz“. Wenn man nicht mit offenen Karten spielt und nicht proaktiv kommuniziert, können so viele Nebenkriegsschauplätze eröffnet werden, und sich Halbwahrheiten oder Fake News entwickeln, die man kaum mehr einfangen kann. Gerade die größten Skeptiker habe ich direkt zu Beginn eingeladen und mich mit ihnen zusammengesetzt. Wir sind nur erfolgreich, wenn der Zuspruch der allgemeinen Bevölkerung besteht und man wohlwollend miteinander umgeht. Und was den Denkmalschutz angeht – der ist immer eine Überraschungskiste. Hier kann ich weder skalieren noch ein Business ausbauen, wie man es vielleicht bei einer Hotelkette kann. Ich kann aber mit einer ganz klaren Idee gemeinsam mit den Behörden erstmal ein Vertrauensverhältnis aufbauen, sodass auch der Denkmalschutz sieht, wie ernsthaft und konsequent uns unser Anliegen und die spätere Umsetzung war.

EIN KURZER BLICK IN DIE GESCHICHTE

Die Siedlung Valepp entstammt dem 15. Jahrhundert. Über den Fluss „Valepp“ wurde Holz bis zu den Salinen in Rosenheim und Bad Reichenhall getriftet. Im Jahre 1683 wurde an dem Flussengpass, der Klause, eine Holzarbeiterunterkunft gebaut und später eine Kapelle errichtet. 140 Jahre später folgte das Forsthaus – zunächst als königliches Jagdhaus erbaut, wurde es bereits 1845 in einer Wiener Architekturzeitung als außergewöhnliches Baudenkmal beschrieben. Später änderte das Forsthaus seine Funktion, war Hospiz und Gästehaus. Sogar KZ-Häftlinge aus Dachau waren kurzzeitig untergebracht, um benachbarte Zollhäuser umzubauen. Nach dem Krieg als Wirtshaus genutzt, wurde es 2014 aufgrund eklatanter Brandschutzmängel geschlossen, bis Rabl und Neuer es über zwei Jahre aufwendig saniert und im August 2024 neu eröffnet haben.



„Manuel Neuer und ich sind nur ein Kapitel in der Geschichte des Hauses. Nicht das erste und nicht das letzte.“

Was planen Sie für die Saison ab 2025? Sind über den täglichen Betrieb hinaus auch Sonderveranstaltungen geplant?

Ja, und auch das gibt das Haus zumindest in Teilen vor. Wir haben am Frühstücksbuffet ein Abbild einer Zeichnung hängen, mit dem Titel „Kirchweih in der Valepp 1867“ und die

Zeichnung zeigt, wie die Leute tanzen und feiern. Deshalb haben wir die Eröffnung für die Öffentlichkeit am 15. August im Rahmen der Almkirchweih gefeiert. Da waren fast 1000 Leute da. Wir hatten oben an der Kirche einen Gottesdienst und hier unten Biergartenbetrieb – das war grandios! Dieser traditionelle Festtag der Almkirchweih bleibt jetzt

fest im Kalender. Im kommenden Mai planen wir eine Maiandacht und im Advent würde ich gerne ein Krippenspiel bei uns durchführen. Und natürlich kann man bei uns auch tagen oder in Kombination mit der Kapelle mal eine geschlossene Feier wie eine Hochzeit planen.

Die Valepp in einem Satz?

„Mia san d’Valepp“. Mia steht für alle die hier leben, die Bürger, die Einheimischen, die Beteiligten, die Mitarbeiter, die heimischen Handwerker, die Lieferanten, unsere Gäste, die uns besuchen. Die Valepp ist ein Bach, eine Almregion, die es nur hier gibt. Das heißt, verbunden mit der Heimat und der Natur, verbunden mit den Bürgern beschreibt es unsere drei Attribute, die wir während der Bauphase vor Augen hatten: Umweltschutz, Heimatschutz und Denkmalschutz.

Manuel Neuer und ich sind nur ein Kapitel in der Geschichte des Hauses. Nicht das erste und nicht das letzte. Wir haben gesagt, wir wollen genau hier einen Beitrag leisten und das muss sich am Ende auch rechnen, denn meine Mitarbeiter und ich leben davon. Unser Wunsch ist es, dass wir den Mia san d’Valepp-Gedanken weiterführen, sodass dieses Haus immer einen Platz in der Region hat. ☺

Das Interview führte
Sonja Viktoria Ruschke



Süße Herzelinos-Verführung von Burgis Knödelliebe.



Herzelinos® mit
Glühwein-Kirschen
und Lebkuchen-Crunch:
abscannen & nachkochen!



Burgis Herzelinos®
gibt's bei Kaufland!

Alkoholfreie Alternativen boomen

Genuss ohne Kompromisse



1 Verändertes Konsumverhalten

GESUNDHEITSBEWUSSTSEIN:

60 Prozent der europäischen Alkoholkonsumenten möchten ihren Konsum reduzieren; 58 Prozent sagen, es gebe zu wenige hochwertige Alternativen (IWSR Drinks Market Analysis)

FLEXIBILITÄT:

41 Prozent der Konsumenten wechseln je nach Anlass zwischen alkoholfreien/alkoholarmen und alkoholischen Getränken (IWSR, 2023)

BELIEBTHEIT BEI JÜNGEREN GENERATIONEN:

Millennials trinken 20 Prozent weniger Alkohol im Vergleich zu älteren Generationen (Drizly & IWSR)

60%

20%



2

Produktvielfalt und Kategorien

ESSIGBASIERTE GETRÄNKE:

Traditionelle und neue Essig-Getränke wie Shrubs und Switchel gewinnen an Popularität, insbesondere als Aperitif-Optionen

FERMENTIERTE GETRÄNKE:

Der Konsum von Kombucha und Wasserkefir steigt – alkoholreduzierte Getränke verzeichnen ein Wachstum von bis zu 9 Prozent (IWSR, 2022)

ALKOHOLFREIE ALTERNATIVEN:

Der Umsatz mit No/Lo-Produkten überschritt 2022 die 11 Mrd. USD-Marke und wird bis 2026 voraussichtlich um ein Drittel steigen (IWSR)

NEUE ANSÄTZE:

Proxies und Sparkling Teas werden zunehmend als weinähnliche Alternativen positioniert, vor allem im Food-Pairing-Segment

11 Mrd.
US \$



3

Geschmackliche Herausforderungen und Lösungen

AROMASTRUKTUR UND TEXTUR:

Entalkoholisierte Weine verlieren bis zu 20 Prozent ihrer Aromen durch den Alkoholentzug und wirken oft saurer; dies wird mit Süße und Kohlensäure ausgeglichen (DEHOGA)

INNOVATIVE LÖSUNGEN:

Kohlensäure und Tannine werden zur Intensivierung der Textur eingesetzt, besonders bei Weinalternativen und Sparkling Teas (IWSR)

NEUE PRODUKTIONSMETHODEN:

Vakuum-Destillation, Membranfilter und Schleuderkegelkolonnen werden eingesetzt, um Geschmack und Textur von alkoholischen Getränken zu simulieren (DEHOGA)

-20%

4

Marktentwicklung und wirtschaftliche Relevanz

WACHSTUM:

No/Lo-Produkte wachsen mit einer prognostizierten jährlichen Wachstumsrate von 7 Prozent zwischen 2022 und 2026 (IWSR)

NO/LO ALS NEUES SEGMENT:

Der Dry January 2024 führte zu einem Rückgang des Alkoholkonsums in der Gastronomie um 26,4 Prozent (DEHOGA)

ZIELGRUPPEN:

In Kanada wählen 35 Prozent der jungen Erwachsenen Restaurants nach dem Angebot an alkoholfreien Cocktails (DEHOGA)



5

Einfluss auf Gastronomie und Handel

FOOD PAIRING UND MENÜANPASSUNG:

Alkoholfreie Alternativen kommen in zehn führenden Märkten auf 70 Prozent der Gesamtmenge an No/Lo-Optionen und werden als vielseitige Menüergänzungen eingesetzt (IWSR)

UMSATZPOTENZIAL:

Bars steigern Gewinnspannen durch höherpreisige No/Lo-Cocktails, die zunehmend Softdrinks ersetzen (DEHOGA)

POSITIONIERUNG:

Alkoholfreie Alternativen finden verstärkt Einzug in die gehobene Gastronomie und bieten differenzierte Angebote zur Abgrenzung vom Wettbewerb (IWSR)



70%

DIGITALE TOOLS FÜR HOTELS

Softwarelösungen für eine optimale Guest Journey

Vom ersten Kontakt bis zur Rückkehr: Um die gesamte „Guest Journey“ erfolgreich zu gestalten, setzen Hoteliers zunehmend auf spezialisierte Softwarelösungen. Diese optimieren das Gästelerlebnis in jeder Phase – und steigern Umsatz und Gästebindung. Von Michael Oberhofer



Reisen ist trendiger denn je – und mit der Nachfrage wachsen die Angebote. Wie aber erreicht man potenzielle Gäste in der schier unüberschaubaren Masse der Hospitality-Anbieter in einer Zeit, die vorwiegend nach digitalen Lösungen verlangt? Lösungsansätze kennt die Branche viele, doch erfolgsversprechendes Marketing und ausgeklügeltes Consulting zielen auf eine umfassende Strategie: nämlich jene, alle Etappen der Guest Journey mit passenden Softwarelösungen zu bedienen, die untereinander Daten austauschen. Dass Gäste bereits als solche angesehen werden müssen, lange, bevor sie ein Hotel betreten, und die Interaktion mit ihnen noch vor der Entscheidungsfindung einsetzen muss, ist in der Branche mittlerweile selbstverständlich.

ZIELGRUPPENANALYSE UND PRE-STAY-PHASE: DIE GÄSTE ANSPRECHEN, BEVOR SIE BUCHEN

Um mit gezielten Marketingmaßnahmen die ideale Target Group bereits in der Pre-Stay-Phase anzusprechen, gilt es, vorweg eine akkurate Zielgruppenanalyse zu betreiben, etwa, indem man die anzusprechenden Sinus-Milieus ermittelt. Sind die passenden Gasttypen erst einmal definiert, muss der werbende Betrieb über die Suchmaschinen ihre Aufmerksamkeit gewinnen – etwa durch Meta Ads und eine gute SEO-Strategie –, anschließend sollen die potenziellen Gäste auf einer ansprechenden, userfreundlichen Hotelwebsite möglichst zur Buchung, mindestens aber zur Anfrage animiert werden. Spätestens hier setzt eine intensive Kommunikation mit dem noch unentschlossenen Gast ein. Dazu sind hochgradig personalisierbare, professionell gestaltete Korrespondenztools unverzichtbar, denn die Standards auf dem Markt sind hoch und Urlaubssuchende wollen nicht nur ein übersichtliches, überzeugendes Angebot erhalten, sondern auf dem gesamten weiteren Buchungsweg bis nach der Abreise begleitet werden.

VOM CHECK-IN BIS ZUM CHECK-OUT: DIGITALE HELFER FÜR DIE PERFEKTE ONSTAY-EXPERIENCE

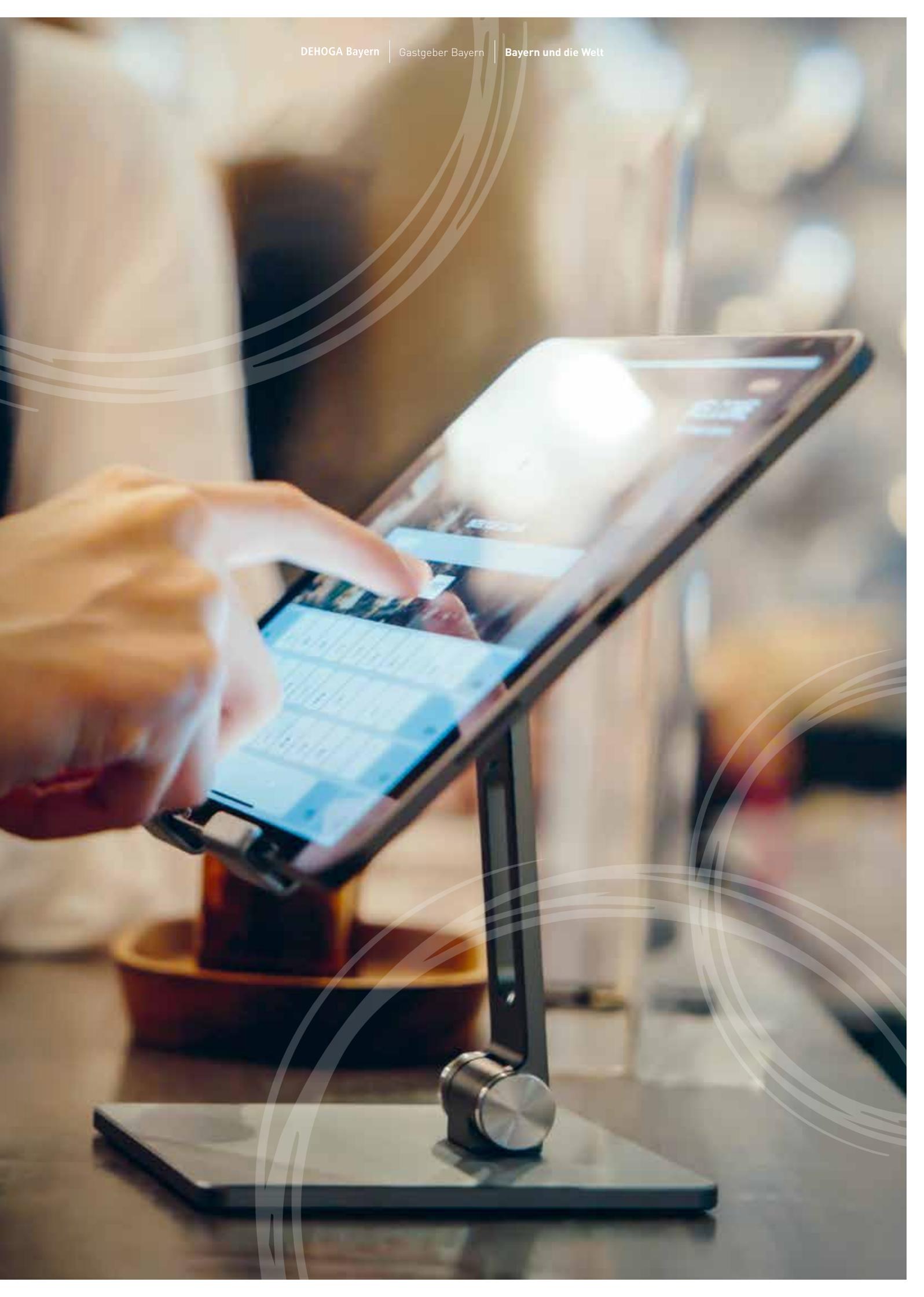
Ist der Gast erst einmal im Haus, ist exzellenter Service die Mindestanforderung, denn auch in der Onstay-Phase können Softwarelösungen zu einem optimierten Urlaubserlebnis einerseits und zum Cross-Selling andererseits beitragen: Vom Infoscreen mit Wochenprogramm bis zum zusätzlichen Verkauf von Wellnessleistungen managen hospitalityspezifische Softwaretools alles, was Hoteliers den Arbeitsablauf erleichtert – und den Umsatz erhöht.

NACH DEM AUFENTHALT: GÄSTEBINDUNG DURCH LOYALITÄTSPROGRAMME UND PERSONALISIERTE KOMMUNIKATION

Gästebindung ist alles, und so sorgen Reminder-Mails, Loyalty-Maßnahmen und Online-Voucher dafür, dass zufriedene Gäste wiederkehren – wenn der Aufenthalt die Erwartungen übertroffen hat. Dafür ist nach wie vor der menschliche Faktor verantwortlich: Herzlichkeit und Gastfreundschaft überzeugen noch immer.

Michael Oberhofer

ist Inhaber & Geschäftsführer bei Brandnamic



IDEEN FÜR DIE BRANCHE VON MORGEN

INTERNORGA 2025:

DIE PLATTFORM FÜR TRENDS UND INNOVATIONEN IM GASTGEWERBE

Die INTERNORGA 2025, die führende Fachmesse für den gesamten Außer-Haus-Markt, öffnet vom 14. bis 18. März in Hamburg ihre Türen und versammelt die bedeutendsten Akteure der Branche. Unter dem Motto „Wo Trends laufen lernen“ dient die Messe als Plattform für zukunftsweisende Konzepte, innovative Technologien und Produkte, die das Gastgewerbe und den gesamten Außer-Haus-Markt revolutionieren können.

Der gesellschaftliche Wandel bringt neue Herausforderungen und Chancen mit sich, etwa die steigende Nachfrage nach nachhaltigen, regionalen Produkten und die zunehmende Digitalisierung. Die INTERNORGA setzt hier an und zeigt Inspirationen sowie praxisnahe Lösungen, die auf die Trends der Zukunft abzielen. Ob es sich um die neuesten Entwicklungen in pflanzenbasierter Ernährung, nachhaltige Verpackungslösungen oder digitale Tools zur Optimierung von Abläufen handelt – die Messe liefert einen umfassenden Überblick über die wichtigsten Trends und Innovationen.

Ein Höhepunkt der INTERNORGA 2025 ist das umfangreiche Rahmenprogramm. Die renommierten Awards, wie der INTERNORGA Zukunftspreis, der NEXT CHEF AWARD und der Deutsche Gastro-Gründerpreis, rücken visionäre Ideen und herausragende Persönlichkeiten in den Vordergrund. Der INTERNORGA Zukunftspreis ehrt Unternehmen, die sich durch Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung auszeichnen, der NEXT CHEF AWARD bietet Nachwuchstalente im Kochberuf eine Bühne, und der Deutsche Gastro-Gründerpreis zeichnet kreative Gründungsideen aus, die das Potenzial haben, die Branche maßgeblich zu beeinflussen.

Mit der OPEN STAGE bietet die INTERNORGA eine zentrale Bühne, auf der Fachvorträge, Diskussionsrunden und Best-Practice-Beispiele präsentiert werden. Hier teilen Branchen-Expertinnen und -Experten ihre Erfahrungen und ihr Wissen und bieten Einblicke in aktuelle Entwicklungen sowie konkrete Lösungen für die Praxis. Die OPEN STAGE schafft so einen Raum für Inspiration und Wissenstransfer, der für alle Messebesuchenden kostenlos zugänglich ist.



© Hamburg Messe und Congress

Durch das vielfältige Programm und die zahlreichen Networking-Formate wie die Afterwork-Lounge OFF THE RECORD wird die INTERNORGA 2025 zum Treffpunkt für Austausch, Wissensvermittlung und Inspiration – eine Plattform, die die Branche auf die Zukunft vorbereitet.

**INTER
NORGA**

**14. – 18.3.
2025**

**Jetzt
Tickets
sichern!**

internorga.com



**WO
TRENDS
LAUFEN
LERNEN.**



EIN GESPRÄCH AM STILLEN ÖRTCHEN

DAS GESCHÄFT

mit dem Geschäft

„Stille Stars“ – so nennen wir unsere neue Rubrik im Gastgeber Bayern Magazin. Zwischen Sterneköchen, Politikern und VIPs aus Kunst, Kultur, Wissenschaft und Sport kommen hier jene zu Wort, die sonst im Hintergrund verschwinden – und doch so wichtig sind für das gute Gelingen im Gastgewerbe.

„Ich bin hier schon seit 18 Jahren“, sagt er und lehnt sich selbstbewusst zurück. Zu Besuch bei einem Urgestein der Münchner Club-Szene: Stanko Jovanovič. Und für alle, die jetzt in ihrem Gedächtnis suchen, ob sie den Namen kennen: Nein, er ist kein Gastro-Mogul, kein VIP der Münchner Schickeria. Stanko hütet als „Klomann“ die Toiletten im Schlagergarten. Das Tanzlokal ist fester Bestandteil der Münchner Club-Szene. Und Stanko ist fester Bestandteil im Schlagergarten. Seine Heimat ist eigentlich Bosnien, aber „der blöde Krieg hat mich vertrieben.“

Er hat Hotelfachmann gelernt und kann mit Gästen gut umgehen – auch wenn's mal schwierig wird. Ein echter Vorteil in seinem Job. Denn zwischen Alkohol und Feierlaune gibt's auch Reibereien. „Die Männer lasse ich nicht mit ihren Getränken auf's Klo. Wenn's Schlägereien gibt, ist das Verletzungsrisiko viel höher – und ich hab' mehr zu tun beim Aufräumen mit den Scherben.“

FRAUEN MACHEN MEHR ARBEIT

Frauen dürfen Getränke zwischen Toilette und Waschbecken balancieren, aber: „Sie pinkeln öfter daneben und verwenden viel mehr Papier.“, gibt Stanko mit einem kleinen Seufzer bekannt. Was überrascht: „Männer geben mehr Trinkgeld als Frauen. Doch grundsätzlich gibt es heute weniger Trinkgeld als früher. Die meisten haben bloß noch Karten zur Zahlung dabei, da ist dann nichts für Menschen wie mich in der Geldbörse.“

Anspruchsvolle oder alkoholisierte Gäste bringen Stanko nicht aus der Ruhe. Er hat als Hotelfachmann in schicken Hotels am Tegernsee gearbeitet, in Clubs wie dem Pacha oder als Servicekraft auf dem Oktoberfest. „Da gab es immer gutes Trinkgeld.“ Sein Onkel hatte früher den Platz neben den Toiletten im Schlagergarten inne. Als dieser krank wurde, sprang Stanko ein – und blieb. „Das ist ein interessanter Job, auch wenn's mal bis 7.00 Uhr morgens dauert. Das Beste ist, wenn mir zwischendurch Bussis von den Frauen zufliegen“, sagt er und lächelt verschmitzt.

Auf Toiletten wird allerlei vergessen: Diverse Smartphones hat Stanko schon aus den Klokabinen gefischt. Er hütet sie, bis der Besitzer auf seiner eigenen Nummer anruft. „Das dauert manchmal erstaunlich lange. Aber dann vereinbaren wir ein Treffen, wo ich ihm das Teil zurückgebe.“

PROMINENTE GÄSTE? JA. TRINGKELD? NEIN.

Trifft er denn manchmal auch prominente Gäste? „Ja, mal Fußballer oder Sänger. Aber: Die geben kein gutes Trinkgeld.“ Die Wertschätzung für seinen Job sei früher ohnehin größer gewesen. Aber er ist immer noch mit Spaß und Charme dabei. Club-Besucher bekommen bei ihm eine süße Stärkung, besonders seine Apfelringe sind unter Gästen bekannt. Doch: „Alles wird teurer.“ Wer weiß, wie lange noch Knabberereien auf die Gäste warten. (jj) 

STILLE
STARS 





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



DEHOGA-
**Trend-Tour
Amsterdam**
nachhaltig und sexy
16. bis 17. Oktober 2025
BTG

BESONDERE GASTRONOMISCHE KONZEPTE UND INSPIRATIONEN

AUF ENTDECKUNGSTOUR DURCH WIEN UND MÜNCHEN

Isabella Hren, Vorstand der Bayerischen Gastgeber AG und Geschäftsführerin der Bayern Tourismus Marketing GmbH (BTG), berichtet über die Erlebnisse zweier Trend-Touren. Besonders spannend ist, was die Außergewöhnlichen eint, was die Teilnehmenden begeistert hat und was nachahmenswert ist.

Die Bayern Tourist GmbH (BTG) organisierte zwei Trend-Touren: Zum einen die DEHOGA-Trend Tour mit Unternehmern nach Wien. Zum anderen eine Tour in München, für das sich das Team der BTG einen Tag Auszeit nahm, um einzigartige Konzepte zu entdecken und neue Inspirationen zu finden. Die Erfahrungen der beiden Trend-Touren wurden im Anschluss analysiert und die Faktoren für außergewöhnliche Konzepte zusammengefasst. Alle Unternehmer sind kreativ, setzen ihre Ideen mit hohem Qualitätsanspruch und Detailgrad um. Die weiteren gemeinsamen Nenner sind, dass sie professionell planen und bereits im Vorfeld großes Knowhow besitzen. Dazu kommt: Sie begeistern sich absolut für die tägliche Arbeit in den Betrieben.

AM ANFANG STEHT DIE IDEE UND EINE GESCHICHTE, DIE FASZINIERT

Stichwort „Auszeit“: Um außergewöhnliche Ideen zu kreieren braucht man Inspiration, einen erweiterten Radius, neue Blickwinkel. Die Startlinie war im Dialog mit den besuchten Unternehmen tatsächlich sehr individuell und reichte von der spontanen Idee über einen lang gehegten Traum bis hin zur familiären Betriebsübernahme. So hat sich beispielsweise ein junges Paar auf Asienreise in die Kultur der Zubereitung von Matcha verliebt. Mittlerweise führen sie mit Matcha Rina ein erfolgreiches Concept-Café im Showroom eines Luxusautoherstellers am

Odeonsplatz in München. Geeint hat alle Konzepte, dass sie von Beginn an eine interessante Geschichte zu erzählen hatten und das auch aktiv in den Betrieben tun. Ob persönlich im Dialog mit den Gästen, auf den Web- und Social-Media-Seiten, auf Speisekarten oder auf exzeptionelle Art in den Objekten: Im Sacher in Wien zum Beispiel, wo am Ende des 19. Jahrhunderts erstmals eine Frau ein Hotel führte und dieses zur Institution etablierte. Nachfolgende Generationen haben das Erbe der Geschichte bewahrt, sich dennoch stets weiterentwickelt und dabei einer Torte zu Weltruhm verholfen. Oder der kleine Laden „Satt und gut“, wo man ausschließlich vegane Produkte aus der Region direkt von den Erzeugern bezieht und dazu vieles über deren Geschichten erfährt. Beispielsweise die Jung-Landwirte und Brüder Knab, die im Münchner Umland nach mehrfachen Versuchen erfolgreich bayerischen Quinoa anbauen und somit das Superfood regional ermöglichen.

ERFOLGSSTRATEGIE: NEUGIERDE WECKEN UND ÜBERRASCHUNGSMOMENTE KREIEREN

Viele Menschen haben sich ihre kindliche Neugierde bewahrt und sind begeistert, wenn sie als Gäste Neues und Außergewöhnliches entdecken können. Das war auch bei den Trend-Tour-Teilnehmern spürbar, als beispielsweise abends in einer Seitenstraße ein Getränkeautomat auf zauberhafte Weise aufging und den Gästen Eintritt in eine versteckte

Bar bot. Oder in dem Moment, wenn der verrückte Eismacher in seinen Läden in märchenhafte Welten entführt und experimentelle Eissorten wie „Currywurst“ anbietet.

KOMPROMISSLOS IM KONZEPT – SPEZIALISIERUNG IST TRUMPF

Imponiert hat in den Locations der Detailgrad, mit dem die Unternehmer ihr Konzept leben und in jeden Winkel und damit an die Gäste bringen. Unter dem Motto „From Roof to Table“ wird im Mura Farmhouse mitten in München auf einer Dachterrasse frisches Gemüse angebaut, das sich wenige Stockwerke tiefer hochwertig am Teller präsentiert. Oder ein junger ambitionierter bayerischer Koch, dessen Eltern argentinische Wurzeln haben, der regionale hochwertige Lebensmittel mit klassischer argentinischer Zubereitungsmethode „asado“ in seinem Restaurant Parasado zur Perfektion bringt. Diese Methode ist eine Art Grillen oder Barbecue, bei dem verschiedene Fleischsorten – typischerweise Rind, Schwein, Lamm und Huhn – langsam über einem offenen Feuer oder Holzkohle gegrillt werden.

Auch die hohe Qualität in der Einfachheit hat überzeugt. In Wien am bekannten Würstlstand zum Beispiel: Er zeigt, wie bescheiden eine Delikatesse sein kann. Oder die berühmten Brote von Tresznjewski am Stehtisch an der Straße, die man mit einem Pfiff Bier genießt. Die Brötchen sind seit 1902 Kult(urgut), haben sich über ein Jahrhundert kaum verändert und sind dabei von gleichbleibender Güte.

LEIDENSCHAFT TOTAL - GEPAART MIT BRANCHENSTOLZ

Der gemeinsame Nenner der erfolgreichen, trendigen Unternehmen ist ganz klar die Leidenschaft für den Beruf des Gastgebers, für Produkte, den eigenen Betrieb und für die Menschen. Sie haben für sich ihr eigenes „Warum“ definiert, leben und kommunizieren es jeden Tag. Ein Beispiel ergab sich im Dialog mit dem enthusiastischen Restaurantleiter der Wiener Institution „Schwarzes Kameel“. Er arbeitet seit mehr als 30 Jahren im selben Betrieb und liebt es. Ins Schwarze Kameel gehen ältere Menschen genauso wie deren Enkel, um miteinander zu reden, zu genießen und zu feiern.

Das Konzept „Balan Deli“ in München wiederum zeigt, wie Inklusion gelingen kann. Der Betrieb beschäftigt zu 50 Prozent Mitarbeiter mit Handicap, was sehr gut funktioniert. Damit beweist Balan Deli, wie gemeinsam viele Barrieren überwunden werden können. Dieses Engagement wird von den Gästen honoriert, kommentiert und weiter erzählt. ☺

STARKER START – STARKER PARTNER: HOGA HOTEL- UND GASTSTÄTTENBERATUNGSGESELLSCHAFT

- Markt- Standortanalysen
- Business-Pläne
- Konzeptberatung
- Bankunterlagen
- Geförderte Vorgründercoachings

Dienstleistungen der Bayern Tourist GmbH

ZERTIFIZIERUNGEN & KLASSIFIZIERUNG

QUALITÄT MACHT DEN UNTERSCHIED

- Hotelsterne
- Ausgezeichnete Genussküche & Bierkultur sowie Festzelt
- Motorradfreundliche Betriebe
- iMarke Zertifizierung für Tourist Informationen
- ServiceQualität Deutschland
- Wohlfühl-Siegel
- Reisen für Alle

QUALIFIKATION

AUS- UND WEITERBILDUNGSPROGRAMM

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

KOOPERATIONEN

STARKE PARTNER AN DER HAND

- Qualitätsgeprüfte Partnerfirmen
- Gewinnbringende Kooperationen
- Innovationen und Informationen
- Veranstaltungen
- Vorteile auf einen Blick:

www.dehoga-branchenpartner.bayern

BERATUNGS-SERVICE

MEHR WISSEN, MEHR ERFOLG

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

EFFIZIENTE ARBEIT MIT DEM STEUERBERATER

SO MINIMIEREN GASTSTÄTTENBETREIBER RISIKEN BEI BETRIEBSPRÜFUNGEN



Karin Maurer und Dr. Peter Leidel von der Kanzlei Leidel & Partner sind Mitglieder beim Landesverband der steuerberatenden und wirtschaftsprüfenden Berufe in Bayern e. V. (LSWB). Sie geben in ihrem Beitrag praxisnahe Tipps, wie Sie durch Digitalisierung und moderne Technologien Ihre Betriebsführung optimieren können.

Als Gaststättenbetreiber stehen Sie vor vielfältigen Herausforderungen – von der täglichen Organisation bis zur Einhaltung steuerlicher Pflichten. Eine effiziente Zusammenarbeit mit Ihrem Steuerberater erleichtert den Betrieb und minimiert Betriebsprüfungsrisiken. Dieser Beitrag stellt praxiserprobte Maßnahmen vor, die Ihnen helfen, eine erfolgreiche Zusammenarbeit sicherzustellen und Ihr Unternehmen optimal auf eine Betriebsprüfung vorzubereiten.

Die Einführung einer digitalen Buchführung spart Zeit und verringert Fehlerquellen. Ein zentraler Punkt ist dabei die revisions sichere Aufbewahrung auf digitalem Weg erhaltener Belege. Achten Sie darauf, dass neben Jahresabschlüssen, Inventuren und Buchungsbelegen auch Speisekarten, Zimmerpreislisten sowie

Arbeitsanweisungen, Bedienungsanleitungen und Programmierprotokolle für Kassensysteme (auch für nicht mehr im Einsatz befindliche) vorhanden sind. Äußerst hilfreich und prüfungsverkürzend sind Verfahrens anweisungen, insbesondere für den Bargeldverkehr.

MANIPULATIONSSICHERE KASSENSYSTEME UND E-RECHNUNGS- PFLICHT: WAS BETREIBER WISSEN MÜSSEN

Die Kassenführung ist ein sensibler Bereich in der Gastronomie und wird daher genau geprüft. Seit 2017 dürfen nur noch elektronische Kassensysteme genutzt werden, die Einzeldaten speichern; seit 2020 müssen diese manipulationssicher und mit einer zertifizierten technischen Sicherheitseinrichtung (TSE) ausgestattet sein. Ab dem 1. Januar 2025 müssen neu eingeführte Kassensysteme dem Finanzamt

gemeldet werden. Bereits bestehende Kassen müssen bis zum 31. Juli 2025 nachgemeldet werden. Wichtig ist auch die optimale Nutzung der Schnittstellen zwischen Kassensystemen und anderen Systemen wie Buchhaltungssoftware, Warenwirtschaftsprogrammen oder Reservierungssystemen. Dies reduziert manuelle Fehler und sorgt dafür, dass relevante Daten konsistent und zentral verfügbar sind.

Ein bedeutender Schritt Richtung Digitalisierung ist die Einführung der E-Rechnungspflicht, die ab 2025 in Deutschland umgesetzt wird. Ab dem 1. Januar 2025 müssen alle Unternehmen in der Lage sein, E-Rechnungen zu empfangen und zu verarbeiten. Für Hotel- und Gaststättenbetreiber bedeutet dies, dass sie ihre bisherigen Rechnungsprozesse anpassen müssen, inklusive der Integration geeigneter Softwarelösungen zur Erstellung,

Versendung und Verarbeitung von E-Rechnungen. Die Ausstellung von E-Rechnungen wird ab 2027 (bzw. 2028) für den B2B-Bereich verpflichtend. (Ausgangs-)Rechnungen können bis dahin weiterhin in herkömmlicher Form, z. B. im PDF-Format, erstellt werden, der Empfang und die revisions sichere Archivierung müssen jedoch bereits ab dem 1. Januar 2025 gewährleistet sein. Die Umstellung bietet aber auch Vorteile: Die Automatisierung reduziert Bearbeitungszeit und Fehlerquote, beschleunigt die Verarbeitung von Eingangsrechnungen und ermöglicht eine bessere Übersicht über Verbindlichkeiten und mögliche Skonti.

MITARBEITERDOKUMENTATION UND KI: SO GELINGT DER SPRUNG IN DIE ZUKUNFT

Die lückenlose Dokumentation der Arbeitszeiten Ihrer Mitarbeiter ist aus arbeits- und steuerrechtlicher Sicht von großer Bedeutung, insbesondere bei Minijobbern und Aushilfen. Nur mit einer genauen Zeiterfassung kann sichergestellt werden, dass die Verdienstgrenze nicht überschritten wird. Achten Sie zudem auf die Umsetzung der Mindestloohnerhöhung und die korrekte Erfassung von Sonn-, Feiertags- und Nachtzuschlägen. Lückenhafte oder fehlerhafte Dokumentationen können Nachzahlungen und Strafen nach sich ziehen. Setzen Sie auf digitale Zeiterfassungssysteme, die eine transparente Dokumentation ermöglichen. Dies erleichtert die Berechnung der Lohnnebenkosten und minimiert das Risiko von Nachforderungen.

Neben der Erfassung ist die Aufbewahrung der Arbeitszeitdokumentationen für mindestens zwei Jahre entscheidend. Eine ordnungsgemäße Dokumentation erleichtert die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften und hilft, Streitigkeiten mit Mitarbeitern zu vermeiden. Die enge Abstimmung mit Ihrem Steuerberater ist der Schlüssel zum Erfolg. Künftig wird der Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) in der Steuerberatung zunehmen. KI kann Buchhaltungsprozesse automatisieren, Anomalien erkennen und steuerliche Optimierungspotenziale identifizieren. Proaktive Kommunikation mit Ihrem Steuerberater ist unerlässlich, um die Vorteile dieser Technologien zu nutzen und steuerliche Risiken zu minimieren.

FAZIT

Eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit Ihrem Steuerberater erfordert Vorbereitung und Disziplin, doch der Aufwand lohnt sich. Durch strukturierte Buchführung, den Einsatz moderner Technologien und eine enge Abstimmung mit Ihrem Steuerberater können Sie die Effizienz Ihrer betrieblichen Abläufe steigern und das Risiko bei Betriebsprüfungen erheblich reduzieren. Mit der Digitalisierung von Prozessen, der Einführung der E-Rechnung sowie der Nutzung von KI schaffen Sie die Grundlage für ein langfristig erfolgreiches und sicheres Unternehmen.

HOGA

DIE GASTGEBERMESSE

FACHMESSE
Hotellerie Gastronomie & GV

12.-14. Januar 2025
Messe Nürnberg

- INNOVATIV
- VERNETZEND
- NACHHALTIG

Jetzt Tickets sichern!
€20 statt €30



HOGA-MESSE.DE



RECHTSBERATUNG

HOTELBUCHUNG STORNIERT: WAS ES ZU BEACHTEN GILT

Stornierungen von Hotelbuchungen sind für Hotelbetriebe ein täglicher Vorgang. Nicht selten sind sie auch Gegenstand von Meinungsverschiedenheiten zwischen Hotel und Gast, die häufig vor Gericht enden. Zentral ist die Frage, ob der Gast seine Reservierung stornieren konnte und welchen Betrag der Hotelbetreiber noch von ihm verlangen kann. Von Patricio Ortega

Mit der Buchung der Hotelunterkunft schließen Hotelbetrieb und Gast einen Beherbergungsvertrag. Die Rechtsprechung sieht hierin im Wesentlichen einen Mietvertrag mit einigen zusätzlichen Elementen, wie etwa Dienstleistungs- und Kaufelementen. Der Hotelbetrieb muss somit dem Gast die Mietsache, also

das Hotelzimmer, zur Verfügung stellen. Der Gast muss den Mietpreis, also den Übernachtungspreis, bezahlen. Problematisch wird es, wenn es zu Störungen des Vertragsverhältnisses kommt. Solche können ihre Ursache sowohl auf Seiten des Gastes haben, etwa wenn er bei seiner Anreise verhindert ist, wie auch seitens des Hotelbetriebs, wenn das reservierte Zimmer nicht nutzbar oder das Hotel überbucht ist. Wie

derartige Störungen rechtlich zu behandeln sind, ist im Wesentlichen bekannt.

Darüber hinaus können Störungen auch von außen die Durchführung des Vertragsverhältnisses beeinträchtigen. Die Coronapandemie hat dies sehr nachhaltig gezeigt. In dieser Zeit ergab sich häufig die Situation, dass der Gast die Übernachtungsleistung in Anspruch neh-

men und der Hotelbetrieb ihm das reservierte Zimmer auch überlassen wollte, aber eine Übernachtung dann doch nicht möglich war. Zudem ergab sich aufgrund behördlicher Coronaauflagen die Situation, dass für den Gast der Grund seiner gebuchten Übernachtung schlicht entfiel.

Der Bundesgerichtshof (BGH) musste jetzt über einen Fall entscheiden, bei dem ein Unternehmen für acht seiner Mitarbeiter Zimmer in einem Hotel in Hannover gebucht hatte, damit diese an der Hannover-Messe 2020 teilnehmen konnten. Diese Messe wurde aufgrund der Corona-Anordnungen zunächst verschoben, dann schließlich ganz abgesagt. Das Hotel hatte eine Vorauszahlung des gesamten Übernachtungspreises verlangt und auch erhalten. Aufgrund der Reservierung zur Zeit der Messe hatte das Hotel einen erheblich höheren Zimmerpreis verlangt, der drei Mal so hoch war wie der übliche. Nachdem die Messe nicht stattfand, verlangte das Unternehmen die geleistete Übernachtungszahlung von 15.440 Euro zurück.

Der BGH bestätigte in seinem Urteil die Entscheidung des Oberlandesgerichts (OLG) Celle. Dieses hatte den Hotelbetrieb zu einer Rückzahlung des hälftigen Betrags verurteilt. In seiner Entscheidung hält der BGH fest, dass das Nutzungsrisiko grundsätzlich auf Seiten des Hotelgastes liegt. Kann er die gebuchte Übernachtung nicht wahrnehmen, liegt das Risiko allein auf seiner Seite und er muss das gebuchte Zimmer auch bezahlen. Hieran ändert auch nichts, dass der Hotelbetreiber den Grund der Übernachtung in seinem Haus

kennt und weiß, dass der Übernachtungsgrund weggefallen ist. Dies gilt also auch in Fällen, in denen eine Großveranstaltung, wie eine Messe oder ein Großkonzert, abgesagt werden.

Anders kann es jedoch zu beurteilen sein, wenn auch seitens des Hotelbetriebs eine Anknüpfung zu diesem Großereignis vorgenommen wird. Typischerweise, wie auch im entschiedenen Fall, geschieht dies durch eine Anhebung des Übernachtungspreises, hier dem rund Dreifachen des sonstigen Preises. Mit einer solchen Bezugnahme des Hotelbetreibers auf das Ereignis, indem er den erhöhten Übernachtungspreis als ‚Messepreis‘ oder ‚Messetarif‘ rechtfertigt, schafft es eine eigene Anknüpfung an dieses. Das Hotel zeigt hierdurch, dass es die gebuchte Übernachtung nicht als Übernachtung wie jede andere sieht, sondern als eine, die zumindest in einem Zusammenhang mit dem Ereignis steht.

Fällt dieses Ereignis, wie hier die Hannover-Messe, dann weg, kommt es hierdurch zu einer Störung der Geschäftsgrundlage gemäß § 313 Abs.1 BGB. In Folge ist das Vertragsverhältnis anzupassen. Das Verwendungsrisiko liegt nunmehr nicht mehr ausschließlich auf Seiten des Gastes, sondern ist unter Berücksichtigung der Aspekte der Risikoverteilung aufzuteilen. Hier spielen besondere Aspekte der Risikozurechnung und Risikonutznießung eine Rolle, wonach der Hotelbetrieb aus einem bestimmten Umstand, hier der Durchführung einer Messe, einen besonderen eigenen Nutzen gezogen hätte. Damit war der Hotelbetrieb hier ebenfalls am Risiko des Ausfalls der Messe zu beteiligen.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass Hotelbetriebe im Fall von Stornierungen weiterhin grundsätzlich einen Anspruch auf die Bezahlung der Zimmer haben (unter Anrechnung ersparter Aufwendungen). Dies gilt auch, wenn sie den Zweck der Übernachtung des Hotelgastes kennen und wissen, dass dieser Zweck der Übernachtung für den Gast weggefallen ist. Bezieht sich das Hotel jedoch bei Vertragsschluss selbst auf das Ereignis, insbesondere indem es einen deutlich höheren Zimmerpreis verlangt, so hat es im Fall des Ausfalls dieses Ereignisses das damit verbundene Risiko mitzutragen, mit der Folge, dass es zwischen dem Hotelbetrieb und dem Gast zu einer Aufteilung des Verwendungsrisikos kommt. Der Übernachtungsbetrieb kann dann vom Gast zumindest nicht mehr den vollen erhöhten Übernachtungspreis verlangen. Dies gilt es bei der Bemessung von sogenannten ‚Messepreisen‘ und ähnlichem zu bedenken.



Patricio Ortega
ist Syndikusanwalt beim DEHOGA Bayern

Im Programm u. a.:

Mo, 03. und Di, 04.02.

> **Kochen mit Nachwuchsköchen**
der Hotelfachschulen Passau
und Viechtach

> **Hygieneseminare**
(Mit Zertifikat! Gilt als Nachweis
gem. Infektionsschutzgesetz)

11. GAST+KÜCHE

Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung

03. + 04. Februar 2025

in der 3-Länderhalle in Passau

Neues für Gastronomie & Hotellerie

Kartenbestellungen
für Fachpublikum
und
Anmeldung zum
Hygieneseminar
auf der Homepage

TECHNIK ESSEN TRINKEN SERVICE

www.gast-kueche.de

INNOVATIVE GETRÄNKE

NEUER LOOK UND NEUER GESCHMACK: URQUELL LEMON

Seit April gibt es das Bio-Mineralwasser Rheinfels Urquell mit Geschmack, aber ohne Zucker und Süßungsmittel. Abgefüllt mit durch die Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser zertifiziertem Rheinfels Urquell und mit dem EU-Bio-Siegel versehen, erfrischt der feinerliche Newcomer Urquell Lemon mit Zitronenextrakt aus kontrolliert ökologischem Landbau. Neben den Rheinfels Urquell Bio-Mineralwässern leicht perlend und still gibt es Urquell Lemon in der 0,33 Liter Longneck-Mehrweg-Glasflasche im 24er Mehrwegkasten.

„Wir haben uns für die 0,33 Liter Longneck-Mehrweg-Glasflaschen entschieden, da wir mit ihr bereits sehr gute Erfahrungen bei der Zielgruppe des Außer-Haus-Marktes gemacht haben“, erklärt



Olaf Hartmann. „Es bietet eine stärkere Sortendifferenzierung auf den ersten Blick.“

Doch das neue, hippe Design der Mehrweg-Glasflasche ist nicht die einzige Änderung. Mit der Geschmacksrichtung Urquell Lemon kommt der familiengeführte Mineralbrunnenbetrieb dem Trend nach Mineralwasser mit Geschmack erstmalig auch mit seinem Urquell Bio-Mineralwasser nach. „Insbesondere die jüngeren Zielgrup-

pen suchen stets nach attraktiven Alternativen. Mit unseren zuckerfreien, zertifizierten Bio-Produkten bieten wir insbesondere dem Außer-Haus-Markt eine perfekte Lösung“, so Hartmann. Abgefüllt mit Quellsäure verbindet Urquell Lemon perfekt die quelleigenen Besonderheiten von Urquell Bio-Mineralwasser und die herbe Frische des Zitronenextrakts aus ökologischem Landbau: Eine leckere Alternative, die neugierig macht.



GAST 2024

FRISCHELIEFERANT KRÖSWANG BEGEISTERT MIT MESSEAUFTTRITT

Mit einem grandiosen Messeauftritt untermauerte KRÖSWANG auf der diesjährigen „Alles für den Gast“ eindrucksvoll seine Position als Innovationsführer in der Branche. Auf 300 Quadratmetern präsentierte das Traditionsunternehmen über 4.000 Besuchern nicht nur kulinarische Höchstleistungen und eine Vielfalt an Produkten, sondern feierte gleichzeitig sein 50-jähriges Firmenjubiläum mit einer exklusiven Standparty.

Der neue KRÖSWANG Patisserie-Stand erwies sich als wahrer Besuchermagnet. Mit außergewöhnlichen Dessert-Kreationen setzte das Unternehmen neue Maßstäbe und unterstrich damit einmal mehr seinen Ruf als Innovationstreiber der Branche. Die überwältigende Resonanz spiegelte sich in beeindruckenden Zahlen wider: Insgesamt verwöhnte das KRÖSWANG-Team seine Besucher mit 2.500 Tassen Kaffee sowie pro Tag jeweils 1.000 servierten Vor- und Hauptspeisen. Über 50 KRÖSWANG-Mitarbeiter sowie Service- und Küchenkräfte, sorgten für einen reibungslosen Ablauf und boten den Messebesuchern kompetente Beratung zu den neuesten Produktinnovationen.



GAST 2024: KRÖSWANG-STAND ALS PUBLIKUMSMAGNET

Den glamourösen Höhepunkt bildete die exklusive Geburtstagsfeier am Messestand: 700 geladene Gäste feierten gemeinsam mit Manfred Kröswang und Frau Kröswang Senior das 50-jährige Firmenjubiläum. „Die GAST 2024 geht als erfolgreichste Messe in die Firmengeschichte ein“, resümiert Eigentümer Manfred Kröswang. „Der überwältigende Zuspruch bestätigt unseren konsequenten Weg als innovativer Frischelieferant und motiviert uns, auch in Zukunft neue Maßstäbe zu setzen“, zieht Manfred Kröswang ein stolzes Fazit.

kroeswang.at

DAS BESTE SCHNITZEL



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

EXKLUSIV ERHÄLTICH BEI KRÖSWANG:

www.sonntag-feineauswahl.de

08441 871 234-0

OPTIMIERUNG FÜR BAYERNS GASTGEWERBE

Betriebsvergleich: Orientierung zur Kostenoptimierung

Der Betriebsvergleich liefert allen teilnehmenden Betrieben und der gesamten Branche wertvolle Einblicke und Vergleichswerte für die Unternehmensführung. Jetzt sind alle gastgewerblichen Unternehmen in Bayern aufgerufen, sich zu beteiligen und auf Wunsch auch eine individuelle Kurzanalyse sind für Teilnehmende damit wichtige Daten für eine fundierte Kostenoptimierung zu liefern. Mitmachen lohnt sich: Der Endbericht und auf Wunsch auch eine individuelle Kurzanalyse sind für Teilnehmende kostenlos.

Das Deutsche Wirtschaftswissenschaftliche Institut für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München (dwif e.V.) erstellt zusammen mit dem DEHOGA Bayern alle drei Jahre einen Betriebsvergleich für die Hotellerie und Gastronomie. Das Bayerische Tourismusministerium und die LfA Förderbank

unterstützen dieses Projektvorhaben. Jetzt ist es wieder soweit – machen Sie mit! Je breiter die Basis, umso aussagekräftiger sind die Ergebnisse. Deshalb sind alle gastgewerblichen Unternehmen im Freistaat aufgerufen, sich an der Befragung zu beteiligen.

auf Wunsch sogar eine kostenfreie, individuelle Kurzanalyse für den eigenen Betrieb, die in dieser schwierigen Zeit für Sie sehr hilfreich sein dürfte. Für Nichtteilnehmende wird der Endbericht für einen Betrag von 74,90 Euro erhältlich sein.

KOSTENLOSER BERICHT FÜR TEILNEHMENDE

Der Betriebsvergleich ist ein wichtiger Baustein für die eigene Unternehmensführung und unsere Branche insgesamt. Deshalb erhalten alle Teilnehmenden den Endbericht kostenlos. Wer mitmacht, bekommt

INHALTE DER BEFRAGUNG

Im Online-Fragebogen werden die wesentlichen betriebswirtschaftlichen Kennzahlen abgefragt. Die Daten werden von den Experten des dwif anonym ausgewertet und in einem Bericht zusammengefasst, der im Herbst 2025 vorliegen soll. Dabei werden Gruppen nach Betriebstypen und Betriebsgrößen gebildet, so dass sich jeder Betrieb mit ähnlichen Betrieben vergleichen, Rückschlüsse auf seine eigene Unternehmensführung ziehen und Gewinnreserven erkennen kann. Je mehr Teilnehmende, umso mehr Vergleichsgruppen können gebildet werden und umso wertvoller sind die Zahlen für die einzelnen Betriebe.

Zusätzliche Schwerpunkte der anstehenden Vergleichsuntersuchung sollen zum einen die Bildung von Umweltkennziffern sein, die in Zukunft immer wichtiger werden. Zudem geht es darum aufzuzeigen, wie sich die Struktur der Betriebe seit der Pandemie verändert hat.

SO GEHT'S:



Füllen Sie den Fragebogen aus. Er steht auf der Homepage www.dehoga-bayern.de als Download zum Ausfüllen bereit. Oder Sie verwenden den nebenstehenden QR-Code.

Bitte beachten Sie die Hinweise auf der Titelseite des Erhebungsbogens. Sie helfen Ihnen Zeit und Geld zu sparen, indem Sie uns den Jahresabschluss 2023 und die betriebsstatistischen Daten zur Verfügung stellen oder dies über den Steuerberater erledigen lassen.

Die Unterlagen bitte direkt an das dwif senden (Adresse siehe Fragebogen).

AUFRUF ZUR TEILNAHME

Zwar ist es – dank einer konzertierten Aktion von Betrieben, Verband und Politik – gelungen, deren negative Folgen so weit wie möglich abzufedern. Die Frage aber, ob tatsächlich wieder „Normalität“ herrscht, ist noch immer offen. Hinzu kommt, dass die Branche danach vor neue Herausforderungen gestellt wurde, die es zu meistern gilt. Dazu zählen – um hier nur die wichtigsten zu nennen – die angespannte Lage am Arbeitsmarkt, die Rücknahme der ermäßigten Mehrwertsteuer und die nach wie vor sehr hohen Energiekosten. Wie sich die gastgewerblichen Betriebe in Bayern in diesem schwierigen Umfeld behaupten konnten, soll im Rahmen des Betriebsvergleiches herausgearbeitet werden. Daraus lässt sich dann – auf der Basis originärer und praxisbezogener Daten – auch ableiten, wo und wie die Rahmenbedingungen verbessert werden müssen.

BENCHMARKING UND MONITORING ALS ERFOLGSREZEPT

„Ein solides betriebswirtschaftliches Fundament ist die Grundlage für die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens“, meint Dr. Bernhard Harrer, Vorstand des dwif. „Anhand der Kennzahlen und dem Vergleich mit den besten Unternehmen der entsprechenden Vergleichsgruppe kann man eigene Stärken und Schwächen erkennen, den Betrieb besser steuern und zielgerichtet in die Zukunft führen.“ Darüber hinaus bildet der Betriebsver-

gleich aber auch die Branche insgesamt ab und liefert somit wertvolle Fakten und Erkenntnisse zur Struktur und Entwicklung des bayerischen Gastgewerbes.

NOCH FRAGEN?

Für Rückfragen rund um den Betriebsvergleich und die Methoden der Erhebung stehen allen

Der Betriebsvergleich hat sich in der Branche etabliert und ist ein unverzichtbares Instrument für eine visionäre Betriebsführung. Ich möchte an dieser Stelle ausdrücklich an alle Kolleginnen und Kollegen appellieren, die notwendigen Daten und Informationen für den Vergleich zur Verfügung zu stellen. Denn Zahlen zu unseren Unternehmen sind heute

wichtiger denn je. Investitionsentscheidungen „aus dem Bauch heraus“ sind – insbesondere, wenn Banken im Spiel sind – heute nicht mehr möglich. Mehr noch: Es geht auch um die Zahlen der Branche, damit jeder sehen kann, wo der eigene Betrieb steht und in welchen Bereichen Verbesserungen und Optimierungen möglich sind. Mir persönlich hat der Betriebsvergleich schon oft geholfen, und so werde ich den Fragebogen auch in diesem Jahr mit größter Sorgfalt ausfüllen. Tun Sie das bitte auch!



Angela Inselkammer
Präsidentin DEHOGA Bayern

Teilnehmenden und Interessierten Dr. Joachim Maschke, Dr. Bernhard Harrer und Silvia Scherr vom dwif unter der Telefonnummer 089 / 23 70 28 90 zur Verfügung. (jj, lj) 🍷

Für 10% der Menschen ist sie unentbehrlich, für 40% notwendig und für 100% komfortabel: die Barrierefreiheit!

Nutzen Sie das Potenzial und binden Sie Infos über Barrierefreiheit als Mehrwert in Ihr touristisches Angebot ein. Mit dem bundesweiten Kennzeichnungssystem **REISEN FÜR ALLE** können Sie Gäste detailliert und verlässlich informieren und Mitarbeitende für die Zielgruppe sensibilisieren.



Förderung möglich!
Weitere Infos gibt's hier!



tourismus.bayern/reisen-fuer-alle

HOGA NÜRNBERG 2025

IMPULSE UND LÖSUNGEN FÜR ERFOLGREICHE GASTGEBER

Vom 12. bis 14. Januar 2025 findet Bayerns Gastgeber-Messe HOGA in der Messe Nürnberg statt. In vier Hallen präsentieren Aussteller ihre neuesten Angebote und Lösungen für Hotellerie, Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung. Partner wie die BÄKO Franken-Oberbayern Nord, der bund deutscher innenarchitekten (bdia) und Branchenverbände gestalten das vielfältige Angebot mit. Fachlicher Träger der Messe ist der DEHOGA Bayern. An allen drei Messetagen wird die HOGA von der FOODSpecial des Service-Bundes begleitet.

Die HOGA bietet den Besuchern alles, was sie für ihre tägliche Arbeit benötigen. Auf der Culinary Food Stage zeigen bekannte Köche die neuesten Trends und geben Tipps für die tägliche Arbeit. Im Forum „Zukunft Gastronomie“ geht es um aktuelle Herausforderungen und Chancen für Gastronomen, Hoteliers und Köche. Im HOGAnovum präsentieren Start-Ups der

Branche ihre zukunftsweisenden Ideen und innovativen Konzepte. Mit dabei sind auch die Gewinner und Finalisten des Gastro Innovation Award 2025. Auf der HOGA können sich Gastronomen für ihr kulinarisches Angebot inspirieren lassen und neue Lieferanten finden. Auch für die internationale Küche und insbesondere für die italienische Gastronomie bietet die HOGA Angebote und Produkte. Am Dienstag, 14. Januar steht das Thema Per-

sonal und Karriere im Mittelpunkt: Erstmals findet die Karrieremesse HOGA-Connect, präsentiert von HOGAPAGE, im Rahmen der HOGA statt. Darüber hinaus veranstaltet der DEHOGA Bayern seinen Karrieretag auf der HOGA.

Die HOGA findet vom 12. bis 14. Januar 2025 in der Messe Nürnberg statt.
www.hoga-messe.de

Bayerisches Staatsministerium für
Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus



AKTUELLE TERMINE DES STAATSMINISTERIUMS

20.03.2025: GenussKonferenz in Bamberg | Kulinarik und Tourismus - Lebensqualität und Wertschöpfung für den ländlichen Raum (www.genussakademie.bayern.de/genusskonferenz)

24.01.25 - 30.03.25: Edelbrand-Sommelier in Kulmbach | 14 Tage verteilt auf 5 Blöcke (www.genussakademie.bayern.de/edelbrand-sommelier)

10.10.25 - 14.12.25: Milch-Sommelier in Kulmbach | 14 Tage verteilt auf 5 Blöcke (www.genussakademie.bayern.de/milch-sommelier) Anmeldung ist im Frühjahr möglich

MINI BURGER-BRÖTCHEN VON EDNA
SETZEN FARBENFROHE AKZENTE AUF IHREM FESTTAGSBUFFET

Klein, fein, bunt

Für Gastronomen, die ihren Gästen besondere kulinarische Erlebnisse bieten möchten, gibt es ein besonderes Highlight: Die farbigen Mini Burger-Brötchen aus der FF-Flying Burger Mischkiste (Art. 2356) von EDNA. Diese kleinen, aber feinen Buns bringen Farbe und Vielfalt auf jedes Buffet und machen jedes Fest zu einem unvergesslichen, bunten Erlebnis.

Ob bei Empfängen, Flying Buffets oder als kreative „Burger Tapas“ – die bunten Mini Burger-Brötchen sind ein echter Hingucker. Bereits fertig gebacken sind sie nicht nur optisch ansprechend, sondern auch besonders praktisch: Einfach auftauen, nach Belieben belegen und schon ist Ihr kulinarisches Highlight fertig! Durch das schnelle und unkomplizierte Handling sparen Sie wertvolle Zeit in der Küche. Ob klassisch belegt mit Fleisch oder auch als vegetarische Köstlichkeit – der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt.

Die farbenfrohen Mini-Buns bieten eine gleichbleibend hohe Qualität und überzeugen durch ihre Vielseitigkeit. Mit wenigen Handgriffen zaubern Sie eine leckere Auswahl an kreativen Mini-Burgern, die bei Ihren Gästen garantiert gut ankommen werden. Mit den FF-Flying Burger Buns von EDNA schaffen Sie eine farbenfrohe und geschmackvolle Abwechslung, die jedem Festtagsbuffet das gewisse Etwas verleiht.



© EDNA

QUALITÄT ist unsere MISSION

Alles für Ihr Silvester

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

Art. 201*
Knusper-Baguette-Kiste, 4-fach sortiert
Maße: L 55,0 x B 6,0 x H 4,0 cm
Gewicht: 280 g, 24 St. / Kt.
❄️ vorgebacken

Art. 262*²
SG-Schoko-Quarkbällchen
Maße: Ø 4,0 x H 4,0 cm
Gewicht: 25 g, 105 St. / Kt.
❄️ fertig gebacken

Die EDNA App

Jetzt schnell und einfach mit der EDNA App bestellen!

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

EDNA.de

EDNA International GmbH
Gollenhoferstraße 3 · 86441 Zusmarshausen

EDNA-Hotline GEBÜHRENFREI

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



❄️ Lieferung per Tiefkühl-LKW.

*Weitere Informationen (Inhalte der Mischkisten, Bezeichnung des Lebensmittels, Zutaten, Nährwertdeklaration, Allergene, Zubereitung) erhalten Sie unter www.edna.de. Auf der Website im Suchfenster die Artikelnummer eingeben und anschließend auf die gewünschten Informationen klicken.

² Saisonartikel - nur solange der Vorrat reicht!

Auf ein Tonic Water mit...

... Enie van de Meiklokjes

LIEBE ENIE, SEIT VIELEN JAHREN BEGEISTERN SIE UNS VOR DER KAMERA DURCH IHRE KREATIVITÄT UND STRAHLENDE LEBENSFREUDE. WORAUS SCHÖPFEN SIE DIESE POSITIVE ENERGIE? GIBT ES BESONDERE MENSCHEN, MOMENTE ODER RITUALE, DIE IHNEN KRAFT GEBEN?

Ich gehe jeden Tag ruhig und mit einer großen Tasse English Breakfast Tee an. Das gibt Kraft, und ich fühle mich kurz wie Elisabeth II. Ich bilde mir ein, dass sie auch so in den Tag gestartet ist, und es hat ihr ja ein langes Leben beschert.

SIE LIEBEN ES ZU BACKEN – GIBT ES BESTIMMTE ZUTATEN, DIE SIE DABEI BESONDERS GERNE VERWENDEN? WENN JA, WELCHE UND WARUM?

Butter, Mehl, Eier und Käse, da ist von süß bis herzhaft jede Möglichkeit gegeben.

**WIE WÜRDEN SIE DEN SATZ VERVOLLSTÄNDIGEN:
„EIN GUTES GEBÄCK IST WIE...“?**

...’ne Wolke. Fluffig im Geschmack und schwebt leicht auf die Hüften.

WENN SIE EIN NEUES RESTAURANT ODER CAFÉ BESUCHEN – WORAUF ACHTEN SIE BESONDERS? WAS MUSS EIN LOKAL HABEN, DAMIT SIE SAGEN: „HIER KOMME ICH GERNE WIEDER HIN“?

Freundliche Mitarbeiter, ansprechendes, hübsches Geschirr und ein Wohlfühl-Interieur. Ich mag es gemütlich und heimelig, bin weniger angetan von kaltem Industriecharme.

UND ZUM ABSCHLUSS: WELCHE PLÄTZCHEN NASCHEN SIE AM LIEBSTEN IN DER VORWEIHNACHTSZEIT?

Natürlich immer wieder Pfefferkuchen – und das nicht nur zur Weihnachtszeit. Meine liebsten Sorten kommen aus Pulsnitz, da kann man sich das ganze Jahr über versorgen. (vj) ☺

Zur Person:

Enie van de Meiklokjes ist aus der deutschen Fernsehlandschaft nicht mehr wegzudenken. In Sendungen wie Das große Backen bringt sie seit Jahren Farbe in den Alltag ihrer Zuschauer. Als Moderatorin und Autorin teilt sie ihre Leidenschaft für süße Köstlichkeiten und schöne Momente. Sie steht für Freude, Genuss und die Kunst, auch im Alltag die kleinen Glücksmomente zu finden.

GASTGEBER BAYERN

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

IHR KONTAKT ZUM DEHOGA BAYERN

BEZIRKS- UND REGIONALGESCHÄFTSSTELLEN

Bezirksgeschäftsstelle Oberbayern

Türkenstraße 7
80333 München
Tel. +49 89 28760-15
Fax +49 89 28760-166
oberbayern@dehoga-bayern.de
Regionalgeschäftsführer: Thomas Quiram
Patricio Ortega (Syndikusanwalt)
Viktoria Zunterer (Wirtschaftsjuristin)

Bezirksgeschäftsstelle Niederbayern

Schwimmschulstr. 17
84034 Landshut
Tel. +49 871 640389
Fax +49 871 640379
niederbayern@dehoga-bayern.de
Bezirksgeschäftsführerin: Rita Mautz

Bezirksgeschäftsstelle Oberpfalz

Orleansstr. 1
93055 Regensburg
Tel. +49 941 7090600
Fax +49 941 70906010
oberpfalz@dehoga-bayern.de
Regionalgeschäftsführerin: Andrea Kramer
Anja Fuchs (Syndikusanwältin)

Bezirk Oberfranken

Regionalgeschäftsstelle Franken

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

Bezirksgeschäftsstelle Mittelfranken

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

Bezirksgeschäftsstelle Unterfranken

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

Bezirksgeschäftsstelle Schwaben

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

LANDESGESCHÄFTSSTELLE

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

AUSSENDIENST



Reiner Hebermehl

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



Christina Baumann

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



Michael Lauer

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



Alexander Maffei

westl. & nördl. Oberbayern
a.maffei@dehoga-bayern.de
Tel. +49 151 14847893



Simon Faltner

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

IMPRESSUM

Gastgeber Bayern

Das Magazin für Gastronomie und Hotellerie

Hier finden Sie uns online:

www.gastgeber.bayern

Herausgeber:

Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband
DEHOGA Bayern e.V.

Prinz-Ludwig-Palais | Türkenstr. 7

80333 München

Telefon: 089 / 28760-0

Telefax: 089 / 28760-111

E-Mail: info@dehoga-bayern.de

Internet: www.dehoga-bayern.de

PresseCompany GmbH

Kommunikationsagentur

Reinsburgstr. 82

70178 Stuttgart

Telefon: 0711 / 23886-27

Telefax 0711 / 23886-31

E-Mail: info@pressecompany.de

Internet: www.pressecompany.de

Preis:

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

Chefredaktion:

Frank-Ulrich John (fuj, V.i.S.d.P.)

Türkenstr. 7 | 80333 München

Telefon: 089 / 28760-109

CvD:

Tilman Baur (tb)

Reinsburgstr. 82 | 70178 Stuttgart

Redaktion:

Lena Jaunik (lj), Verena Jäger (vj),

Juliane Jerin (jj), Sonja Viktoria

Ruschke (svr), Karolina Wojdyla (kw)

Gesamtanzeigenleitung:

Richard Garin | MuP Verlag GmbH

Tengstraße 27 | 80798 München

Telefon: 089 / 1 39 28 42 68

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

Layout:

Jens Tippel

Reinsburgstr. 82 | 70178 Stuttgart

Druck & Versandanschrift für Beilagen:

Offizin Scheufele

Druck und Medien GmbH & Co. KG

Tränkestr. 17 | 70597 Stuttgart

Erscheinungsweise:

viermal im Jahr

Titelbild & ergänzendes Bildmaterial:

Getty Images, Shutterstock

Urheber- und Verlagsrecht:

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

Gedruckte Auflage 3. Quartal 2024:

15.500 Exemplare

Deutsche Post AG

Entgelt bezahlt



10 Jahre bKV
Erfolgreich am Markt

VER | SICHER | UNGS
KAMMER
BAYERN

Wir feiern Jubiläum. Natürlich.

Wir sind Ihr verlässlicher Partner: 10 Jahre Spitzenleistung
in der betrieblichen Krankenversicherung.



Einfach QR-Code scannen
und mehr erfahren.

 **Finanzgruppe**