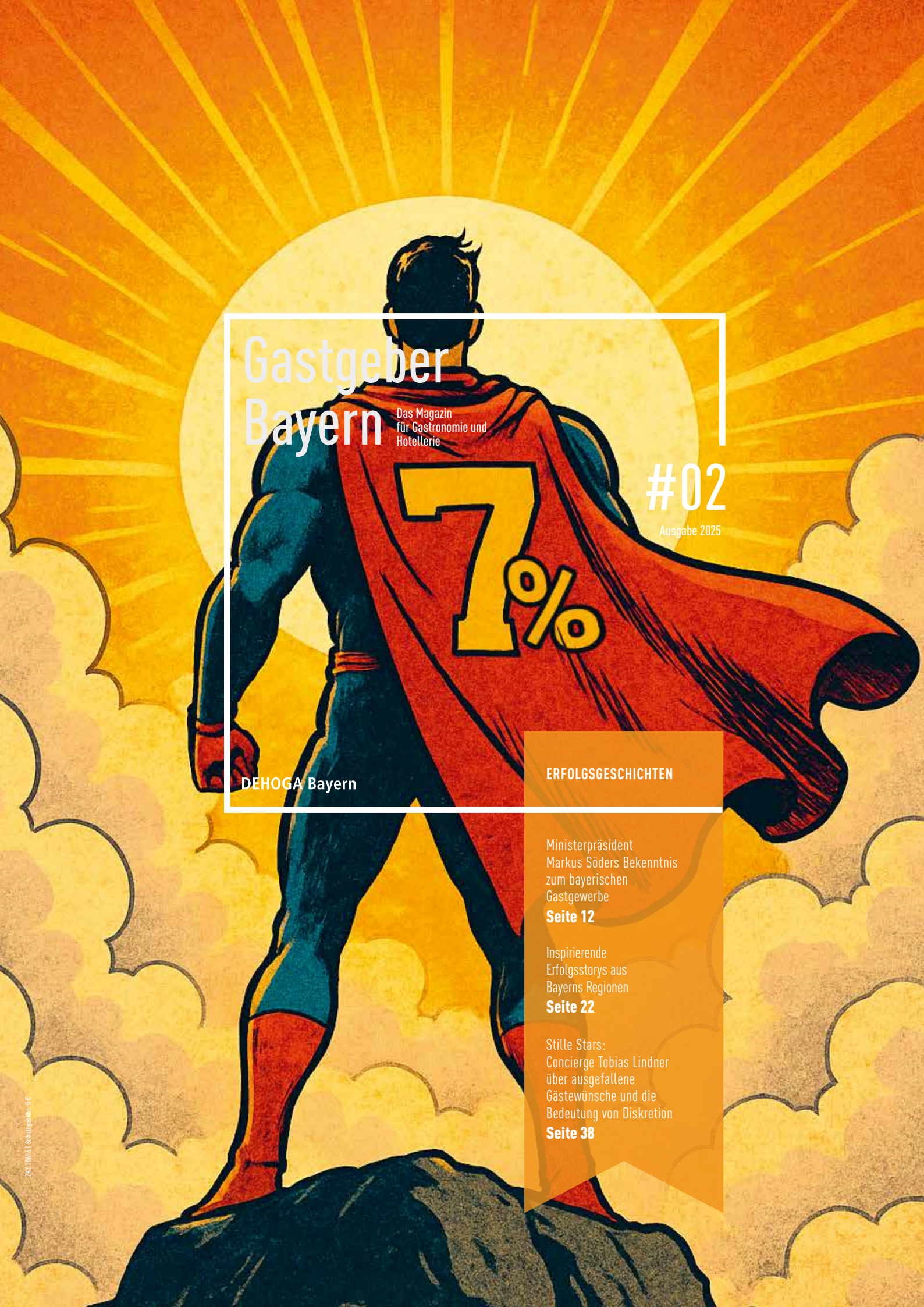




Gastgeber Bayern

Das Magazin
für Gastronomie und
Hotellerie

#02

Ausgabe 2025

DEHOGA Bayern

ERFOLGSGESCHICHTEN

Ministerpräsident
Markus Söders Bekenntnis
zum bayerischen
Gastgewerbe

Seite 12

Inspirierende
Erfolgsgeschichten aus
Bayerns Regionen

Seite 22

Stille Stars:
Concierge Tobias Lindner
über ausgefallene
Gästewünsche und die
Bedeutung von Diskretion

Seite 38



LASST UNS ZEIGEN, WARUM

**Bio in der Küche
ein Erlebnis ist.**

Melde kostenlos
Deine Veranstaltung an!

**29. August
bis 5. Oktober**
in ganz Bayern

**Du bist Bio-Gastronom oder
Bio-Gastronomin in einem Restaurant,
einer Kantine, Mensa oder Co.?**

Zeige, wie Du Bio-Lebensmittel in Deiner Küche
einsetzt und begeistere Deine Gäste für Bio.

Melde Dich kostenlos an bei den Bio-Erlebnistagen –
der Veranstaltungsreihe der Bio-Branche seit 25 Jahren.
Die Bio-Erlebnistage sind die ideale Möglichkeit,
die Bedeutung der ökologischen Land- und Lebens-
mittelwirtschaft sowie Gastronomie zu vermitteln.

Mach mit!



[www.bioerlebnistage.de/
veranstaltung-anmelden](http://www.bioerlebnistage.de/veranstaltung-anmelden)



Wie sagt man so schön: „Erfolg ist eine Treppe, keine Tür“. Und auf dieser Treppe geht es auch nicht immer nur bergauf, sondern auch mal bergab, vielleicht fehlen sogar ab und an Stufen und es erfordert einen beherzten Sprung, damit es weitergeht. Was braucht es also für eine echte Erfolgsgeschichte? Neben Fleiß, Einsatz und Durchhaltevermögen sicherlich auch eine starke Gemeinschaft. Die Entscheidung für die dauerhafte Reduzierung der Mehrwertsteuer auf Speisen auf 7 Prozent ab dem 1. Januar 2026 ist so eine Erfolgsgeschichte und sie ist das Ergebnis unserer gemeinsamen Kraftanstrengung: der Kampagne, unzähliger Gespräche, öffentlicher Aktionen und jahrelanger Überzeugungsarbeit. Was Bayerns Ministerpräsident Dr. Markus Söder dazu sagt und warum er sich dafür und für die Flexibilisierung des Arbeitszeitgesetzes und einen Bürokratieabbau für die Branche seit Jahren einsetzt, lesen Sie im Interview in dieser Ausgabe.

Doch nicht nur von dieser, unserer gemeinsamen Erfolgsgeschichte handelt das Heft.

Wir stellen ebenso die Gewinner des Gastro Innovation Award 2025 vor und blicken auf die unterschiedlichen Erfolgskonzepte der touristischen Regionen in Bayern. Ob auf Pilgerreise durch Bayerisch-Schwaben oder auf der Suche nach Museumsschätzen in Franken, eines eint die Ideen: Dahinter stehen kreative Köpfe voller Leidenschaft und diese ebnen den Weg zum Erfolg entscheidend mit.

Eben das beweisen Sie als leidenschaftliche Gastgeber Tag für Tag und meistern dabei auch so manche Hürde. Damit Sie bei den täglichen Herausforderungen, wie etwa im Umgang mit Kartenzahlungssystemen oder KI im Gastgewerbe, gut vorbereitet sind, haben wir auch dazu auf den kommenden Seiten hilfreiche Tipps und Hintergründe zusammengestellt. Dass es für ein gutes Gelingen aber vor allem auch eine positive Einstellung benötigt, weiß der Concierge des Bayerischen Hofes in München.

Doch lesen Sie selbst ...

Angela Inselkammer
Präsidentin des DEHOGA Bayern

Dr. Thomas Geppert
Landesgeschäftsführer des DEHOGA Bayern





Inhalt

Ausgabe 02/2025

Editorial	03
Inhaltsverzeichnis	04
Wussten Sie schon ...	06

Aus dem Landesverband 08

DEHOGA Bayern im Gespräch	08
Interview mit CSU-Parteivorsitzendem und Bayerns Ministerpräsident Dr. Markus Söder	12
Das war der Gastrofrühling 2025	16
Der 7-Prozent-Marathon	18
Gastro Innovation Award 2025	20

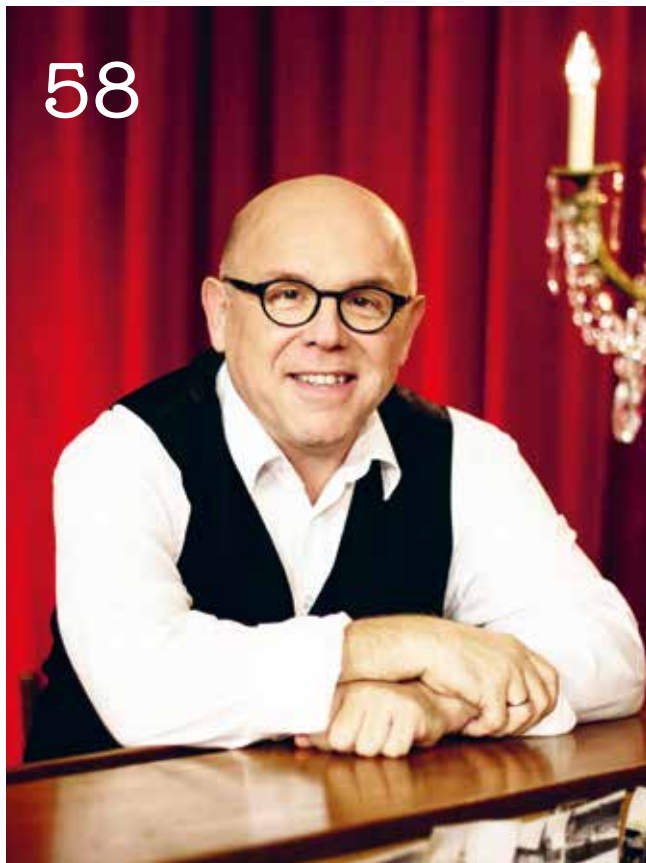
Erfolgsgeschichten 22

Incoming-Tourismus in Bayern: Eine Erfolgsstory	22
Franken unterwegs zwischen Genuss, Geschichte und Natur	24

Architekturtourismus in Ostbayern	26
Spirituelle Wege durch Bayerisch-Schwaben	28
Spielen dringend erwünscht	30
Wie Künstliche Intelligenz den Hotelalltag erleichtern kann	32
Bayerische Jugendmeister 2025 in der Allianz Arena gekürt	34
Barrierefreiheit im Tourismus	36

Bayern und die Welt 38

Stille Stars:	
Ein Mann für alle Wünsche	38
Isabellas Kolumne	40
Genusskampagne rund um Regionalität	42
So inspirieren sich Profi- und Privatküchen	46
Kartenzahlung kommt – Zukunft inklusive	49



Künstliche Intelligenz ersetzt nicht den Menschen – nur die, die sie nicht nutzen	50
Seminarangebote der Bayern Tourist GmbH	52
Burgis Knödel Liebe	53
Upnxt Hospitality Festival 2025	55
Ansprechpartner Impressum	56

Auf eine saure Weinschorle mit... **58**

Jürgen Kirner, Volkssänger und Kabarettist	58
--	----

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

WUSSTEN SIE SCHON...?

44,4%

... dass 44,4 Prozent der Menschen aufgrund der Mehrwertsteuererhöhung 2024 seltener ins Restaurant gingen?

20 EU-LÄNDER

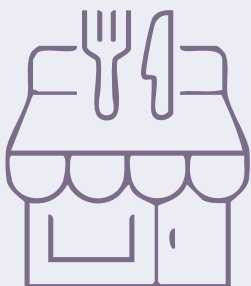
... dass 20 EU-Länder einen reduzierten Steuersatz für Speisen in der Gastronomie haben? Mit Deutschland ab dem 1. Januar 2026 dann 21.

... dass die Erhöhung der Mehrwertsteuer von sieben auf 19 Prozent zu höheren Personalkosten geführt hat? Sieben Prozent Mehrwertsteuer helfen, die erheblichen Kostensteigerungen insbesondere in den Bereichen Personal, Lebensmittel und Energie abzumildern.



67,7%

... dass 67.7% der Befragten die Erhöhung von 7 auf 19% für ungerechtfertigt hielten?



... dass von der Mehrwertsteuererhöhung am stärksten Haushalte mit Einkommen bis 1.000 Euro betroffen waren: 53 % essen seitdem seltener auswärts.



Trinkst was mit?

Entdecke
die Sinalco
Geschmacks-
vielfalt.



Oder willst
du weitermachen
wie bisher?





DEHOGA BAYERN

im Gespräch



Koalitionseinigung

Die 7 Prozent Mehrwertsteuer auf Speisen in der Gastronomie kommen dauerhaft – dank Koalitionseinigung ein historischer Meilenstein für unsere Branche! Auch Bürokratienabbau, mehr Netto vom Brutto und eine Flexibilisierung des Arbeitszeitgesetzes sind Teil des Vertrages.



Jahrespressekonferenz Tourismus

Auf der Jahrespressekonferenz Tourismus verkündete Bayerns Tourismusministerin Michaela Kaniber neue Höchstwerte für Bayern. DEHOGA Bayern-Präsidentin, Angela Inselkammer, mahnte jedoch, dass Umsatz nicht gleich Gewinn ist, viele Betriebe unter hohen Kosten leiden und dringend Entlastungen brauchen.

Stabwechsel im DEHOGA Bayern-Geschäftsbereich Berufsbildung und Fachkräftesicherung

Neues Kapitel beim DEHOGA Bayern:
Catherine W. Karanja übernimmt die Geschäftsführung
für Berufsbildung und Fachkräftesicherung.



„Goldener Fisch“ für Restaurant „Müller's Frischküche“

Der DEHOGA Bayern bei der
Vergabe der Auszeichnung von
„Müller's Landhotel“ in Mespelbrunn
mit dem „Goldenen Fisch“ für beson-
dere Leistungen in der Zubereitung
heimischer Fischgerichte.



Demonstration für Demokratie

Vor dem Hintergrund der Bedro-
hung des designierten Bundes-
landwirtschaftsministers Günther
Felßner hat der DEHOGA Bayern
und Heimatpakt am Münchner
Königsplatz ein klares Zeichen
gegen Gewalt und für Zusammen-
halt gesetzt.



14. Ausbildungsbotschaftertag

Gemeinsam mit Bayerns Arbeitsministerin Ulrike Scharf und dem DEHOGA Bayern wurden neue Botschafter ernannt und
TOP-Ausbildungsbetriebe geehrt – ein starkes Zeichen für die Zukunft der Branche!

Kreisvorsitzendenkonferenz

Austausch, Zukunftsthemen und starke Impulse im Meiser Design Hotel in Dinkelsbühl – ein Tag voller Inspiration und Vernetzung.



Frühshoppen und Podiumsdiskussion in Oberfranken

Ein großartiger Vormittag mit lebhaften Diskussionen und intensivem Austausch im Vorfeld der Bundestagswahl. Vertreter verschiedener Parteien wie FDP, Grüne, CSU, AfD und SPD nahmen teil und stellten sich den wichtigen Fragen der Branche.



Glanzvoller Auftritt auf der Nacht der Gastgeber im Bayerischen Hof in München

Premiere der Nacht der Gastgeber im Hotel Bayerischer Hof in München: Der Leiter der Bayerischen Staatskanzlei Dr. Florian Herrmann (Mitte) als Vertreter des Ministerpräsidenten Dr. Markus Söder, dem Schirmherrn der Veranstaltung, DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer (2. v.l.), Vizepräsident Andreas Brunner (5. v.l.) sowie Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert (r.) zusammen mit dem Präsidenten des Wirtschaftsverbands deutscher Tanzschulunternehmen Christoph Möller (4. v.l.) und Christian Grath, Geschäftsführer der TWS Tanz GmbH (l.).

Italienischer Abend

Italienischer Abend in München: Beim ersten Forum italienischer Gastgeber kamen zahlreiche Betriebe zum Austausch zusammen – mit dabei auch Generalkonsul Sergio Maffettone.



DEHOGA-Schulung für die Weinkönigin-Anwärterinnen

Der DEHOGA Bayern ermöglichte den Weinkönigin-Anwärterinnen im Würzburger Dorint Hotel exklusive Einblicke in Hotellerie und Gastronomie – eine starke Verbindung von Frankenwein und Gastgewerbe.



Fachbereichs- versammlung

Ein Tag voller Inspiration, Austausch und Genuss bei der Fachbereichsversammlung Gastronomie 2025 in der traditionsreichen Gaststätte Röhl.



Trendtour des DEHOGA Bayern- Bezirks Niederbayern

Auf Gastro-Trendtour in der Wachau: Der Bezirk Niederbayern erkundet Österreichs Weinregionen – ein gelungener Austausch von Hotellerie, Gastronomie und Weinwirtschaft.



DEHOGA BAYERN

im Gespräch



MEHRWERTSTEUERSENKUNG, BÜROKRATIEABBAU, FLEXIBLE ARBEITSZEITEN

„GASTGEWERBE IST AUSDRUCK BAYERISCHER LEBENSART“

CSU-Parteivorsitzender und Bayerns Ministerpräsident Dr. Markus Söder spricht im Interview über die Mehrwertsteuersenkung für Speisen ab 2026, den Stellenwert der Gastronomie für die bayerische Identität – und warum der Koalitionsvertrag ein wirtschaftlicher Befreiungsschlag für Deutschland sein soll.

Gastgeber Bayern: Im Koalitionsvertrag wurden viele wichtige Punkte für unsere Branche berücksichtigt.

Darunter die Mehrwertsteuersenkung auf Speisen ab dem 1. Januar 2026. Sie haben sich stark dafür eingesetzt und Wort gehalten. Warum liegt Ihnen das Gastgewerbe so am Herzen?

Dr. Markus Söder: Unsere Gastronomie ist ein zentrales Stück Bayern: Unsere Wirtschaftshäuser sind ein Bekenntnis zu Brauchtum und Heimat und sie sind wichtige Begegnungsorte – gerade auf dem Land. Dort sind Wirtschaftshäuser das Herz der Dörfer. Deshalb unterstützen wir sie aus voller Überzeugung. Die Familienbetriebe stehen für das sympathische Gesicht unseres Landes. Das wollen wir erhalten. Die dauerhafte Senkung der Mehrwertsteuer ist deshalb für die CSU zentral. Ich habe den verringerten Steuersatz schon einmal in der Bundesregie-

rung durchgesetzt, bevor die Ampel ihr Wort gebrochen und die Steuer wieder erhöht hat. **Klar ist: Was im Koalitionsvertrag steht, gilt!** Die Senkung der Gastro-Steuer kommt zum 1. Januar 2026. Hinzu kommen weitere Entlastungen: Wir bauen massiv Bürokratie ab, schaffen flexiblere Arbeitszeitmodelle für Unternehmen und Beschäftigte und senken Energiekosten und Steuern. Die fleißigen Gastronomen und Hoteliers und alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können sich auf die CSU verlassen.

Welche Entwicklungen erhoffen Sie sich durch diese Maßnahmen für den Freistaat Bayern?

Das Gastgewerbe ist Ausdruck bayerischer Lebensart. Sind wir ehrlich: Ein Leben ohne Bratwurst ist zwar möglich, aber doch nicht sinnvoll (lacht). Deshalb ist für uns klar: Wir wollen den Gastronomen helfen und das Wirtschaftstodesurteil stoppen. Und wir wollen

„DER
KOALITIONS-
VERTRAG
IST DAS
GRÖSSTE
REFORMPAKET
SEIT DER
AGENDA
2010.“

auch die Gäste gezielt entlasten. Essen-gehen darf kein Luxus für Wenige sein! Es macht für eine Familie sehr wohl einen Unterschied, ob ein Schnitzel zwei Euro mehr oder weniger kostet. Und Bayern ist für sein Essen und seine Wirtshauskultur auf der ganzen Welt berühmt. Die Wirtschaften und Volksfeste sind ein großes Aushängeschild für den Freistaat in der ganzen Welt. Tourismus ist nach der Autoindustrie einer unserer wichtigsten Wirtschaftssektoren. Das müssen wir weiter fördern.

Warum ist gerade jetzt die richtige Zeit für Reformen?

Deutschland und Europa sind herausgefordert wie nie: Es gibt einerseits eine enorme Bedrohung durch Russland aus dem Osten und andererseits eine neue ökonomische und verteidigungspolitische Instabilität des Westens. Um darauf zu reagieren, braucht unser Land nicht nur einen Regierungswechsel, sondern einen echten politischen Richtungswechsel. Die Ampel hinterlässt leider einen wirtschaftlichen Scherbenhaufen. Robert Habeck ist als Wirtschaftsminister komplett gescheitert. Statt Milliarden-Subventionsflops für ausländische Unternehmen brauchen wir eine breite Unterstützung vor allem für unseren Mittelstand, familiengeführte Unternehmen und die Landwirtschaft. Sie sind das Rückgrat unserer Wirtschaft. Ab jetzt gilt der Dreiklang: investieren, reformieren und konsolidieren. Wir werden alles dafür tun, die Wettbewerbsfähigkeit Deutschlands wieder zu stärken. Und wir werden auch an vielen Stellen sparen und streichen: beispielsweise das Heizungsgesetz, bei der Migration und beim Bürgergeld.

Für das Gastgewerbe sind die Wochenarbeitszeit und Entbürokratisierung sehr wichtig. Reicht der Koalitionsvertrag insgesamt für eine wirtschaftliche Kehrtwende in Deutschland?

Der Koalitionsvertrag ist das größte Reformpaket seit der Agenda 2010. Alle großen Verspre-

chen werden erfüllt: Ankurbeln der Wirtschaft, Begrenzung der Migration und Stärkung der Bundeswehr. Es ist alles drin, was Deutschland braucht. Das klare Signal an die Wirtschaft lautet: Steuern runter und nicht rauf! Wir führen für Unternehmen Sonderabschreibungen von jeweils 30 Prozent für drei Jahre ein und senken dann die Unternehmenssteuer von 15 auf 10 Prozent. Die mittleren und unteren

Einkommen wollen wir entlasten – vor allem auch die mittelständischen Betriebe, die nicht von der Körperschaftsteuer betroffen sind.

Dazu muss die Wirtschaft wieder in Schwung kommen, damit wir das Geld für Entlastungen haben. Zudem wird die Arbeitszeit maximal flexibilisiert mit einer wöchentlichen anstatt einer täglichen Höchstarbeitszeit. Das hilft



© Hendrik Steffens



„UNSERE WIRTS-HÄUSER SIND DAS HERZ DER DÖRFER.“

gesetzt – mit einer politisch unabhängigen Mindestlohnkommission. Diese setzt die Höhe fest. Im Übrigen haben wir auf meine Intervention hin festgelegt, dass Saisonarbeitskräfte in Branchen wie dem Tourismus oder der Landwirtschaft 90 statt wie bisher 70 Tage von der Sozialversicherungspflicht befreit werden.

Aus Konkurrenten werden Kollegen:
Wie bewerten Sie derzeit die Zusammenarbeit mit der SPD auf Bundesebene?

CDU, CSU und SPD sind eine Verantwortungsgemeinschaft. CDU und CSU waren in den Koalitionsgesprächen ein gutes Verhandlungsteam – und am Ende muss bei solchen Verhandlungen ein fairer Kompromiss stehen, bei dem sich alle wiederfinden. Das ist uns gelungen. Wir haben Punkte gemacht, aber die SPD eben auch. Es war keine Liebesheirat. Aber alle sind sich ihrer Verantwortung bewusst. Wir wollen Deutschland neue Hoffnung geben mit guten Ideen und neuen Konzepten. Deutschland kann so viel mehr! Dieses Potenzial wollen wir entfesseln – und zwar wieder gemeinsam mit den Familienbetrieben, dem Handwerk und dem Mittelstand und nicht gegen sie. ☺

gerade in der Gastronomie und im Tourismus vielen Betrieben. Außerdem müssen die Energiepreise runter. Reduzierung der Stromsteuer, Reduzierung der Netzentgelte, Abschaffung der Gasumlage und die Einführung eines Industriestrompreises: Das hat Priorität.

In der Gastronomie haben viele Menschen eine Chance, eine Arbeit zu finden, die viel-

leicht keine Top-Ausbildung haben. Deshalb ist die Festlegung des Mindestlohns für uns eine schwerwiegende Entscheidung. Wird die Festlegung weiterhin von der unabhängigen Kommission getroffen, damit man den besonderen Talenten nicht die Heimat entzieht?

Der Koalitionsvertrag ist klar: Beim Mindestlohn wird der bisher beschrittene Weg fort-

FEIERN, AUSZEICHNEN, ZUSAMMENSTEHEN

DAS WAR DER GastroFrühling 2025



2.500 Gastgeberinnen und Gastgeber trafen sich auf dem Münchner Frühlingsfest – und setzten ein klares Zeichen: Der Dank für die Senkung der Mehrwertsteuer auf Speisen ging an Ministerpräsident Markus Söder – begleitet von viel Applaus, politischer Prominenz und einem symbolträchtigen Umhang.

Rund 2.500 Mitglieder des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbands DEHOGA Bayern kamen am 28. April im Hippodrom auf dem Münchner Frühlingsfest zusammen. Im Mittelpunkt stand eine politische Botschaft: die Anerkennung für die erfolgreiche Durchsetzung der 7-Prozent-Mehrwertsteuer auf Speisen – ein entscheidender Erfolg für das bayerische Gastgewerbe.

Ministerpräsident Markus Söder wurde dafür auf offener Bühne gedankt – mit viel Applaus und einem Umhang, auf dem unübersehbar eine „7“ prangte. Das Bild sorgte für Aufmerksamkeit und symbolisierte den Schulterschluss zwischen Politik und Branche.

POLITISCHE RÜCKENDECKUNG DEUTLICH SPÜRBAR

Neben dem Ministerpräsidenten war ein großer Teil des bayerischen Kabinetts vertreten – ein sichtbares Signal für die hohe politische Relevanz der Themen, die das Gastgewerbe bewegen. Die Veranstaltung war geprägt vom Geist der Anerkennung und dem Willen, gemeinsam Zukunft zu gestalten.

Mit klaren Worten und spürbarem Engagement begleiteten Stefan Wild, Vorsitzender des Fachbereichs Hotellerie, und Michaela Schmitz-Guggenbichler, Vorsitzende des Fachbereichs Gastronomie, das Vorprogramm. Beide gaben den Anliegen ihrer Mitglieder eine Stimme – und riefen zur weiteren Zusammenarbeit mit der Politik auf.

QUALITÄT GEWÜRDIGT – AUCH ABSEITS DER BÜHNE

Im Rahmen des Programms wurden zudem zwei Festzelte als „Ausgezeichnetes Festzelt“ prämiert. Außerdem erhielten die Sieger



des Wettbewerbs „Lieblingsbiergarten 2024“ kurzzeitig Bühne und Beifall – eine symbolische Anerkennung für gelebte Qualität, Regionalität und Gastfreundschaft.

EIN STARKES SIGNAL MIT NACHHALTIGER WIRKUNG

Der GastroFrühling 2025 war nicht nur ein Fest für die Branche, sondern vor allem eine deutliche politische Botschaft: Die Reduzierung der Mehrwertsteuer bleibt zentrales Anliegen und wichtiges Signal der Wertschätzung gegenüber Hotellerie und Gastronomie in Bayern.

Mehr Eindrücke und Bilder unter:

www.dehoga-bayern.de/aktuelles/events/gastrofruehling/rueckblick



Bayerisches Staatsministerium für
Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus



AKTUELLE TERMINE DES STAATSMINISTERIUMS

16. Juli 2025 | Fachsymposium „Ernährungsstrategie für Bayern lebendig gestalten“
(www.kern.bayern.de/fachsymposium)

3.-8. August 2025 | BR-Radltour mit Aktionsstand zum Bayerischen Streuobstpakt

29. August - 5. Oktober 2025 | Bio-Erlebnistage (www.bioerlebnistage.de)

10. Oktober - 14. Dezember 2025 | Qualifizierung Milch-Sommelier
(www.genussakademie.bayern.de)

 **Genuss Bayern**
Heimat des Guten



DREI ZENTRALE FORDERUNGEN – EIN GEMEINSAMER ERFOLG

DER 7-PROZENT-MARATHON:

Wie der DEHOGA Bayern nach Jahren des Kampfes das Ziel erreichte

Mehr als ein Jahrzehnt hat der DEHOGA Bayern konsequent auf drei zentrale Ziele hingearbeitet: Sieben Prozent Mehrwertsteuer auf Speisen, weniger Bürokratie und eine Flexibilisierung des Arbeitszeitgesetzes. Mit dem neuen Koalitionsvertrag 2025 ist der Durchbruch geschafft – ein strategischer Langlauf mit historischem Finale.



2009 - 2010

Mit Wirkung zum 1. Januar 2010 wurde der reduzierte Mehrwertsteuersatz für Beherbergungsleistungen eingeführt



2017

Aufnahme des reduzierten Mehrwertsteuersatzes auf Speisen als eine von drei zentralen Kernforderungen im sogenannten DEHOGA Bayern-Plan

Start der Kampagne zur Flexibilisierung des Arbeitszeitgesetzes mit der vbw

Im Vorfeld des Gastro-Frühlings große Wirt-Demo „Wenn die Wirtshäuser sterben, stirbt Bayern“

2018





2023

DEHOGA Bayern startet Kampagne:
„7 Prozent müssen bleiben!“



2024

Wortbruch von Olaf Scholz.
Seit dem 1. Januar 2024 gilt wieder
der reguläre Satz von 19 Prozent

Im Januar 2024 startet DEHOGA Bayern
„7 Prozent müssen kommen!“

2020 - 2022

Vorübergehende Senkung der Mehrwertsteuer zur Corona Zeit.
DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer und Landes-
geschäftsführer Dr. Thomas Geppert handeln die Mehrwertsteuer-
senkung mit Markus Söder direkt aus (per Telefon und Whatsapp),
die jedoch zunächst nur befristet durchgesetzt werden konnte



Während des Wahlkampfs 2021 Zusage von Olaf Scholz auf
dauerhafte Mehrwertsteuerreduzierung

Da sich die Ampelregierung Ende 2023 **gegen eine weitere
Verlängerung** entschied, lag die aktuelle Mehrwertsteuer in der
Gastronomie seit dem 1. Januar 2024 wieder bei den höheren
19 Prozent

Praxis-Checks mit dem Beauftragten für Bürokratieabbau
der Bayerischen Staatsregierung, Walter Nussel



2025

DEHOGA Bayern startet
7 Prozent Kampagne:
„Damit alle gewinnen!“



ZIEL

9. APRIL 2025

Der Koalitionsvertrag von Union und SPD sieht die
dauerhafte Reduzierung der Mehrwertsteuer auf
Speisen auf 7 Prozent ab dem 1. Januar 2026 vor.

Der Koalitionsvertrag von Union und SPD benennt als
ein wichtiges Ziel weniger Bürokratie.

Der Koalitionsvertrag von Union und SPD sieht **mehr
Flexibilität im Arbeitsmarkt** vor durch die Einführung
einer Wochenarbeitszeit statt einer Arbeitszeit mit
täglicher Begrenzung

GASTRO INNOVATION AWARD 2025

Drei Gewinner, die Geschmack und Haltung vereinen

Der Gastro Innovation Award 2025 prämiiert kulinarische Konzepte, die nachhaltig, kreativ und praxisnah überzeugen. Hier sind die drei Gewinner – bereit, die Profiküchen zu bereichern. Ob fermentierte Fischsauce aus heimischem Wildfang, Kimchi mit Streetfood-Charme oder vegetarisches Hack mit „Clean Label“ – sie zeigen, wie vielfältig und verantwortungsvoll Genuss heute gedacht werden kann. Ein Gewinn für Geschmack, Umwelt und Gästerlebnis.



1. Platz

GENUSSKOARL – BIO-FISCHSAUCE MIT INNOVATIONSGEIST

Tradition trifft Umami: Die handwerklich fermentierte Bio-Fischsauce von Genusskoarl aus Österreich überzeugte Jury und Branche gleichermaßen. Hergestellt aus heimischen Fischabschnitten von Forelle und Saibling, verbindet sie Nachhaltigkeit mit herausragendem Geschmack – ganz ohne künstliche Zusätze. Die Herstellung schont Ressourcen, denn es wird nur verarbeitet, was ohnehin schon vorhanden ist. So entsteht ein Würzmittel mit Tiefgang, das Gemüse-, Fleisch- und Fischgerichten ebenso wie Dressings eine neue aromatische Dimension verleiht. Regional, bio-zertifiziert und kompromisslos in der Qualität – dafür gab's verdient den 1. Platz.

www.genusskoarl.at/fischsauce



2. Platz

THAT'S KIMCHI – KOREA FÜR PROFIS

Mit Erfahrung aus Korea und echter Leidenschaft für Fermentation bringt That's Kimchi authentische, küchenfertige Kimchi-Produkte in deutsche Profiküchen. Ob als Topping, Beilage oder kreative Zutat in Bowls oder Fusion-Gerichten: Das würzig-scharfe Gemüse ist flexibel einsetzbar und in 1-kg-Einheiten erhältlich – ideal für den Großhandel. Besonders praktisch: Die Produkte sind fix und fertig, ohne Zusatzaufwand verwendbar – und dabei völlig ohne Kompromisse bei Geschmack und Qualität. Ein Must-have für alle, die ihren Gästen etwas Besonderes servieren wollen – egal ob zur Leberkäsemmel oder als Kontrast zur Haxe.

www.thatskimchi.de



3. Platz

MÖHRENGRÜN – VEGETARISCHES HACK-ALLERLEI

Pflanzlich, klimaschonend und unglaublich vielseitig: Das Hack-Allerlei von Möhrengrün ist die clevere Alternative zu herkömmlichem Hack – ganz ohne künstliche Zusätze. Statt extrahierter Proteine oder Bindemittel kommt hier eine durchdachte Mischung aus getrockneten Pflanzen und Gewürzen zum Einsatz. Das Pulver lässt sich einfach mit Wasser (oder Öl) aktivieren, ist lagerstabil und braucht keine spezielle Küchentechnik. So wird die Zubereitung zum Kinderspiel – und zum Beitrag für nachhaltigen Konsum. Hergestellt in Kooperation mit einer Lebenshilfe-Werkstatt, bringt Möhrengrün nicht nur Geschmack auf den Teller, sondern auch soziale Verantwortung ins Spiel.

www.moehrengruen.de



ONLINE-SHOP  WWW.BIRKENHOF-BRENNEREI.DE

TRADITIONELL
FEINE SPIRITUOSEN

holz fassgereift



**Birkenhof
Brennerei**

Auf dem Birkenhof · Nistertal · F 02661 982040 · info@birkenhof-brennerei.de



WACHSTUM, WELTOFFENHEIT, WETTBEWERBSFÄHIGKEIT

INCOMING-TOURISMUS IN BAYERN: Eine Erfolgsstory

Als Incoming-Tourismus bezeichnet man die Reisen ausländischer Gäste nach Deutschland – und dieser Markt boomt: Mit Qualität, Vielfalt und Innovationskraft punktet das Reiseland Deutschland international, Bayern ist dabei Vorreiter. Entscheidend für die Zukunft sind digitale Transformation und gezielte Marktbearbeitung, schreibt Petra Hedorfer, Vorstandsvorsitzende der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT).



© DZT/Farideh Diehl

von 1 bis 6. Entsprechend empfehlen Gäste Deutschlandreisen kontinuierlich weiter. Und Bayern leistet zu dieser Erfolgsgeschichte einen wichtigen Beitrag: 20,8 Millionen Ausländerübernachtungen wurden 2024 im Freistaat registriert – ein Marktanteil von 24 Prozent.

Die Verbindung des weltweiten Marketings der DZT mit dem Landesmarketing schafft eine Win-Win-Situation. Seit 25 Jahren ist die BayTM ein starker Partner bei der internationalen Positionierung des Reiselandes Deutschland – Gratulation an dieser Stelle vom National Tourist Board an die erfolgreiche und unverwechselbar profilierte Landestourismusorganisation.

LAPTOP UND LEDERHOSE

Der deutsche Incoming-Tourismus ist auf Wachstumskurs. Seit Mitte der 90er Jahre stiegen die internationalen Ankünfte in Deutschland kontinuierlich um rund 70 Prozent. 2024 zählte das Statistische Bundesamt insgesamt 85,3 Millionen internationale Übernachtungen, ein Wachstum von 5,4 Prozent im Vorjahresvergleich. Nach der Corona-Pandemie sind die Rekordergebnisse des Vorkrisenjahres 2019 wieder in Sichtweite.

Im internationalen Wettbewerb der Destinationen spielt Deutschland in der Champions

League: als Kultur- und Städtereiseziel Nummer 1, als Naturreiseziel Nummer 2 bei Europäern sowie als führendes Geschäftsreiseziel weltweit. Der prosperierende Incoming-Tourismus trägt aufgrund der höheren Reiseausgaben ausländischer Gäste überproportional zur Wertschöpfung der deutschen Leistungsträger in Gastronomie und Hotellerie bei.

Die Kundenzufriedenheit ist insgesamt gut. Besonders die Kompetenz und Gastgeberqualität in Gastronomie und Hotellerie wird von internationalen Gästen außerordentlich hoch bewertet – 1,9 auf einer Schulnoten-Skala

Highlights wie Schloss Neuschwanstein, die Passionsspiele Oberammergau, das Oktoberfest und der Christkindlmarkt in Nürnberg gehören zur DNA Bayerns – ebenso wie die Strahlkraft vom FC Bayern, der BMW-Welt oder der Pinakothek der Moderne. Dazu kommt die authentisch gelebte Gastfreundschaft der bayerischen Servicebetriebe. All das stärkt die Marke Deutschland auf internationalen Märkten.

Ein entscheidendes Zukunftsthema ist die digitale Transformation. Von Inspiration über Online Travel Plattformen bis zu persona-



lisierten Services sind digitale Lösungen gefragt. Besonders in Zukunftsmärkten wie China und Indien erwarten Gäste digital durchstrukturierte Reiserlebnisse. Mit dem DZT-Knowledge Graph existiert die Infrastruktur für KI-Anwendungen – die Verknüpfung mit der Bayern Cloud ist ein Beispiel erfolgreicher Zusammenarbeit von Unternehmen und Destinationsmanagement.

Eine zweite Säule ist die gezielte Bearbeitung potenzialstarker Quellmärkte – etwa in Osteuropa. Bayern ist das beliebteste Reiseziel der Polen in Deutschland. Auch Tschechen schätzen Bayerns Wanderwege, Radstrecken und Alpenlandschaften – ein Drittel ihrer Übernachtungen in Deutschland entfällt auf Bayern. Laut UN Tourism liegen die größten Wachstumschancen im asiatisch-pazifischen Raum. Bereits 2001 wurde eine DZT-Niederlassung in Beijing eröffnet, 2005 folgte ein Büro in Indien. Bayerische Gastgeber profitieren: 29 Prozent der Übernachtungen chinesischer und 26 Prozent der indischen Gäste in Deutschland entfallen auf Bayern.

Die DZT ist überzeugt, dass Innovation und Vernetzung auch künftig eine Win-Win-Situation für Deutschlands Incoming-Tourismus und Bayerns Gastgeber schaffen werden. Das DZT-Team freut sich auf weitere gemeinsame Projekte mit den bayerischen Betrieben. 

ÜBER DIE DZT

Die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) ist die zentrale Organisation zur Förderung und Entwicklung des Incoming-Tourismus nach Deutschland. Aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages wird sie vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie gefördert, um die mittelständischen Unternehmen der deutschen Tourismuswirtschaft und die Reiseregionen bei der Vermarktung ihrer Angebote auf den internationalen Märkten zu unterstützen.

Auf der Basis detaillierter Analysen von globalen Reisetrends und marktspezifischer Kundennachfrage vernetzt sie die touristischen Anbieter mit der internationalen Reiseindustrie und entwickelt wirksame Marketingstrategien. Ziel ist die Positionierung des Reiselandes Deutschland als serviceorientiertes nachhaltiges und inklusives Qualitätsreiseziel im Wettbewerb der Destinationen. Die DZT steuert über ihre Zentrale in Frankfurt 19 Auslandsvertretungen.

© IMAGO / imagebroker

VIELFALT ERLEBEN IM NORDEN BAYERNS

Franken

unterwegs zwischen Genuss, Geschichte und Natur

Franken begeistert mit seiner einzigartigen Mischung aus bewegter Geschichte, lebendiger Kultur, faszinierender Natur und kulinarischen Höhepunkten. Ob auf dem Fahrrad, zu Fuß oder mit dem Wohnmobil – das Urlaubsland im Norden Bayerns lädt dazu ein, auf eigene Faust entdeckt zu werden.



Schwäbischen Alb“. Vor 20 Jahren wurde er als erster Weitwanderweg Deutschlands zertifiziert. Er verbindet zahlreiche fränkische Urlaubslandschaften und führt unter anderem zur Binghöhle in der Fränkischen Schweiz. Diese Tropfsteinhöhle wurde 1905 entdeckt und begeistert seither mit ihren unterirdischen Formationen.

In Franken liegen Natur und Kultur nah beieinander – und letztere hat Weltrang. Bambergers Altstadt, das Markgräfliche Opernhaus in Bayreuth, die Würzburger Residenz, der Obergermanisch-Raetische Limes und Bad Kissingen zählen zum UNESCO-Welterbe.

KUNST, KULTUR UND AUFRUHR

Fränkische Kultur zeigt sich lebendig in ihren Museen. Das Museum Georg Schäfer in Schweinfurt feiert 2025 seinen 25. Geburtstag – mit einer bedeutenden Sammlung deutscher Zeichenkunst des 19. Jahrhunderts. Auf Entdeckungstour geht es auch entlang der Burgenstraße oder der Romantischen Straße, die in diesem Jahr 75 Jahre alt wird. Beide führen zu mittelalterlichen Städten, Fachwerkidylle und imposanten Schlössern.

Ein weiteres Schwerpunktthema führt ins Jahr 1525: Schauplätze der Bauernkriege wie

Eben noch auf Wandertour zwischen Fluss und Felsen, danach ein Glas Frankenwein zum Genussmenü, ein Kulturerlebnis von Weltrang oder ein Schweben in warmer Sole: So geht Vielfalt auf Fränkisch.

16 unterschiedliche Ferienlandschaften, ein Urlaubsland – das ist Franken! Der Norden Bayerns steckt voller Überraschungen: köstliche Küche, Bier- und Weinspezialitäten, Fachwerkromantik, barocke Pracht, urbaner Lifestyle und eine Natur, wie gemacht für aktive Erlebnisse.

Wipfelmeere, Moore, Wacholderheiden: Zehn Naturparks bedecken fast die Hälfte Frankens. Sie laden ein zu Wanderungen und Radtouren, etwa auf dem Mainradweg, dem Regnitz-Radweg oder dem Tauber Altmühl Radweg. Wanderfreunde erwarten zertifizierte Routen wie der Kelten-Erlebnisweg und über 50 Premium- und Qualitätswanderwege.

AUF GIPFEL UND IN TIEFE HÖHLEN

Ein echter Pionier unter den Qualitätswegen ist der „Frankenweg – vom Rennsteig zur



Franken
Freude am Entdecken



MUSEUMSSCHÄTZE IN DEN FRÄNKISCHEN STÄDTEN KLEINE OBJEKTE, GROSSE GESCHICHTEN

Die Städte Frankens präsentieren außergewöhnliche Exponate unter dem Motto „Museumsschätze“ – von kurios bis kunsthistorisch bedeutsam.

Alle Fundstücke finden sich online unter www.die-fraenkischen-staedte.de/museumsschaetze

Einige Highlights:

- **Virtual Reality im Rokoko:** Ein barocker „Guckkasten“ in Ansbach zeigt, wie faszinierend Vorläufer der VR-Technik waren.
- **Restaurierte Nacktheit:** In Aschaffenburg bekam Evas Rücken seine ursprüngliche Pracht zurück – nach Jahrhunderten ungewollter Zensur.
- **Wagners letztes Sofa:** In Bayreuth wurde ein Sterbesofa fast Opfer von Andenkenjägern.
- **Mini-Kirchweih:** In Erlangen dreht sich das Riesenrad – im Maßstab 1:20.
- **Verlobt bis in den Tod:** Eine Liebesgeschichte über Grenzen hinweg, erzählt im Jüdischen Museum Franken in Fürth.

Rothenburg o.d.T., Würzburg oder Münnerstadt machen das damalige „Uffruhr“ in Ausstellungen und „Living History“-Formaten erlebbar.

LITERARISCH GENIESSEN, GESUND ENTSPANNEN

Zum 200. Todestag Jean Pauls feiern literarisch-kulinarische Festtage das Werk und die Liebe des fränkischen Autors zu Wein, Bier und guter Küche. Wer Körper und Seele verwöhnen möchte, entspannt im Natur-Heilwassersee der FrankenTherme Bad Königshofen – ideal auch für Wohnmobilreisende. ☺

www.frankentourismus.de





„ARCHITEKTUR
SCHENKT
URLAUBSGÄSTEN
EIN EINZIGARTIGES
ERLEBNIS, DAS
BEREITS BEIM
AUGENAUFSCHLAG
AM MORGEN
BEGINNT.“

Michael Braun, Vorstand des Tourismusverbandes Ostbayern, bringt es auf den Punkt.

ARCHITEKTURTOURISMUS IN OSTBAYERN

MIT STARKER ARCHITEKTUR GÄSTE BEGEISTERN

Gäste lieben inspirierende Orte. Architektur, die Atmosphäre schafft, kann für Gastgeber zum echten Erfolgsfaktor werden – in Ostbayern zeigt sich, wie viel Potenzial in besonderen Bauten steckt.

Gute Architektur weckt Emotionen. Sie schafft Atmosphäre, regt alle Sinne an und bleibt im Gedächtnis. Kein Wunder also, dass immer mehr Gäste Reiseziele nach Ästhetik, Gestaltung und Charakter auswählen. Was auf touristischer Ebene längst als Trend gilt, kann auch für einzelne Gastgeber in Ostbayern ein echter Mehrwert sein.

Ob Hotels, Gasthäuser, Thermen oder Kulturorte – Gebäude, die durch besondere Formsprache, Authentizität oder überraschende Materialien hervorstechen, werden selbst zur Attraktion. Architektur wird so Teil des Reiseerlebnisses – und das beginnt nicht selten schon beim Check-in.

ARCHITEKTUR ALS GASTGEBER-ERLEBNIS

Gäste wollen nicht nur ankommen, sondern eintauchen. Sie wollen die Handschrift des Hauses erkennen – sei es durch historische Bausubstanz oder mutige, moderne Gestaltung. So lässt sich ein Lebensgefühl vermitteln, das zur Region passt und gleichzeitig das Alleinstellungsmerkmal des Betriebs unterstreicht. Beispiele aus Ostbayern zeigen, wie eindrucksvoll das gelingt: Das Konzerthaus Blaibach überzeugt mit puristischem Granit und einzigartiger Akustik. In Berching wird ein mittelalterlicher Ziegturm zum Übernachtungserlebnis. Das Thermalresort Köck in Bad Füssing verbindet futuristisches Design mit wohlthuender Ruhe. Und im Hotel David in Regensburg oder dem Hotel Röhl in Eilsbrunn wurde vorhandene Substanz intelligent und stilvoll transformiert.

Solche Projekte zeigen: Architektur kann Räume schaffen, die wirken – und verkaufen. Denn wer heute baut oder umbaut, hat die Chance, seine Haltung sichtbar zu machen, Atmosphäre bewusst zu gestalten und Gäste durch ein einzigartiges Raumerlebnis an sich zu binden. Eine durchdachte Gestaltung erhöht nicht nur die Aufenthaltsqualität und das Wohlbefinden, sie stärkt auch das Markenprofil eines Hauses und trägt zur Wiedererkennbarkeit bei. Nicht selten entstehen auf diese Weise auch Motive, die Gäste gerne fotografieren und teilen – was die Sichtbarkeit in sozialen Medien erhöht.

ARTOURO: AUSZEICHNUNG FÜR TOURISTISCHE BAUKULTUR

Dass Gestaltung im Tourismus zählt, zeigt auch der **Artouro-Preis**, ausgelobt von der Bayerischen Architektenkammer und dem Bayerischen Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus. Bereits fünf Mal wurden außergewöhnliche Projekte aus ganz Bayern ausgezeichnet – darunter viele aus Ostbayern. Die ausgezeichneten Bauten erfüllen nicht nur funktionale Anforderungen, sondern überzeugen durch ihre Ausstrahlung, ihre Formsprache und ihre emotionale Wirkung. 




MEHR INFOS
ZUM PREIS

Und wer selbst auf Entdeckungstour gehen will, findet Inspiration hier:

www.ostbayern-tourismus.de/architekturtourismus

PILGERN, INNEHALTEN, KRAFT SCHÖPFEN

Spirituelle Wege

DURCH BAYERISCH-SCHWABEN

Manchmal braucht es nur einen Schritt hinaus – und schon wird der Weg zum Ziel. Wer in Bayerisch-Schwaben unterwegs ist, spürt ihn schnell: den Zauber der Stille. Für Menschen, die eine spirituelle Auszeit suchen, ist diese Region ein echter Geheimtipp. Ob beim Pilgern auf alten Wegen, beim Rückzug ins Kloster oder beim Entdecken sakraler Schätze – hier kommt man sich selbst wieder näher.

Der bayerisch-schwäbische Jakobsweg – Teil des berühmten europäischen Pilgernetzes – lädt dazu ein, das Gehen als Ritual zu erleben. Über sanfte Hügel, durch lichte Wälder und malerische Dörfer führt der Weg von Oettingen im Ries durch das Lechtal nach Augsburg und weiter Richtung Alpen. Auch durch das Wittelsbacher Land verläuft eine Route nach Augsburg. Pilgern entschleunigt, schafft Weite im Denken – und bringt dich dir selbst näher. Schöner Startpunkt: die Pilgerskulptur

vor der evangelischen St. Jakobskirche in Oettingen.

KRAFTORTE ENTDECKEN: KIRCHEN, KLÖSTER UND KAPELLEN

Bayerisch-Schwaben ist reich an sakraler Architektur, an stillen Zeugnissen des Glaubens und der Geschichte. Barocke Prachtkirchen, liebevoll gepflegte Dorfkapellen und lebendige Klöster laden zum Verweilen ein. Ein besonderer Tipp sind die Sieben Kapellen im Donautal: moderne Holzbauten entlang

idyllischer Radwege, architektonisch wie spirituell einzigartig. Ab Sommer dieses Jahres begleitet eine neue Lauschtour diesen Weg – eine akustische Reise mit Stimmen der Architekten, die Aktivsein und Achtsamkeit verbindet.

SCHLAFEN HINTER KLOSTERMAUERN

Manchmal ist ein Tag nicht genug. In den weltoffenen Klöstern Bayerisch-Schwabens kann man nicht nur verweilen, sondern auch übernachten – und in ganz besonderer Atmo-



© Wemding, D. Denger



© TVABS, H. Grandel



© TVABS, Fouad-Vollmer



sphäre neue Kraft schöpfen. Das Hotel Kloster Holzen bietet stilvolle Zimmer, Wohlfühlküche und himmlische Ruhe. In Oberschönenfeld laden Gästehaus, Meditationsraum und Klostergarten zur inneren Einkehr. In Ursberg warten neben dem Klosterbräuhaus ein Klosterladen, eine Hostienbäckerei und sogar ein historischer Kostümverleih.

RÜCKZUG & BEGEGNUNG

Jeder Ort hat seinen eigenen Klang: das sanfte Plätschern des Wassers am Altar von

Maria Brunnlein in Wemding, die meditative Stille im Efeu-Labyrinth von Kloster Roggenburg, das Staunen beim Betreten der puristischen Moritzkirche in Augsburg oder der barocken Frauenkirche in Günzburg, einer Vorläuferin der berühmten Wieskirche.

Auch kulturell und kulinarisch bietet das spirituelle Bayerisch-Schwaben viel: Konzerte in Klosterhöfen, Brotbackkurse, Taizé-Gebete und regionale Wochenmärkte – etwa in Kloster Wattenhausen – sorgen für Inspiration und sinnliche Erlebnisse.

PILGERTIPP DONAUWÖRTH

Gleich mehrere Pilgerwege – vom Jakobsweg über die Via Romea bis hin zu Jerusalem- und Wolfgangweg – kreuzen sich in der charmanten Donaustadt Donauwörth, die Pilger herzlich empfängt. In der Tourist-Info gibt es einen praktischen Leitfaden – ideal, um Kraft zu tanken und neu aufzubrechen. ☺

Für weitere Informationen:
www.bayerisch-schwaben.de



SPIELEN, STAUNEN, ENTDECKEN – EINE ERFOLGSGESCHICHTE DER GANZ BESONDEREN ART

Spiele

dringend erwünscht!

Spiele macht glücklich, hält jung, fördert die Gemeinschaft, Motorik und Wahrnehmung. In Oberbayern laden Naturspielplätze, Erlebnispfade oder interaktive Angebote dazu ein, spielerisch Landschaft, Natur und Kultur zu erleben.

Unsere 13 Tipps FÜR JUNG UND ALT

2. Inklusions- spielplatz Miesbach:

Ein barrierefreier Abenteuer-Spielplatz, der inklusives Spielen und Begegnungen fördert.
www.instagram.com/inklusionsspielplatz_miesbach/

4. Werkstatt für Musik, Kunst und Natur:

Die MuKuNa-Werkstatt für Kinder in der Region Starnberg-Ammersee bietet kreative Kunst- und Naturkurse, in denen Kinder mit verschiedenen Techniken und Materialien gestalten, forschen und ihre Ideen umsetzen können.
<https://mukuna-werkstatt.de/>

1. Bauerngolf Samerberg:

Eine unterhaltsame Mischung aus Minigolf und Bauernhof-Erlebnis, bei der mit Holzschlägern und Bällen über Wiesen gespielt wird.
www.bauerngolf-samerberg.de

3. Entdeckungsreise Mittenwald, Krün und Wallgau:

Eine spannende Schnitzeljagd durch die Region mit Überraschungen am Ziel.
www.alpenwelt-karwendel.de

5. Schnitzeljagd über die weltlängste Burg:

Kinder lösen mit der Magd Sophie Rätsel und erkunden dabei die Burg Burghausen.
www.visit-burghausen.com



6. Geocaching in Landsberg am Lech:

Eine digitale Schnitzeljagd führt durch die Altstadt und vermittelt spielerisch Geschichte.
<https://de.actionbound.com/bound/TestversionLL>

7. Heldenverlies München:

Super Schlechtwetteralternative:
 Das interaktive Abenteuer in einem Fantasy-Labyrinth.
<https://heldenverlies.de/>

8. Bergtierpark Blindham:

Ein naturnah gestalteter Tierpark mit vielen heimischen Wildtieren.
www.bergtierpark.de

9. Märchenwald Isartal:

Ein zauberhafter Freizeitpark mit liebevoll gestalteten Märchenwelten.
<https://maerchenwald-isartal.de>

10. Virtuell eintauchen in Geschichte, Kunst, Technologie und vor allem die Stadt:

Das geht in immersiven Ausstellungsformaten in München. So können Interessierte bei TimeRideGO an einer immersiven Stadtführung mit VR-Brille teilnehmen oder Kinder die neu renovierte Archäologische Staatssammlung gemeinsam mit der virtuellen Hausschlange „Sissi“ erkunden.
www.muenchen.travel

11. Walderlebnispfad im Ebersberger Forst:

Wandern, Wildschweine beobachten und Wissenswertes über die Waldnatur lernen – hier gibt es für junge Naturforscher viel zu entdecken.
www.naturorte.de/walderlebnispfad-ebersberger-forst-hohenlindener-sauschuet

12. Spielplatz-Erlebnissrunde bei Weilheim:

Unweit von Weilheim lädt die Runde auf fünf Stationen mit viel Phantasie und Liebe zum Klettern, Buddeln, Bauen und Wassertritscheln ein.
www.erlebnissrunde.marnbach-deutenhausen.de

13. Tierisch gut – Eselwanderung am Starnberger See:

In tierischer Begleitung den bildhübschen See bewundern und König Ludwigs Spuren nachfühlen.
www.eselwandern.bayern



Weitere Tipps
 gibt es hier:
www.oberbayern.de/erleben/familienzeit



DIGITALE UNTERSTÜTZUNG IM GASTGEWERBE

Wie Künstliche Intelligenz DEN HOTELALLTAG ERLEICHTERN KANN

Von automatisierten Antwortvorschlägen bis hin zu kreativen Menüideen: KI-Systeme wie ChatGPT halten auch im Gastgewerbe Einzug. Richtig eingesetzt, können sie Arbeitsabläufe vereinfachen, neue Impulse geben und zur Gästezufriedenheit beitragen – ohne den menschlichen Faktor zu ersetzen, schreibt Gastautor Simon Qualmann.

Auch viele Partnerfirmen des DEHOGA Bayern bieten Unterstützung mit oder beim Thema KI an, nähere Informationen finden Sie unter www.dehoga-branchenpartner.bayern



Künstliche Intelligenz, kurz KI, ist längst keine Zukunftsmusik mehr. Spätestens seit der breiten Verfügbarkeit von Programmen wie ChatGPT ist sie auch im Alltag vieler Menschen angekommen. Doch welchen Nutzen kann KI konkret für Hotels und Gastronomiebetriebe haben – gerade in Zeiten von Personalmangel, steigenden Anforderungen und begrenzten Ressourcen?

Die kurze Antwort: In vielen Bereichen kann KI tatsächlich unterstützen – vorausgesetzt, sie wird mit Bedacht eingesetzt. Dabei geht es nicht um einen Ersatz für menschliche Fachkräfte, sondern um ein zusätzliches Werkzeug, das entlasten und inspirieren kann.

WAS IST KI ÜBERHAUPT?

Vereinfacht gesagt handelt es sich bei generativer KI um Programme, die mithilfe großer Datenmengen trainiert wurden, um neue Inhalte zu erzeugen – etwa Texte, Bilder oder sogar Programmcodes. Systeme wie ChatGPT analysieren Sprache, erkennen Muster und geben auf dieser Basis passende Antworten. Wer in WhatsApp „Alles Gute zum...“ schreibt, kennt bereits das Prinzip: Die Software schlägt das wahrscheinlichste nächste Wort vor – meist „Geburtstag“. ChatGPT geht deutlich weiter und kann ganze Texte erstellen oder Vorschläge machen, wenn man es mit einer passenden Eingabe – einem sogenannten „Prompt“ – füttert.

WO KI IM GASTGEWERBE HELFEN KANN

Die Einsatzmöglichkeiten sind vielfältig. Einige Beispiele:

- **Ideen entwickeln:** Für Frühstücksbuffets, Social-Media-Aktionen oder saisonale Angebote lassen sich mit einem gut formulierten Prompt kreative Impulse erzeugen.
- **Texte formulieren:** Ob Newsletter, Speisekarte oder Website – KI kann beim Formulieren unterstützen oder bestehende Texte sprachlich überarbeiten.
- **Gästefeedback auswerten:** Wer regelmäßig Rückmeldungen sammelt, kann diese mithilfe von KI zusammenfassen und Muster erkennen lassen – etwa häufig genannte Kritikpunkte.
- **Antwortvorschläge erstellen:** Besonders bei schwierigen Online-Bewertungen hilft ein nüchterner, professioneller Blick. Eine KI kann empathische Textentwürfe liefern, die als Grundlage dienen.

BEISPIELHAFTE ANWENDUNGSFRAGEN

Ein gelungener KI-Einsatz beginnt mit einer klaren Formulierung. Etwa so:

- „Formuliere einen freundlichen Antworttext auf folgende negative Google-Bewertung.“
- „Erstelle zehn kreative Frühstücksideen für unser Buffet, die wenig kosten und Gäste begeistern.“

- „Verfasse eine appetitliche Beschreibung für unser neues Gericht: Zanderfilet auf Spargelragout.“

WORAUF ES BEI DER NUTZUNG ANKOMMT

Damit die Antworten tatsächlich hilfreich sind, kommt es auf den richtigen Prompt an. Wer knapp und ungenau formuliert, bekommt entsprechend vage Ergebnisse. Wer jedoch klar beschreibt, was er möchte – mit Zielgruppe, Stil und Zweck – erhält deutlich bessere Vorschläge. Einige Tipps für die Formulierung von Prompts finden Sie hier:

1. **Rolle zuweisen (Persona):** Sagen Sie der KI, wer sie sein soll. Das hilft ihr, den richtigen Ton und Stil zu treffen.

„Du bist ein erfahrener Social-Media-Manager spezialisiert auf Landhotels...“

2. **Zielgruppe definieren (Ziel-Persona):** Für wen ist das Ergebnis gedacht? Wer soll angesprochen werden?

„...sprich vor allem Wochenend-Urlauber und Radfahrer an...“

3. **Aufgabe klar formulieren:** Was genau soll die KI tun? Seien Sie spezifisch.

„...als kurze, ansprechende Textabschnitte mit jeweils 3 passenden Hashtags.“

4. **Output definieren:** In welchem Format möchten Sie die Antwort? Als Liste? Als Tabelle? Als Fließtext?

„...erstelle 3 kreative Vorschläge für Instagram, der das neue eBike-Angebot bewirbt.“

5. **Kontext geben:** Liefern Sie wichtige Hintergrundinfos, wenn relevant (z.B. über Ihr Haus, Ihre Werte, besondere Angebote, den Anlass).

FAZIT

KI ersetzt keine Gastgeberin, keinen Koch und kein persönliches Gespräch mit dem Gast. Aber sie kann Routineaufgaben erleichtern, kreative Prozesse unterstützen und dabei helfen, den eigenen Betrieb zukunftsfähig zu machen. Gerade kleinere Betriebe profitieren davon, wenn sie erste Schritte wagen – mit kostenlosen Tools und klaren Erwartungen. ☺

ÜBER DEN AUTOR

Simon Qualmann ist CEO der Lernlust GbR und Experte für Lernen, Personalentwicklung und den sinnvollen Einsatz digitaler Werkzeuge im Unternehmenskontext. Mit [lernlust] unterstützt er Unternehmen und Einzelpersonen dabei, komplexe Themen wie KI verständlich aufzubereiten und praxisnah nutzbar zu machen – immer mit dem Ziel, Lernen und Arbeiten effektiver und motivierender zu gestalten. Mehr Infos: www.lernlust.de



Die Gewinner:

(v.l.) Maria Gantner, Valentin Wisgott,
Jana Meier und Alea-Marie Ranneberg

SPITZENLEISTUNGEN IM GASTGEWERBE-NACHWUCHS

Bayerische Jugendmeister 2025 in der Allianz Arena gekürt

Vier junge Nachwuchstalente sichern sich den Titel bei den Bayerischen Jugendmeisterschaften in den gastgewerblichen Ausbildungsberufen. In der Allianz Arena überreichen Kultusministerin Anna Stolz und DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer die Preise – unter den Gästen auch Fußball-Legende Uli Hoeneß.

Die besten gastgewerblichen Nachwuchskräfte Bayerns stehen fest: Valentin Wisgott (Fachmann für Restaurant und Veranstaltungsgastronomie), Alea-Marie Ranneberg (Kauffrau für Hotelmanagement), Maria Gantner (Hotelfachfrau) und Jana Meier (Köchin) überzeugten beim zweitägigen Landeswettbewerb mit Können, Präzision und Servicequalität. Austragungsort war die Münchner Allianz Arena – ein stimmungsvoller Rahmen, der durch die Anwesenheit von Ehrengast Uli Hoeneß eine besondere Note erhielt.

Bei der Mannschaftswertung setzte sich erneut die Städtische Berufsschule für Hotel-, Gaststätten- und Braugewerbe München an die Spitze. Die praktische Prüfung umfasste unter anderem das Eindecken von Tischen, die Zubereitung eines Menüs aus einem Warenkorb sowie professionelle Gästebetreuung. „Ich bin stolz auf unsere Nachwuchstalente, die hier durch beeindruckendes fachliches Know-how glänzen“, sagte Bayerns Kultusministerin Anna Stolz bei der feierlichen Preisverleihung. Auch DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer lobte das Engagement der 41 jungen

Teilnehmer, die beeindruckende Leistungen gezeigt hätten. „Schon die Teilnahme an den Bayerischen Jugendmeisterschaften ist erfahrungsgemäß ein hervorragender Startpunkt für eine erfolgreiche Laufbahn in unserer vielfältigen und spannenden Branche“, so Inselkammer. Den Jugendmeisterschaften wohnten außerdem die neue Geschäftsführerin des Geschäftsbereichs Berufsbildung und Fachkräftesicherung des DEHOGA Bayern, Catherine Karanja, ihre Stellvertreterin Maria Oppermann sowie der Influencer Sandro Cap bei. ☺



© alle Fotos: Hendrik Steffens



ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK:

Köche:

1. Jana Meier (Wellness & Natur Resort Reischlhof, Wegscheid)
2. Hans Oertl (Roland Juffler GmbH, München)
3. Katharina Heß (Sebastianihof, Schalkham)

Hotelfachleute:

1. Maria Gantner (Hotel Bayerischer Hof, München)
2. Johann Schindler (SORAT Insel-Hotel, Regensburg)
3. Anna-Lena Erras (Wellness & Natur Resort Reischlhof, Wegscheid)

Restaurantfachleute:

1. Valentin Wisgott (Maritim Hotel, Ingolstadt)
2. Anna Lina Leupold (Der Birkenhof Spa und Genuss Resort, Neunburg vorm Wald)
3. Luca Paolo Scimia (Landhotel Weißes Ross, Illschwang)

Hotelkaufleute:

1. Alea-Marie Ranneberg (Parkhotel Frank, Oberstdorf)
2. Tanya Lindorfer (Platzl Hotel Inselkammer, München)
3. Leander Hausmann (Parkhotel Frank, Oberstdorf)

BARRIEREFREIHEIT IM TOURISMUS

Inklusion inklusive:

„Reisen für Alle“ macht Betriebe zukunftsfest

Barrierefreier Tourismus ist mehr als ein Service – er ist ein stark wachsender Markt mit enormem Potenzial. Die bundesweit gültige Kennzeichnung „Reisen für Alle“ schafft Klarheit, Vertrauen und echte Wettbewerbsvorteile für Gastgeber mit Weitblick.

Reisen für Alle 



Etwa zehn Millionen Menschen in Deutschland leben mit einer Behinderung. Für sie ist eine barrierefreie Umgebung keine angenehme Ergänzung, sondern die Voraussetzung für eine gelungene Reise. Auch ältere Gäste und Familien mit Kindern stellen hohe Ansprüche an Zugänglichkeit, Orientierung und Komfort. Touristische Anbieter, die diese Bedürfnisse ernst nehmen, tun nicht nur etwas für mehr Teilhabe – sie sichern sich auch einen zukunfts-fähigen Marktanteil.

Barrierefreier Urlaub ist eines der am stärksten wachsenden Segmente im Tourismus – nicht zuletzt wegen des demografischen Wandels. Wer frühzeitig investiert, sendet ein klares Signal: Alle sind willkommen.

WAS STECKT HINTER „REISEN FÜR ALLE“?

„Reisen für Alle“ ist die bundesweit gültige Kennzeichnung für barriere-freies Reisen. Sie schafft Transparenz – für Gäste und Betriebe gleicher-maßen. Die Besonderheit: Die Erfassung aller relevanten Informationen erfolgt vor Ort durch speziell geschulte Experten und nach einem

einheitlichen Kriterienkatalog. Dieser wurde in enger Abstimmung mit Betroffenenverbänden, Touristikakteuren und Fachstellen entwickelt.

Neben Unterkünften können auch Gastronomiebetriebe, Museen, Freizeitangebote, Wander- und Radwege, Naturparks, Städte und ganze Regionen zertifiziert werden. Alle drei Jahre wird die Kennzeichnung überprüft und aktualisiert.

KONKRETE VORTEILE FÜR GASTGEBER

Die Vorteile für Betriebe, die sich an „Reisen für Alle“ beteiligen, sind vielfältig:

- **Ökonomisches Potenzial:** Die Nachfrage nach barrierefreien Angebo-ten wächst stetig – nicht nur bei Menschen mit Einschränkungen.
- **Breite Zielgruppenansprache:** Auch ältere Reisende und Familien profitieren vom barrierefreien Angebot und fühlen sich gezielt ange-sprochen.
- **Verlässlichkeit und Transparenz:** Gäste finden geprüfte, objektive Informationen zu Zugänglichkeit und Nutzbarkeit.
- **Keine Pflicht, aber viel Wirkung:** Die Teilnahme ist freiwillig – aber sie zeigt Eigeninitiative, Nachhaltigkeitsbewusstsein und gesellschaft-liches Engagement.
- **Wissen stärken:** Bis zu zehn Mitarbeitende pro Betrieb können kos-tenfrei an einem Online-Seminar zur Sensibilisierung teilnehmen.
- **Soziale Nachhaltigkeit:** Chancengleichheit und Reisefreiheit wird gefördert.

FÜR WEN IST BARRIEREFREIER TOURISMUS RELEVANT? FÜR ALLE.

Barrierefreies Reisen ist...

- ... für rund **10 Prozent** der Bevölkerung unentbehrlich,
- ... für rund **40 Prozent** hilfreich,
- ... und für **100 Prozent** komfortabel.

Das System „Reisen für Alle“ berücksichtigt sieben Gästegruppen mit besonderen Anforderungen: Menschen mit Gehbehinderung, Rollstuhl-nutzende, Menschen mit Seh- oder Hörbehinderung, Blinde, Gehörlose und Menschen mit kognitiver Beeinträchtigung.

Auf www.reisen-fuer-alle.de finden sich alle Informationen gebündelt – inklusive detaillierter Beschreibungen und Fotos der teilnehmenden Betriebe.

JETZT AKTIV WERDEN

Wer barrierefreie Angebote schafft, baut nicht nur Hindernisse ab, sondern auch Brücken zu neuen Zielgruppen. Gastgeberinnen und Gastgeber, die Teil des Systems „Reisen für Alle“ werden möchten, können sich direkt an die **Bundeskoordinierungsstelle Bayern Tourist GmbH** wenden.

Kontakt: bundeskoordinierung-rfa@btg-service.de
Infos und Ansprechpartner: www.reisen-fuer-alle.de



© DZT Jens Wegener



PERSÖNLICH. DISKRET. UNVERZICHTBAR.

EIN MANN FÜR alle Wünsche

Immer freundlich, immer diskret – und fast immer unsichtbar. In unserer Rubrik „Stille Stars“ erzählen wir die Geschichten derjenigen, die im Hintergrund mitdenken, mitfühlen – und mit vollem Einsatz dafür sorgen, dass sich Gäste rundum wohlfühlen. Concierge Tobias Lindner sorgt im Bayerischen Hof dafür, dass selbst ausgefallene Gästeanliegen Realität werden. Manchmal braucht es dafür Improvisationstalent – und manchmal einen Helikopter.

In dem Münchner 5-Sterne-Haus kümmert er sich gemeinsam mit seinen fünf Kollegen rund um die Uhr um das Wohlbefinden der Gäste. Eigentlich wollte der gebürtige Westfale beruflich als Wirtschaftsinformatiker durchstarten. „Während der Wartezeit auf einen Studienplatz arbeitete ich in verschiedenen Hotelbetrieben. Da entdeckte ich die Liebe zu diesem Beruf. Der Job ist unglaublich vielfältig und spannend. Man ist sehr nah am Menschen.“

GLANZ, GLAMOUR – UND VERSCHWIEGENHEIT

Wie bereitet man sich als Concierge auf die Gäste vor? „Normalerweise haben wir vier bis acht Wochen Zeit. Die meisten Gäste planen ihren Aufenthalt frühzeitig. Wir verschaffen uns dann erstmal einen groben Überblick: Wer reist an? Wer begleitet den Gast? Unter welchen Umständen kommen sie – für eine Feier, eine Veranstaltung? Was ist zeitgleich in München los? Welche Wünsche hatten sie beim letzten Mal? Am Anreisetag werden die Gästewünsche mit dem Empfang durchgesprochen.“

Manche Wünsche brauchen Zeit. „Ein Bett nach Süden ausgerichtet, kein Zimmer mit der Nummer vier, nur bestimmtes Wasser oder Gäste, die mit Schildkröten anreisen.“ Andere

Wünsche entstehen spontan. Dann zählt Improvisationstalent – wie beim Organisieren eines Helikopters oder eines Straußes roter Rosen an Feiertagen. Wichtig: Diskretion. „Alles sehen und hören, nichts sagen.“

DAS MAGISCHE DREIECK

Kommt es vor, dass er einen Wunsch nicht erfüllen kann? „Auch das passiert. Es gibt ein ‚magisches Dreieck‘: Ein Wunsch muss logisch, finanzierbar und zeitlich machbar sein. Wenn das nicht gegeben ist, zählt Kommunikation. Ich frage dann: Was steckt hinter dem Wunsch? Ist er emotional aufgeladen – wie etwa ein bestimmtes Restaurant zum Hochzeitstag? Das hilft, passende Alternativen zu finden.“

DAS CONCIERGE-NETZWERK

Nichts geht in diesem Job ohne ein hervorragendes Netzwerk. Ein Concierge muss wissen, was, wann, wo in „seiner“ Stadt passiert. Tobias Lindner ist ein gern gesehener Gast – bei Vernissagen, Konzerten oder Restaurantöffnungen, denn die Betriebe wissen: Wenn Lindner sie kennt und schätzt, kann das für sie nur von Vorteil sein. „Wenn ich weiß, was wo passiert, kann ich Gäste besser beraten. Sie kommen oft überinformiert – aber ohne klare Orientierung. Der Concierge ist ihnen als

Begleiter und Berater eine enorme Hilfe.“ Auch untereinander ist die Hilfsbereitschaft groß: „Ich kann jederzeit Kollegen aus ganz Deutschland um Hilfe bitten.“

MÜNCHEN, DIE STADT ZUM MITMACHEN

Was erwarten Gäste von der Stadt? Kultur, Tradition, Brauchtum – und das bekommen sie auch. „München ist eine Stadt zum Mitmachen. Ein Beispiel ist das Hofbräuhaus: touristisch, ja – aber mit echter Stammtischkultur. Im Wirtshaus gibt's keinen Zweiertisch. Das ist gelebtes Miteinander. In Paris ist das anders – da sitzen Touristen und Einheimische meist getrennt.“

DIE ZUKUNFT DER ZUNFT? ROSIG!

Concierges sind Spezialisten, Menschen-Versther, Improvisationskünstler. Ist das im Zeitalter der Digitalisierung noch gefragt? „Auf jeden Fall! Persönliche Bindung ist unglaublich wertvoll. Viele Gäste kommen über Jahre, ich sehe ihre Kinder aufwachsen. Diese Wiedererkennung kann kein Algorithmus ersetzen.“ Auch nach der Pandemie sei die Wertschätzung spürbar gestiegen. „Unser Team ist seit sechs Jahren gleich. Wir kommen aus unterschiedlichen Bereichen – Mode, Sozialwissenschaften, Bankwesen – und bringen individuelle Stärken mit. Ein echter Vorteil für unsere Gäste.“

STILLE STARS

**Skurrile
Gästewünsche?
„Ich hab‘ auf-
gehört mich
zu wundern.“**



DIE ZUKUNFT IN HÄNDEN – KONZEPTE MIT SEELE

ZUKUNFT GESTALTEN STATT GEGENWART VERWALTEN


**ISABELLAS
KOLUMNE**

Isabella Hren, Vorstand der Bayerischen Gastgeber AG und Geschäftsführerin der Bayern Tourist GmbH (BTG), über Gastronomiebereiche mit Wachstumschancen und aktuelle Möglichkeiten, dem Spartrend der Gäste zu trotzen.

Das Foodservice-Forum 2025 in Hamburg verzeichnete im März rund 2.000 Fachteilnehmer. Es wurde viel diskutiert – mitunter darüber, wo die Gastronomie heute steht und welche Erfolgsgeschichten nachahmenswert und zukunftsfruchtig sind. Die Top-100-Gastronomiebetriebe verzeichneten 2024 zwar ein Plus von 2,4 Prozent bei ihren Nettoumsätzen, doch sie sind in Wahrheit nicht der Markt, weil sie einen Anteil von nur 20 Prozent präsentieren. Die verbleibenden Betriebe, zu denen auch die gesamte Individualgastronomie gehört, kämpften mit einem Minus von 3,4 Prozent.

Das Umfeld bleibt herausfordernd: Die Besucherzahlen sinken aufgrund der schlechten Konsumstimmung, getrieben von wirtschaftlicher Unsicherheit und gestiegenen Lebenshaltungskosten. Gäste achten besonders auf ihre Ausgaben, kommen weniger oft, entscheiden sich für günstigere Angebote und bestellen beim Restaurantbesuch weniger.

Welche Möglichkeiten haben Gastronomen, dieser Entwicklung zu trotzen? Was funktioniert – und was ist zu tun? Ein Überblick:

QUALITÄT IST TRUMPF

Die Gäste sind und bleiben sehr preissensibel und überlegen genau, wofür sie ihr Geld ausgeben. Deshalb gilt: Auf keinen Fall die Qualität reduzieren.



KONZEPT UND PRODUKTE HINTERFRAGEN

Individualität ist das Salz in der Suppe. Gäste suchen nach Konzepten mit Seele – nach Orten, an denen sie eine Auszeit vom Alltag nehmen können. Sie wollen etwas Besonderes erleben und die Authentizität der Gastgeber spüren. Verbundenheit und Gemeinschaft schaffen Glücksmomente. Dabei ist Aufmerksamkeit der Schlüssel: Was können Gastgeber tun, um die Qualitätszeit mit dem Gast zu erhöhen? Wenn besondere Glücksgefühle entstehen, tritt der Preisvergleich in den Hintergrund.

ACHTUNG BEIM EINKAUF

Qualitätsbewusstsein beginnt beim Einkauf. Deshalb sollte man keinesfalls an der Ware sparen. Um dennoch die Kosten im Griff zu behalten, gilt es, den Einkauf gut zu organisieren und kostenoptimiert zu gestalten. Tipp: Komponenten auf der Speisekarte reduzieren oder bündeln. Weniger Komplexität erleichtert den Einkauf und reduziert Verluste.

PROMOTION UND NIEDRIGER PREISEINSTIEG

Konsumenten suchen verstärkt nach Spezialangeboten. Es lohnt sich, Kombinationen anzubieten – etwa mit einem kostenlosen Dessert oder Kaffee –, denn das steigert das Preis-Leistungs-Gefühl.

Zusätzlich sollten ausgewählte Gerichte gezielt preisgünstig platziert werden, um den Einstieg zu erleichtern. Auch vegetarische und vegane Optionen in raffiniert interpretierten Rezepten schaffen Aufmerksamkeit – und erzielen oft höhere Deckungsbeiträge.

LOYALITÄT FÖRDERN

Ein Gutschein auf der Rechnung für den nächsten Besuch oder eine klassische Treuekarte kommen wieder gut an und stärken die Kundenbindung.

MITNAHME UND LIEFERSERVICE

Die Nachfrage nach To-Go-Optionen und Lieferdiensten wächst weiter stark. Es lohnt sich, das eigene Angebot entsprechend auszurichten – etwa durch Kooperationen mit Lieferplattformen oder den Ausbau eigener Services.

WACHSTUMSCHANCEN BEIM FRÜHSTÜCK

Lebensstile verändern sich – immer mehr Menschen essen unterwegs. Frühstück entwickelt sich zum Trend, „Breakfast & Brunch“ zum sozialen Event – auch zu späteren Uhrzeiten. All-Day-Breakfast-Konzepte bieten zusätzlich den Vorteil: Frühstücksprodukte bestehen meist aus günstigeren Rohstoffen und bringen höhere Deckungsbeiträge als klassische Hauptgerichte. Zudem sind hübsch angerichtete Frühstücke „Instagram-tauglich“ und sorgen für Sichtbarkeit in den sozialen Medien. ☕



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

Dienstleistungen der Bayern Tourist GmbH

ZERTIFIZIERUNGEN & KLASSIFIZIERUNG

QUALITÄT MACHT DEN UNTERSCHIED

- Hotelsterne
- Ausgezeichnete Genusssküche & 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

PROTEINREICH, FETTARM, VIELSEITIG

Buttermilch - figurfreundliches, proteinreiches Superfood

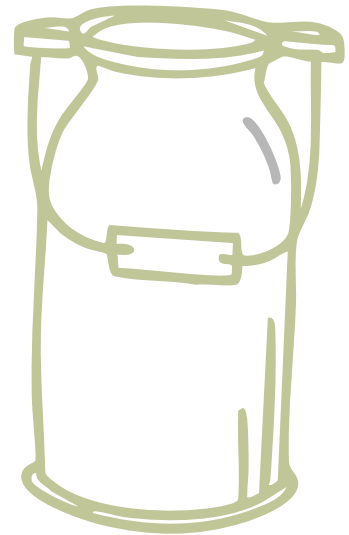
Kaum Fett, aber voller Power: Buttermilch ist nicht nur figurfreundlich, sondern auch ein natürlicher Eiweißlieferant mit hoher biologischer Wertigkeit. Ob pur, im Shake oder in der Küche – jetzt ist sie wieder im Gastro-Sortiment der Molkerei Berchtesgadener Land erhältlich.

Wer weiß, wie Buttermilch hergestellt wird, der versteht, warum sie super wenig Fett und Kalorien enthält, dafür aber ein echter Protein-Booster ist. Wird Schlagrahm geschlagen, entstehen Butter und Buttermilch. Während Butter über 83 % Fett enthält, weist Buttermilch immer unter 1 % Fett auf und ist reich an essentiellen Aminosäuren. Sie besitzen eine hohe biologische Wertigkeit. Das bedeutet: Diese Proteine können besonders effizient

in Muskelmasse umgewandelt werden. Deshalb ist Buttermilch ein optimaler Protein-spendender, der sich bestens für die Ernährung nach dem Sport und in der Muskelaufbauphase eignet.

BUTTERMILCH - KALORIENARMES BASISPRODUKT FÜR DIE KÜCHE

Buttermilch ist vielfach in der Küche einsetzbar: Sei es pur als Erfrischungsgetränk, als Basis für Fruchtsakes oder Tortenfüllungen,



zur Herstellung von Buttermilchbrot oder -brötchen, zum Marinieren von Wildfleisch oder als erfrischende Gemüse- oder Frucht-Kaltschale.

BUTTERMILCH - JETZT WIEDER FÜR DIE GASTRO IM ANGEBOT

Von April bis Oktober ergänzt Frische Buttermilch nun wieder – neben Milch, Joghurt, Schlagrahm, Speisequark und Sauerrahm – das Gastrosortiment der Molkerei Berchtesgadener Land. Die Abfüllung erfolgt unter Sterilluftbedingungen in Kunststoffeimer aus Polypropylen, die mit Deckeln mit Originalitätsverschluss luftdicht verschlossen sind. Eine Kippvorrichtung sorgt für einfaches Öffnen und der breit ausgeformte Kunststoffhenkel ermöglicht komfortables Tragen. Und die Gäste lieben es im Gastgarten eine erfrischende Berchtesgadener Land Buttermilch zu trinken.



UNTERNEHMENSKONTAKT:

Pirmin Gollinger, Verkauf Gastro
pirmin.gollinger@molkerei-bgl.de
www.bergbauernmilch.de

GENUSSKULTUR AUS BAYERN

EDEL GEBRANNT – UND MIT LIEBE GEREIFT

Bayerns beste Edelbrenner zeigen, wie viel handwerkliche Leidenschaft, Naturverbundenheit und sensorische Raffinesse in einem einzigen Glas Edelbrand stecken kann. Ein Hochgenuss – nicht nur für die Gäste, sondern auch für Gastronomen mit feinem Gespür.

Die Kultur des Brennens von Edelobstbränden, Geisten und Likören besitzt in Bayern eine lange und traditionsreiche Geschichte. Insbesondere in Franken, in der Bodenseeregion und im Südosten des Freistaats prägen Streuobstwiesen das Landschaftsbild – und liefern die wohlschmeckenden Früchte für die edlen Tropfen. Ihre ökologische Bedeutung ist enorm – und zugleich Basis einer feinen Genusskultur, die in Bayerns Brennereien mit viel Können, Geduld und Hingabe gepflegt wird.

Diese Edelbrände sind weit mehr als ein Digestif: Sie stehen für fruchtige Aromen, betörende Düfte und bewussten Genuss. Wer sie serviert, lädt zum Innehalten ein – für einen Moment, der in Erinnerung bleibt.

SENSORIK TRIFFT HANDWERK – EINBLICK FÜR PROFIS

Anfang April führten Bayerns beste Edelbrenner, ausgezeichnet mit dem Bayerischen Staatsehrenpreis für Edelbrenner 2024, gemeinsam mit den Edelbrand-Sommeliären Sieglinde Pointner und Denise Meyer sowie Fachberater Mathias Krönert zwei exklusive Verkostungsveranstaltungen für die Gastronomie durch. Ziel war es, Gastgebern die Vielfalt, Komplexität und Wertigkeit dieser Destillate näherzubringen – und sie für neue Impulse auf der Getränkekarte zu begeistern.

Jede Frucht bringt ihre ganz eigenen Aromen hervor – abhängig von Bodenbeschaffenheit, Sonnenstunden und Reifezeitpunkt. Der Bren-

ner entscheidet nicht nur über die Auswahl und den optimalen Erntezeitpunkt, sondern auch über das Verfahren der Verarbeitung und Lagerung. So entsteht Charakter im Glas. Ein guter Edelbrand ist frei von handwerklichen Fehlern wie störender Schärfe – und bringt das Wesen der Frucht in ihrer aromatischen Vielfalt zum Ausdruck.

SERVIERTIPP: STILVOLL GENIESSEN

Ein Edelbrand gehört in ein tulpenförmiges Glas: Die Form bündelt die Aromen am Kamin, der lange Stiel verhindert störende Fremdgerüche von der Hand. Genossen wird langsam, aufmerksam und mit Hingabe – denn nur so entfaltet sich das volle sensorische Erlebnis. Wer seinen Gästen nach einem Menü oder zum Dessert etwas Besonderes anbieten möchte, kann mit einem gut ausgewählten Edelbrand statt Espresso oder Süßwein neue Genusswege eröffnen.

BAYERNS BESTE – REGELMÄSSIG PRÄMIERT

Alle zwei Jahre messen sich Bayerns Brenner bei der BayernBrand-Prämierung. Die eingereichten Destillate werden an der Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau (LWG) analysiert und sensorisch geprüft. Nach mehreren Blindverkostungen werden die zehn besten Edelbrenner des Landes mit dem Bayerischen Staatsehrenpreis für Edelbrenner ausgezeichnet.

Mehr über Bayerns Beste und die Vielfalt der Edelbrände unter:
www.bayern-brand.de

GENUSSKAMPAGNE RUND UM REGIONALITÄT

REINE GESCHMACKS- SACHE:

BAYTM STARTET NEUE GENUSSKAMPAGNE FÜR DEN TOURISMUS IN BAYERN

Mit der Kampagne „Urlaub in Bayern – Reine Geschmackssache“ setzt die Bayern Tourismus Marketing neue Maßstäbe in der Kommunikation von Genuss und Regionalität.

In Bayern beginnt Genuss nicht erst auf dem Teller, sondern dort, wo Landschaft, Handwerk und Gastfreundschaft sich verbinden. Mit der neuen Kampagne „Urlaub in Bayern – Reine Geschmackssache“ rückt die Bayern Tourismus Marketing (BayTM) in diesem Jahr die Kulinarik als integralen Bestandteil des touristischen Gesamterlebnisses in den Mittelpunkt.

TOURISMUS ALS BÜHNE FÜR KULINARIK: GENUSS ALS EMOTIONALES BINDEGLIED

Genuss wird im Rahmen der Kampagne nicht als reines Produktversprechen verstanden, sondern als sinnliches Erlebnis, das tief in den regionalen Landschaften, der Kultur und der Identität Bayerns verwurzelt ist. Statt einzelner Produkte stehen touristisch relevante Motive im Fokus: Erlebnisse, Landschaften, Begegnungen. So wird die kulinarische Vielfalt Bayerns emotional aufgeladen und als lebendiger Ausdruck regionaler Lebensart erlebbar gemacht. „Mit ‚Reine Geschmackssache‘ schaffen wir emotionale Reiseanlässe, die neugierig machen, berühren und lange im Gedächtnis bleiben“, erklärt Barbara Radomski, Geschäftsführerin der BayTM. „Bayern wird zum Erlebnisraum

für regionalen Genuss – mit authentischer Tiefe und starker Verankerung in unseren Kulturlandschaften.“

Ziel der Kampagne ist es, das Bewusstsein für die Schönheit und den Wert der bayerischen Landschaft zu schärfen. Ein Urlaub in Bayern soll nicht nur für unvergessliche Genusserlebnisse stehen, sondern auch vermitteln, dass jede Reise zum Erhalt einzigartiger Kulturlandschaften beiträgt – von Almweiden über Hopfengärten bis hin zu Streuobstwiesen. Durch nachhaltige Bewirtschaftung bleiben diese Räume nicht nur ökologisch wertvoll, sondern auch touristisch erlebbar. „Wir möchten positive Emotionen wecken und den Menschen das gute Gefühl geben, mit ihrem Aufenthalt oder

ihrem Konsum etwas Sinnvolles für die Umwelt und die Region zu tun“, sagt Radomski.

ILLUSTRATIVE BILDSPRACHE FÜR MAXIMALE AUFMERKSAMKEIT

Die neue Kampagne der BayTM wurde komplett inhouse konzipiert und umgesetzt. Nicht nur in der Kommunikation, auch in der Gestaltung beschreitet die Landestourismusorganisation dabei bewusst neue Pfade: Mit einer illustrativen, klar stilisierten Bildsprache durchbricht die Kampagne gewohnte Anzeigenmuster und visuelle Routinen. Die gestalterische Leitidee – entwickelt für den Einsatz in allen Medien und Kanälen – überzeugt durch eine hohe Wiedererkennbarkeit.

JETZT TEIL DER GENUSSKAMPAGNE WERDEN!

„Urlaub in Bayern – Reine Geschmackssache“ lädt Gäste dazu ein, Bayern mit allen Sinnen zu erleben – und Sie können dabei sein! Ob Hotel, Gastronomie, Direktvermarktung oder touristische Erlebnisanbieter: Nutzen Sie die starke Kampagnenplattform der BayTM, um Ihre regionalen Genusserlebnisse sichtbar zu machen – emotional, hochwertig und reichweitenstark.

Jetzt informieren & mitmachen:

www.tourismus.bayern/services/koooperationsmoeglichkeiten

Ein Highlight der Kampagne ist die eigens entwickelte Icon-Welt. Sie übersetzt komplexe Inhalte rund um Herkunft, Biodiversität, Nachhaltigkeit und Genuss in intuitive Bildzeichen. Die Icons lassen sich ganz modular einsetzen, ob als aufmerksamkeitsstarkes Kaleidoskop oder als Hingucker bei Infokästen.

MULTI-CHANNEL-KAMPAGNE MIT STARKER PRÄSENZ

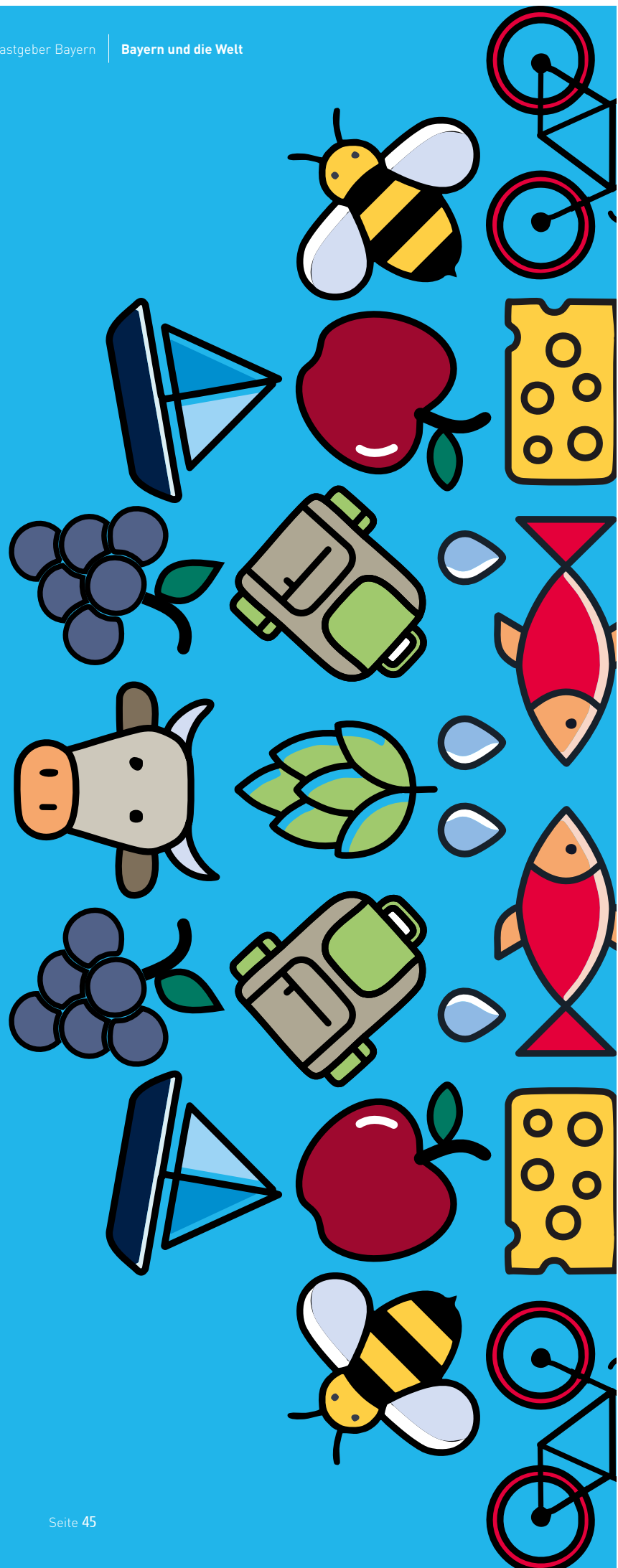
Die Kampagne wird breit ausgespielt: das „Reine Geschmackssache“-Dossier als Beilage in unterschiedlichen Medien, verschiedene Social-Media-Formate, Online und Print-Kooperationen, PR-Events und eine eigene Kampagnenseite sorgen für maximale Sichtbarkeit. Das Creator-Event „Spezl Camp“ wird in diesem Jahr unter dem Thema „Reine Geschmackssache“ stattfinden. Zusätzliche Creator-Kooperationen ermöglichen es, hautnah in das Leben eines Senners, Hopfenbauers oder Winzers sowie die unterschiedlichen Kulturlandschaften einzutauchen. Zudem erscheint eine exklusive „DER FEINSCHMECKER“-Edition, die die Erlebbarkeit und die Bedeutung der kulinarischen Vielfalt Bayerns in den Fokus rückt.

Wer Bayern mit allen Sinnen erleben möchte, findet Inspiration und Informationen unter: <https://erlebe.bayern/geschmackssache>.

SYNERGIEN MIT DER MARKE GENUSS BAYERN: KULINARIK ALS STRATEGISCHES BINDEGLIED

Die Kampagne fußt auf dem Wertfundament der Marke Genuss Bayern, die vom Bayerischen Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus getragen wird. Während Genuss Bayern die Herkunft und Qualität regionaler Produkte fokussiert, verankert die BayTM diese Werte im touristischen Erlebnis.

Mit Themensäulen wie Käse & Alpwirtschaft, Bier & Hopfenlandschaft, Fisch & Teichwirtschaft, Wein & Weinberge sowie Streuobstwiesen & Obsterzeugnisse entstehen glaubwürdige Genussräume, die touristisches Erleben, regionale Identität und nachhaltige Landschaftspflege verbinden. 🍷



MIT STOPPUHR ZWISCHEN HERD UND OFEN

So inspirieren sich Profi- und Privatküchen

Küchen zwischen Kunst – passt das zusammen? Für *Die Neue Sammlung*, das Designmuseum in Münchens Pinakothek der Moderne ist es zumindest kein Widerspruch. Acht Küchen aus den 1920er bis in die 2020er Jahre bereichern seit Kurzem die Sammlung. *Gastgeber Bayern* war vor Ort und fragt sich: Gibt es Gemeinsamkeiten zwischen professionellen und privaten Küchen? Haben sie sich gegenseitig inspiriert? Ein Gespräch mit Dr. Xenia Riemann-Tyroller und Dirk Henninger (siehe Kasten).

Inwiefern lassen sich Aufbau und Konzeption von professionellen Küchen, zum Beispiel im Restaurant, mit jenen im privaten Bereich vergleichen?

Dr. Riemann-Tyroller: „Die so genannte Frankfurter Küche aus den 1920er-Jahren für Privathaushalte orientiert sich bei Aufbau und Konzeption an den Profiküchen. Die genauen Arbeitsabläufe stehen hier erstmals im Fokus: Wie lassen sich Zeit und Energie sparen? Da wurde sehr genau hingeschaut, die Uhr gestoppt, Distanzen gemessen. Herd und Esstisch sollten zum Beispiel nicht weiter als drei Meter auseinander liegen. Beim Abspülen sollten sich

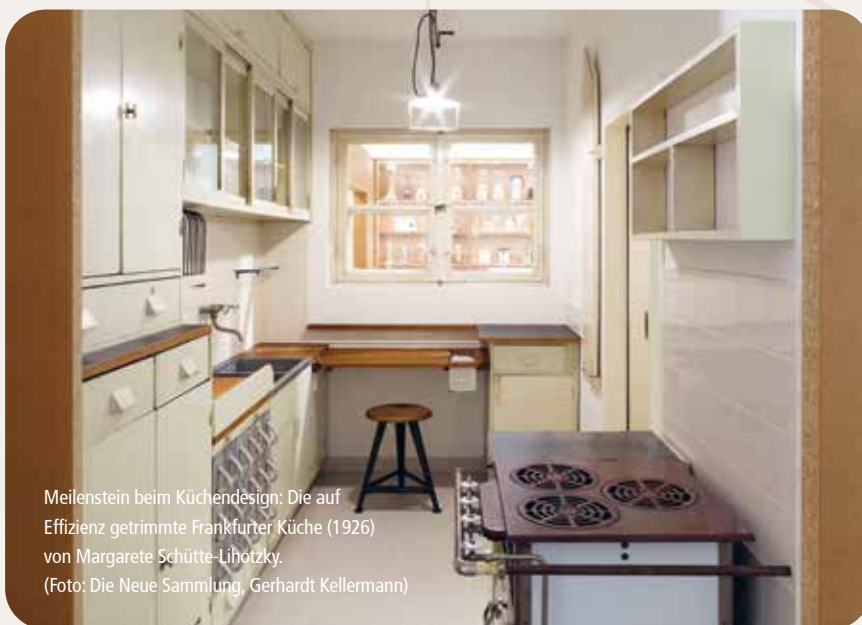
die Arme zwischen Spülbecken und Abtropf- fläche nicht überkreuzen. Der Grundgedanke war: Prozesse erleichtern und beschleunigen. Und da orientierte man sich an der Rationalisierung in der Industrie.“

Henninger: „Im professionellen Küchendesign sind alle Wege durchdacht. Eine ganz wichtige Frage, die wir uns gleich zu Beginn der Planungsphase stellen, ist: In welchem Zustand erreichen Lebensmittel die Küche? Frisch? Tiefgefroren? Geschält? Vorgegart? So werden bestimmte Ausstattungsdetails wie Tiefkühlzellen bereits weit vorne in der Küche eingebaut.“

Gibt es Entwicklungen aus dem privaten (Küchen-)Raum, die Einzug in Profiküchen fanden und umgekehrt?

Dr. Riemann-Tyroller: „Kochinseln und die Verwendung von Edelstahl in Küchen sind Inspirationen aus dem Profibereich. Ab den 70er Jahren gibt es Küchenblocks beziehungsweise Kochinseln. Wir kennen das Konzept von „Herd im Zentrum der Küche“ zwar schon aus früheren Herrenhäusern, aber dass man so zentral kocht und arbeitet, ohne auf die Wand zu schauen, ist in den 70ern ein Novum. Die offene Küche, wie wir sie heute kennen, entsteht etwa in den 80er Jahren. Generell denke ich, dass private Küchen viel Inspiration aus dem Profibereich ziehen. Umgekehrt ist das vermutlich selten.“

Henninger: „Ich beobachte das eher bei Geräten. Der Thermomix etwa stammt ursprünglich aus dem Bereich der privaten Küchen. Heute ist er in vielen Großküchen anzutreffen. Auch die Kitchen-Aid-Maschine kam vom Privat- in den Profibereich. Aber umgekehrt gibt es freilich auch viele Geräte, die aus dem Profibereich Einzug in den privaten Bereich fanden. Beispiele sind Vakuumierer oder Sous-Vide-Garer. Ohne die vielen Sendungen mit Profiköchen im Fernsehen wären diese Geräte sicher kaum bekannt.“



Meilenstein beim Küchendesign: Die auf Effizienz getrimmte Frankfurter Küche (1926) von Margarete Schütte-Lihotzky. (Foto: Die Neue Sammlung, Gerhardt Kellermann)



Form folgt Funktion: In modernen Profiküchen prägen die Wege der Lebensmittelverarbeitung das Design.

Die Frankfurter Küche wurde von Küchen aus Eisenbahnen inspiriert. Dienten auch Küchen aus anderen professionellen Bereichen als Inspiration?

Dr. Riemann-Tyroller: „Schiffsküchen waren ebenfalls eine Quelle für rationelles Küchendesign. Auch hier stehen Platz- und Zeitersparnis im Vordergrund. So finden sich in Bulthaup-Küchen der 1980er Jahre plötzlich hängende Geräte über den Kochinseln.“

Henninger: „Wir entwerfen sogar auch Küchen für Schiffe. Die ähneln den „normalen“ Profiküchen sehr in Aufbau und Material. Was hier aber etwas schwierig ist: In Schiffsküchen gibt es kaum rechte Winkel. Da muss alles haargenau an den Schiffsrumpf angepasst werden.“

In privaten Küchen ist ein hoher Grad an Individualisierung zu beobachten. Lässt sich derartiges auch in Profiküchen finden?

Henninger: „Bei unserer Planung gehen wir explizit auf die Wünsche der Betreiber ein. Wichtig sind hier für viele zum Beispiel Oberflächen, die sich auch mit hohem Wasserdruck gut reinigen lassen. Auch höhenverstellbare Arbeitsflächen werden nachgefragt. Generell möchte man zu häufiges Knien und Bücken

vermeiden. Abhilfe schaffen Fußpedale, um Müllbereiche oder Kühlschränke zu öffnen. Die Betreiber haben ja ein Interesse daran, dass ihre Mitarbeiter gesund bleiben und lange arbeiten können.“

Dr. Riemann-Tyroller: „Ich beobachte, dass die Küchenplanung im privaten Umfeld deutlich professioneller geworden ist. Aber auch die Ansprüche der Kunden sind gewachsen. Sie holen sich Inspiration auf Social-Media-Kanälen. Trotz all der Wahlmöglichkeit steht natürlich der finanzielle Aspekt im Vordergrund: Was ist überhaupt leistbar? Küche ist ‚Abbild des Lebensstandards‘, eine immer noch geltende Aussage von der Erfinderin der Frankfurter Küche, Margarete Schütte-Lihotzky, die Küche ist heute ein Statussymbol, zum Teil mehr als das Auto.“

Intelligente Kühlschränke, KI oder automatisierte Küchenmaschinen sind aktuell im Kommen. Ihre Meinung: Welche technischen Entwicklungen können wir in der Küche der Zukunft erwarten?

Henninger: „In der professionellen Gastronomie ist die Vernetzung der Küche ein großes Thema. Die Geräte wissen mittlerweile selbst, wann sie gewartet werden müssen, wie hoch

ihr Energieverbrauch ist. Sie können mit anderen Geräten kommunizieren, ganze Küchen lassen sich remote verwalten, total praktisch etwa für Krankenhäuser oder die Systemgastronomie. Mitarbeiter werden dadurch enorm entlastet. So lassen sich Wünsche der Gäste zum Beispiel schon bei der Bestellung berücksichtigen und in den Zubereitungsprozess einflechten, etwa was den Gargrad oder die Zutaten angeht.“

Dr. Riemann-Tyroller: „Ich denke, KI-Lösungen werden sich erst einmal im professionell-öffentlichen Bereich etablieren, bevor sie dann für den privaten Bereich interessant werden. Da müssen sich erst noch einige Vorurteile abbauen. Das kennen wir bereits von früher. Auch bei Gerichten aus dem Thermomix hieß es zunächst ‚schmeckt nicht‘.“ ☺

DIE INTERVIEWPARTNER



Dr. Xenia Riemann-Tyroller studierte Kunstgeschichte und betreut heute als Oberkonservatorin eine der

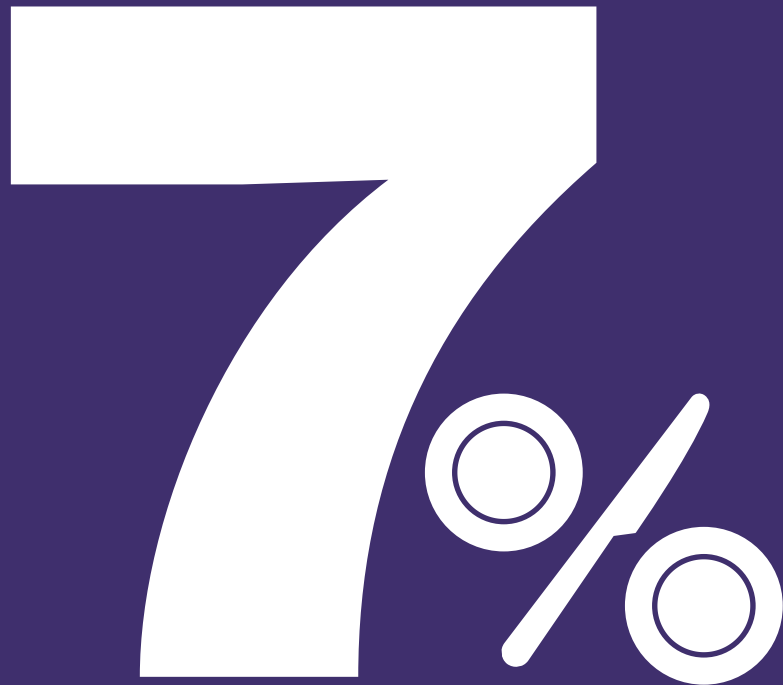
weltweit größten Design Sammlungen in der Pinakothek der Moderne. Sie kuratiert neue Ausstellungen, bewahrt die Exponate und sorgt für den Kauf neuer Objekte. (Foto: Thomas Dashuber)



Dirk Henninger verantwortet als Verkaufsleiter bei Chefs Culinar den Bereich Großküchentechnik. Er und sein

Team sorgen für eine durchdachte Planung, Wartung und den Service für professionelle Küchen in Restaurants, Kliniken, Pflegeeinrichtungen u.v.m.

Jetzt offiziell:



FÜR DEHOGA MITGLIEDER*

*** und für alle, die es werden wollen
und für alle anderen auch!**

Weitere Informationen zu den zahlreichen Serviceleistungen des DEHOGA Bayern
finden Sie unter www.dehoga-bayern.de

PFLICHT MIT POTENZIAL

KARTENZAHLUNG KOMMT – ZUKUNFT INKLUSIVE

Kartenzahlung ist längst Alltag – in vielen Branchen Standard und bei Gästen fest etabliert. Nun wird sie auch für das Gastgewerbe verpflichtend: Künftig sollen Betriebe neben Bargeld auch Kartenzahlung akzeptieren müssen. Viele Gastgeber fragen sich: Welche Anforderungen kommen auf mich zu? Welche Kosten entstehen – und wie läuft die Einführung konkret ab?



Die geplante gesetzliche Verpflichtung, künftig sowohl Bar- als auch Kartenzahlung anzubieten, sorgt im Gastgewerbe für Unsicherheit. Viele Gastgeber fragen sich: Welche Anforderungen kommen auf mich zu? Welche Kosten entstehen – und wie läuft die Einführung konkret ab?

Grundsätzlich ist Kartenzahlung heute ein etablierter Standard. Gäste erwarten Flexibilität beim Bezahlen – ob mit Karte, Smartphone oder Smartwatch. Studien zeigen zudem: Wer

bargeldlos bezahlt, gibt häufig höhere Beträge aus. Für Gastgeber bedeutet die Einführung eines Kartenzahlungssystems, das Beachten einiger Punkte. Zunächst benötigt der Betrieb ein Zahlungsterminal oder eine App, das Zahlungen verschiedener Kartenanbieter akzeptiert und sich möglichst nahtlos in bestehende Kassensysteme integrieren lässt. Anbieter wie Hobex unterstützen hier mit individuellen Lösungen – von mobilen Geräten für die Außengastronomie / Gastronomie bis zu stationären Terminals für die Rezeption ab 9,90 Euro monatlich.

Ein zentrales Thema sind die Gebühren: Bei Kartenzahlungen fallen Transaktionsgebühren an, die je nach Kartenart (zum Beispiel Debit- oder Kreditkarte für Privatkunden) und Anbieter unterschiedlich im einstelligen Cent-Bereich ausfallen. Hinzu kommen Disagiogebühren in der Regel zwischen 0,25 Prozent und 0,8 Prozent des Umsatzes für Konsumentenkarten zuzüglich Zuschläge für andere Kartentypen wie Firmenkreditkarten. Die Kosten trägt der Betrieb selbst – ähnlich wie bei Bargeld, wo etwa Bankeinzahlungen

oder Geldtransporte ebenfalls Gebühren verursachen.

Auch Trinkgeld lässt sich unkompliziert integrieren. Moderne Terminals bieten die Möglichkeit, direkt nach Eingabe des Rechnungsbetrags eine Trinkgeldoption einzublenken. Gäste können somit komfortabel einen Wunschbetrag oder Prozentsatz auswählen. Die Trinkgelder werden anschließend getrennt ausgewiesen und lassen sich transparent im Kassensystem verbuchen. Der Ablauf einer Einführung gestaltet sich einfach: Nach Auswahl des passenden Systems erfolgt die Anbindung an die Kasse, eine kurze Schulung für das Personal und ein schneller Start in den bargeldlosen Zahlungsalltag.

Fazit: Die Pflicht zur Kartenzahlung ist eine sinnvolle Weiterentwicklung. Sie stärkt die Servicequalität, erhöht die Zahlungsbereitschaft der Gäste und macht den Betrieb moderner und zukunftssicher.

Michael Bratl
CEO, Hobex AG

PRAXISNAHE VERTRIEBSTIPPS & EINBLICKE IN DIE MARKTSITUATION

Künstliche Intelligenz ersetzt nicht den Menschen – nur die, die sie nicht nutzen

Vertrieb in der Hotellerie war nie einfach – aber selten so spannend wie heute. Wer Technik klug einsetzt und trotzdem den persönlichen Kontakt hält, hat klare Vorteile im Wettbewerb, erklärt Dirk Bäcker vom DEHOGA Bayern-Branchenpartner Qausal.



TECHNIK HilFT – ABER ERSETZT NICHT DIE BEZIEHUNG

Vertrieb in der Hotellerie war nie einfach – aber selten so spannend wie heute. Während KI-Angebotstools, CRM-Systeme und Chatbots unsere Arbeit beschleunigen und teilweise komplett übernehmen können, bleibt eine zentrale Frage: Wer verkauft eigentlich noch an den Menschen hinter der Anfrage?

EMOTIONAL VERKAUFEN STATT RATIONAL ÜBERZEUGEN

Der größte Fehler im heutigen Vertrieb? Zu glauben, dass Technik den persönlichen Kontakt ersetzt. Denn Buchungen werden selten rational, sondern emotional entschieden. Sympathie, Vertrauen, Begeisterung – das lässt sich nicht automatisieren.

TELESALES NEU GEDACHT: ZUHÖREN STATT AUFDRÄNGEN

Telesales erlebt hierbei gerade ein stilles Comeback: Nicht als Kaltakquise von gestern, sondern als bewusst geführtes Gespräch, das zuhört, Bedarf analysiert und echten Nutzen kommuniziert. Eine klare Einkaufsberatung. Wer heute erfolgreich ist, weiß: Die Stimme am Telefon kann mehr berühren als jedes Whitepaper im Download.

NEUE ANFORDERUNGEN AN VERKÄUFER

Gleichzeitig steigen die Anforderungen. Der moderne Sales-Profi muss CRM-Systeme bedienen, mit KI umgehen, sich auf wechselnde Kanäle einstellen – und dabei mental stark bleiben. Resilienz wird zur Schlüsselkompetenz. Wer Niederlagen als Lernchancen begreift, bleibt handlungsfähig. Wer sich klug strukturiert, gewinnt Freiraum für das Wesentliche: den Menschen.

VERKAUF 2025 BEDEUTET:

Zuhören statt überreden, analysieren statt blind akquirieren. Erfolgreiche Verkäufer bereiten Gespräche gezielt vor, führen sie mit echtem Interesse und würzen ihre Angebote mit Storytelling statt Zahlenkolonnen. Sie nutzen CRM-Systeme aktiv, automatisieren mittels KI

ihre Follow-ups, denken in Kundennutzen statt Produktfeatures – und haben ihren idealen Kunden stets im Blick.

Tools wie LinkedIn, KI-gestützte Lead-Bewertungen oder automatisierte Angebotsprozesse nehmen ihnen heute rund zwei Drittel der Routinearbeit ab. Was bleibt – und wichtiger wird denn je – ist Haltung: Resilienz bei Absagen, klare Ziele, Freude am Menschen. Wer Rückschläge reflektiert, kleine Erfolge feiert und Technik nicht als Ersatz, sondern als Verstärkung nutzt, entwickelt eine vertriebliche Stärke, die auch morgen noch überzeugt.

UNSER APPELL

Lassen Sie KI für sich arbeiten – aber führen Sie weiterhin selbst das Gespräch. Denn Persönlichkeit verkauft. Immer. 

RUSTIKALER GENUSS FÜR MODERNE KÜCHEN

Natürlich gut: DER ROGGEN- BURGER FÜR GENIESSER

Mit dem Roggen-Burger von EDNA gelingen charakterstarke Burger im Handumdrehen – 100 Prozent natural, vegan, fertig gebacken und sofort einsatzbereit. Ideal für anspruchsvolle Gäste und flexible Gastronomiekonzepte.



© EDNA

Kräftig im Geschmack, aromatisch im Biss und in bester 100 % natural-Qualität – der Roggen Burger (Art. 2765) von EDNA ist die ideale Basis für charakterstarke Burgerkreationen. Das rustikale Bun überzeugt durch seine dunkle Optik und sein vollmundiges Roggenaroma, das anspruchsvollen Gästen ein besonderes Genusserlebnis bietet.

Bereits fertig gebacken und vorgeschnitten, ist der Roggen-Burger sofort einsatzbereit – ideal für eine schnelle, effiziente Verarbeitung im hektischen Küchenalltag. Hergestellt ohne zugesetzten Kristallzucker und ausschließlich in 100 % natural-Qualität, erfüllt er moderne Ernährungsansprüche. Der Burger ist zudem vegan und passt perfekt in vielfältige Gastronomiekonzepte – vom Streetfood bis zur gehobenen Küche. Dieses hochwertige Burgerbrötchen vereint handwerkliche Qualität mit praktischem Komfort und bringt nicht nur Geschmack, sondern auch rustikalen Charakter auf den Teller. Ideal für alle, die Wert auf ehrliche Zutaten, verlässliche Verarbeitung und bewussten Genuss legen.

QUALITÄT

ist unsere MISSION

Laugen Minis

NEU

Art. 5036*
FF-Laugen Dip-Ball
Gewicht: 20 g, 150 St./Kt.
❄️ fertig gebacken

NEU

Art. 2756*
FF-Laugenkonfekt, 4-fach sortiert
Gewicht: 30 g, 100 St./Kt.
❄️ fertig gebacken

NEU

Art. 5059*
FF-Brezel Dip-Stick, 3-fach sortiert
Gewicht: 20 g, 150 St./Kt.
❄️ fertig gebacken

Perfekte Sommerkuchen!

28 Portionen

NEU

Art. 2827*
Coconut Dream Mix, 2-fach sortiert
Gewicht: 2.220 g, 3 Pl./Kt.
❄️ fertig gebacken

48 Portionen

NEU

Art. 2657*
Obstkuchen-Mix, 2-fach sortiert
Gewicht: 1.950 g, 2 Pl./Kt.
❄️ fertig gebacken

Jetzt schnell & einfach mit der **EDNA App** bestellen!

EDNA.de

EDNA International GmbH
Gollenhoferstraße 3
86441 Zusmarshausen
E-Mail info@edna.de

EDNA-HOTLINE
GEBÜHRENFREI
0800 722 722 4
WHATSAPP
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. Irrtümer und Änderungen vorbehalten. Keine Haftung für Druckfehler. Bei den Produktbildern handelt es sich teilweise um Servierbeispiele.

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

Bayern Tourist GmbH | Termine

WEB-SEMINARE | effizient und kostensparend.

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

PRÄSENZ-SEMINARE

JUNI

HILARITAS – die Kunst der heiteren Gelassenheit	02.06.2025
Zeit- und Selbstmanagement	03.06.2025
Qualitätssicherung in der Dienstleistung	04.06.2025
Gastgewerbliche Betriebswirtschaft: Baustein I	23.-24.06.2025
Housekeeping positiv gestalten – Attraktivität erhöhen	30.06.2025

JULI

Standards & Qualitätssicherung im Housekeeping: Von der Theorie zur Praxis	01.07.2025
MITARBEITERFÜHRUNG – PERSONALWESEN Nachwuchssicherung II – Tag 1	07.07.2025
MITARBEITERFÜHRUNG – PERSONALWESEN Arbeitsrecht II – Tag 2	08.07.2025
FÜHRUNGS-AKADEMIE in mehreren Modulen – Führungskompetenz II	09.-10.07.2025
MITARBEITERFÜHRUNG – PERSONALWESEN Kommunikation entwickeln II – Tag 2	09.07.2025
Wertschöpfung durch Wertschätzung	14.07.2025
Schlagfertigkeit kann man lernen	15.07.2025
Visual Content	16.07.2025
WOW-Effekte & Verblüffungsmomente schaffen	17.07.2025
Elektronischer Vertrieb	21.07.2025
Effizientere Prozesse durch Digitalisierung	21.07.2025
Service Drehbuch	22.07.2025

AUGUST

–

SEPTEMBER

Hotelvertrieb im Wandel – Vertrieb anders gedacht	15.09.2025
Aufzeichnungspflichten im Gastgewerbe – Fit im Dokumentieren von A-Z	16.09.2025
RESILIENZ – oder wie wird man psychisch widerstandsfähiger	18.09.2025

Veranstaltungsort
Prinz-Ludwig-Palais
Türkenstraße 7
80333 München

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



Alle aktuellen
Seminarangebote
finden Sie auch
hier!

 **BTG** | Bayern
Tourist
GmbH

SO SCHMECKT BAYERN

BURGIS KNÖDELLIEBE



In Bayern sind wir stolz darauf, unser Brauchtum zu leben und zu pflegen. Zünftig geht es in unseren Biergärten und Traditionsgaststätten zu, in denen bayerische Schmankerln serviert werden. Ob Kirchweih, Oktoberfest oder „dahoam“ – der Knödel gehört einfach dazu. Als Beilage zu Braten oder als kreativer Hauptdarsteller bringt er Heimatgefühl auf den Teller.

AUS DER REGION FÜR DIE REGION

Ein Unternehmen, das sich ganz dieser Leidenschaft verschrieben hat, ist Burgis Knödel Liebe aus Neumarkt in der Oberpfalz. Das Familienunternehmen ist Knödelspezialist und setzt rund um Timo Burger und Christina Weiß auf hochwertige Zutaten aus der Region und Nachhaltigkeit. Burgis verarbeitet ausschließ-

lich Kartoffeln mit dem Siegel „Geprüfte Qualität – Bayern“ und engagiert sich für ökologische Landwirtschaft.

VOM KLOSSTEIG ZUR GASTROINNOVATION

Seit der Gründung 1963 hat sich Burgis vom Pionier für küchenfertigen Kloßteig zum führenden Anbieter für Knödelprodukte entwickelt. 2018 wurde der Kurs konsequent geschärft: weg vom breiten Sortiment, hin zur tiefen Kompetenz im Kernsortiment – von rohem Kloßteig über Semmelknödel bis zu vorgeformten Spezialitäten.

Ein aktuelles Highlight ist die neue Produktlinie **Rega-Line**. Sie ermöglicht regenerierbare, vorgedämpfte Knödelprodukte – perfekt für die Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung. Besonders beliebt: die herzförmigen **Herzelinos** und die vielseitigen **Roundies**. Letztere lassen sich klassisch braten oder kreativ in Streifen frittieren und werden so

zu unwiderstehlichen und knusprigen Knödel Pommes – perfekt für den Biergarten oder als Streetfood.

„Mit Leidenschaft, Qualität und Kreativität haben wir uns als Knödelspezialist etabliert – und darauf sind wir richtig stolz“, so Timo Burger.

„Unser Erfolgsrezept? Einfallsreichtum, kompromisslose Qualität und gelebte Knödel-Liebe, die man bei jedem Bissen schmecken kann“,

betont Christina Weiß.



Weltneuheit:
Knödel Liebe gibt's jetzt auch
als Knödel Pommes

WACHSTUM MIT SYSTEM UND FRISCHE AUS ÖSTERREICH

KRÖSWANG MIT UMSATZREKORD UND NEUEM STANDORT

KRÖSWANG setzt Maßstäbe: Mit einem Umsatzrekord von mehr als 400 Millionen Euro und einem neuen Standort zeigt der Lebensmittel-Großhändler, wie stark Heimatgenuss und Liefertreue gefragt sind.

Während andere stagnieren, feiert der oberösterreichische Lebensmittel-Großhändler KRÖSWANG

ein Rekordjahr. 2024 konnte die KRÖSWANG Firmengruppe einen Rekordumsatz von satten 400,7 Millionen Euro verzeichnen. Mehr als 360 Millionen Euro davon lieferte der Frische-Spezialist KRÖSWANG – das größte Umsatzplus aller Lebensmittel-Großhändler in Österreich.

„Wir sind unbestrittener Wachstums-Champion der Branche und mit 7,7 Prozent mehr als doppelt so stark gewachsen wie unser Mitbewerb“, erklärt Manfred Kröswang stolz. Mehr als 2.600 Neukunden aus Gastronomie,

Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung entschieden sich 2024 für KRÖSWANG als verlässlichen Partner.

Auch der Fokus auf frische Produkte und heimische Qualität macht sich bezahlt: „Wir erzielten mehr als 60 Millionen Euro alleine mit Frischfleisch aus Österreich“, so Manfred Kröswang. „Das beweist, welche enorme Resonanz unsere Initiative ‚Zeit für Fleisch. Aus Österreich‘ ausgelöst hat“, ist der Eigentümer des Familienunternehmens überzeugt.

Auch das Standortnetz von KRÖSWANG wächst. Am 5. Mai wird der neueste und inzwischen 12. Standort des erfolgreichen Frische-Lieferanten im niederösterreichischen



Die KRÖSWANG-Zentrale in Grieskirchen vereint Tradition mit zukunftsweisender Logistik – die perfekte Basis für den Wachstums-Champion der Branche.

Neunkirchen eröffnet. „Der neue Standort mit insgesamt 16 LKW-Rampen ist der nächste logische Schritt auf unserem Erfolgskurs und ermöglicht uns eine noch bessere Versorgung unserer bestehenden und vieler potenzieller Kunden“, so Manfred Kröswang.



ZUKUNFT SICHERN DURCH FÖRDERUNG

WINTERHALTER ENGAGIERT SICH FÜR DIE TALENTE VON MORGEN

Winterhalter ist Exzellenz-Partner der JRE Genuss-Akademie: Engagement für den gastronomischen Nachwuchs

Fachkräftemangel, neue Technologien, veränderte Gästeerwartungen: Die Gastronomie steht vor großen Herausforderungen.

Winterhalter, langjähriger Spülspezialist und Partner der Branche, sieht die Lösung in gezielter Nachwuchsförderung – und engagiert sich seit 2025 als Exzellenz-Partner der JRE Genuss-Akademie, einer Initiative der Jeunes Restaurateurs Deutschland (JRE).

„Nachwuchsförderung ist kein Trend, sondern eine Notwendigkeit“, betont Geschäftsführer Rudi Seubert. Nur mit qualifizierten, motivier-

ten Talenten lässt sich die Zukunft der Branche aktiv gestalten – in Küche wie im Service. Die Zusammenarbeit zielt darauf, junge Menschen fachlich und persönlich zu stärken. Winterhalter unterstützt die Akademie dabei, praxisnahe Weiterbildungsangebote zu schaffen, die Exzellenz, Eigenverantwortung und Innovationsfreude fördern. Die Idee: Nachwuchskräfte nicht nur ausbilden – sondern auch inspirieren.

„Diese Partnerschaft ist für uns eine Herzensangelegenheit“, so Seubert. „Sie legt den Grundstein für eine starke, lebendige Gastronomie von morgen.“

UPNXT HOSPITALITY FESTIVAL 2025

NETZWERKEN, LERNEN UND FEIERN IN MÜNCHEN

Am 26. und 27. Juni 2025 ist es wieder so weit: Das Upnxt Hospitality Festival geht in die dritte Runde und der DEHOGA Bayern ist wieder Partner dieses Inspirations- und Netzwerkevents. Die Gründerinnen Nina Fiolka und Dr. Laura Schmidt haben mit uns über ihre Pläne für das Business-Festival gesprochen.

Jeweils über 800 Besucher haben sich bei den letzten beiden Festivals inspirieren lassen. Warum lohnt es sich, auch 2025 dabei zu sein?

Auch die dritte Auflage des upnxt Hospitality Festivals verspricht wieder zwei Tage voller inspirierender Vorträge, frischer Impulse, spannender Diskussionen, praxisnaher Learnings. Es bietet viel Raum, sich untereinander zu vernetzen und es ist eine Plattform für Gleichgesinnte, die die Hospitality Branche gemeinsam voranbringen, feiern und würdigen.

Was war eure Motivation, upnxt ins Leben zu rufen?

Wir wollten ein Inspirations- und Netzwerk-Event schaffen, dass die Passion, Persönlichkeiten und Attraktivität

der gesamten Branche auf die Bühne hebt. Und dies in einer begeisternden wie verbindenden Atmosphäre. Wichtig ist uns der Blick über den Tellerrand: Impulsgeber aus anderen Branchen inspirieren Teilnehmende aller Hotellerie-Welten. Das Festival-Credo „miteinander und voneinander lernen“ verspricht Wissenstransfer und frische Impulse für unterschiedlichstes Hotel Business.

Auf welche Programmpunkte dürfen sich die Besucher 2025 besonders freuen?

Das Bergson Kunstkraftwerk als neue Location bietet nicht nur die perfekte Bühne für Inspiration und fachlichen Austausch, sondern auch für ein buntes Festival-Programm wie Zauberkünstler oder die Live-Beats der

Jazzrausch Bigband. Selbstverständlich ist dank unserer Förderpartner und Sponsoren wieder das volle Zwei-Tages-Programm inklusive Drinks und Food plus Music Live Acts und Community Party im Festival-Ticket für Hotelmitarbeitende enthalten.

WEITERE INFORMATIONEN:

Das Upnxt Festival findet am 26. und 27. Juni im Bergson Kunstkraftwerk in München statt.



Für Programm und Tickets bitte QR-Code scannen



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)
Katharina Freund-Bechtold (Syndikusanwältin)
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

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:

Karolina Wojdyla (kw), Juliane Jerin (jj),
Verena Jäger (vj), Lena Jaunik (lj),
Sonja Viktoria Ruschke (sr)

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 Garantierung für Produkte und Firma ist damit nicht verbunden. Rückfragen bezüglich firmengebundener Produkte sind deshalb direkt an die Hersteller zu richten.

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



EISLIEBE

KRÖSWANG LÄSST HERZEN SCHMELZEN

Frische-Lieferant KRÖSWANG launcht mit EISLIEBE eine Premium-Eismarke, die garantiert neue Maßstäbe für Eisgenuss in Gastronomie und Hotellerie setzt. Handgemacht. Kompromisslos. Außergewöhnlich.



EISLIEBE MISCHT PREMIUM-EISMARKT AUF

In jeder Kugel steckt die Passion für beste, natürliche Zutaten, höchste Qualität und Eis-Handwerkskunst. Jede Sorte wird in aufwendiger Handarbeit hergestellt, jede Zutat sorgfältig ausgewählt. Doch gerade was nicht drin ist, macht EISLIEBE so besonders. Denn EISLIEBE verzichtet aus Prinzip auf industrielle Farbstoffe, künstliche Aromen und Zusatzstoffe. Eis in seiner reinsten, seiner köstlichsten Form. Pure EISLIEBE.

EXTRAPORTION LIEBE

Zum Start laden 14 Sorten zum Verlieben ein: von zeitlosen Klassikern wie Vanille, Schokolade oder Erdbeere bis hin zu außergewöhnlichen Kreationen wie Blauer Dino, Omas Apfelstrudel oder vegan und zuckerfreies Maracuja.

DAS GESCHMACKSERLEBNIS

Was EISLIEBE besonders macht, ist die Textur. Cremig, aber nicht schwer. Intensiv, aber nicht erschlagend. Jede Sorte ein köstliches Statement, das bis zur Perfektion verfeinert wurde und das Thema der natürlichen, hochwertigen Zutaten aufgreift. So werden etwa für Pistazie ausschließlich beste italienische Pistazien verwendet und Schokolade besticht durch edlen Kakao aus nachhaltigem Anbau.

eis-liebe.at

 EISLIEBE

DEIN
HERZ
SCHMILZT MIT.



**14 SORTEN
ZUM VERLIEBEN**

**EISLIEBE IST
NATUR EIS HANDGEMACHT.**

**AB SOFORT
EXKLUSIV ERHÄLTlich
BEI KRÖSWANG.**

EIS-LIEBE.AT

Auf eine saure Weinschorle mit... ... Jürgen Kirner

Er ist das Gesicht der „Brett-Spitzen“, liebt Mehlspeisen, pointierte Satire und das echte, gelebte Wirtshausleben. Ein Gespräch über Bühnenmagie, Kochleidenschaft, das Wesen bayerischer Musik – und warum Erfolg nicht planbar ist.

ERINNERN SIE SICH NOCH AN IHREN ALLERERSTEN AUFTRITT AUF DER BÜHNE – WAS IST IHNEN BESONDERS IM GEDÄCHTNIS GEBLIEBEN?

Natürlich erinnere ich mich. Als ich damals nach München kam, wollte ich die Tradition der Wirtshauskultur und des Volkssängertums in Bayern wiederbeleben – und stellte fest: Da war fast nichts mehr übrig. Ich habe dann im Wirtshaus zum Isartal eine kleine Bühne gegründet und eigene Produktionen auf die Beine gestellt. Der erste Auftritt war ein Sprung ins kalte Wasser – und ein voller Erfolg.

**HUMOR IST IHR MARKENZEICHEN –
ABER WAS BRINGT SIE DENN ZUM LACHEN?**

Gute Politsatire. Ich liebe es, wenn jemand ein Thema auf den Punkt bringt und dabei auch den intellektuellen Hintergrund ausleuchtet. Der Humor, der heute oft auf Social Media kursiert, bewegt sich für meinen Geschmack oft auf „Untergeschoss-Niveau“ – viel Oberfläche, wenig Substanz.

**MUSIK, KABARETT, FERNSEHEN – WAS MACHT JÜRGEN KIRNER,
WENN ER MAL NICHT ÖFFENTLICH UNTERHÄLT?**

Ich koche leidenschaftlich gern – und backe auch. Meine große Liebe gehört der Hausmannskost: Dampfnudeln, Rohrnudeln, verschiedene Schmarren. Auch mediterran koche ich gern. Und ich liebe es, Gäste zu bewirten. Mein Mann macht dann die Cocktails und übernimmt das Spülen – eine perfekte Aufgabenteilung.

**WAS WAR IHRE URSPRÜNGLICHE VISION BEI DER GRÜNDUNG
DER „BRETTL-SPITZEN“ – UND WAS WAREN DABEI IHRE
PERSÖNLICHEN HIGHLIGHTS?**

Mit den „Brett-Spitzen“ im Bayerischen Fernsehen wollte ich der Volksängerszene eine neue Bühne geben – mit Respekt vor der Tradition, aber auch mit Mut zu Neuem. Dass sich das Format so schnell zum Kult entwickelt hat, war ein schöner Erfolg.

**WAS MACHT FÜR SIE „GUTE BAYERISCHE MUSIK“ AUS –
JENSEITS VON KLISCHEES?**

Echtheit. Authentizität. Es darf mal ein Ton daneben sein – das macht's menschlich.

**ERFOLG IST DAS TITELTHEMA UNSERER AKTUELLEN AUSGABE –
WAS BEDEUTET IHNEN PERSÖNLICH ERFOLG?**

Man sollte sich selbst nicht zu wichtig nehmen. Aber ja, mit den „Brett-Spitzen“ ist uns etwas gelungen: Eine Form der Unterhaltung zu etablieren, die die Leute anspricht und ihnen Freude macht.

EIN LEBEN OHNE GASTGEWERBE WÄRE FÜR MICH ...

... kein Leben. Das Wirtshaus ist für mich der gesellschaftliche Brennpunkt schlechthin. Es geht um Austausch, um Miteinander, um Geschichten. Und genau das brauchen wir heute mehr denn je. ☺





**Exklusive
Vorteile**
für DeHoGa
Mitglieder

**VER | SICHER | UNGS
KAMMER
BAYERN**

RECHTSSCHUTZVERSICHERUNG

Unser Schutzschild für Ihr gutes Recht.

Sie kümmern sich um Ihre Gäste – wir schützen
Ihren Betrieb, Ihre Mitarbeiter und sichern Sie mit
einer starken Rechtsschutzversicherung ab.



Einfach QR-Code scannen
und mehr erfahren.

 **Finanzgruppe**

FÜR IHRE GÄSTE NUR DAS BESTE.

**NEU: Buttermilch
im 5 kg Eimer!**



Frische Buttermilch mit max. 1 % Fett

Herkunftsgarantie: Unsere Milch stammt aus der Berg- und Alpenregion zwischen Watzmann und Zugspitze.

Kleine Familienbetriebe mit durchschnittlich 30 Kühen sind Eigentümer der Molkerei.

