

Gastgeber Bayern

Das Magazin
für Gastronomie und
Hotellerie

#03

Ausgabe 2026

DEHOGA Bayern

BAYERN IST BUNT

Vielfalt:
Wie aus 16 Nationen
ein Team wird
Seite 24

International:
Warum Pizza, Pho und Pide
zu Bayern gehören
Seite 26

Nachtleben:
Warum die Szene
kämpfen muss
Seite 30

Streich „Import“ von deiner Einkaufs- liste



Das ist Bio aus Bayern.

biosiegel.bayern



Der Herbst steht in den Startlöchern und so langsam färben sich Bayerns Wälder wieder bunt. Stets bunt und das 365 Tage im Jahr: Bayerns Gastgewerbe. Und genau diese bunte Vielfalt der schönsten Branche der Welt bringen wir mit dieser Ausgabe auf die Seiten.

Wir sprachen etwa mit Dierk Beyer, unserem Vorsitzenden der Fachabteilung Musik und Szene, über die Licht- und Schattenseiten der Nachtgastronomie und mischten uns selbst unter die Feierwütigen. Dabei trafen wir auch auf einen Stillen Star der Szene. Außerdem haben wir Bayerns Wirtinnen für einen Tag des Zusammenhalts in die Swarovski Kristallwelten begleitet und waren begeistert von den vielen Facetten von Licht in Glas – und vor allem von unseren inspirierenden Gastgeberinnen. Motivierend ist in dieser Ausgabe auch der Blick auf unsere internationalen Foren und die vielen

Nationen, die unter Bayerns Gastgebern vertreten sind, und die genaue Betrachtung der unterschiedlichen Zielgruppen, die unseren schönen Freistaat besuchen und bereichern.

Wie wichtig der Blick über den Tellerrand ist, zeigte für diese Ausgabe außerdem unsere Bayerische Landwirtschaftsministerin Michaela Kaniber. Und auch Bayerns Arbeitsministerin Ulrike Scharf kommt dieses Mal zu Wort und hebt die Bedeutung der Minijobs auf politischer Ebene hervor.

Wer neben all den großen Themen die kleinen bunten sucht, findet diese in unserer noch recht neuen Rubrik – der Schmankerl-Ecke. Hier gibt es neben alkoholfreien Überraschungen, Innovativem für den Gaumen und interessanten Trends auch etwas zu gewinnen. Doch lesen Sie selbst...

Angela Inselkammer
Präsidentin des DEHOGA Bayern

Dr. Thomas Geppert
Landesgeschäftsführer des DEHOGA Bayern





Inhalt

Ausgabe 03/2026

Editorial	03
Inhaltsverzeichnis	04
Wussten Sie schon...	06

Aus dem Landesverband 08

Michaela Kaniber im Gespräch	08
DEHOGA Bayern im Gespräch	10
Rückblick „Gastroberg“ und „Nacht der Gastgeber“	14
Minijobs und Rentenpolitik	16
Bayerische Jugendmeister 2026	18

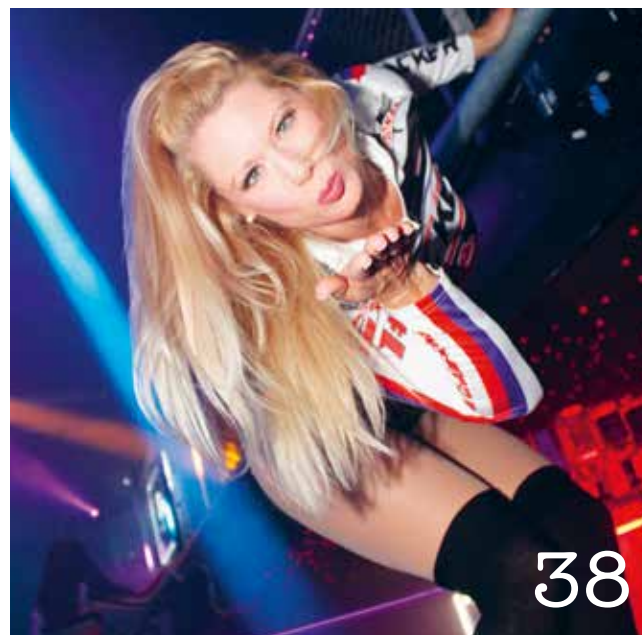
Bayern ist bunt 20

Vielfalt beim Urlauben	22
------------------------	----

Unternehmenskultur	24
Viele Köche... verfeinern den Brei	26

Bayern und die Welt 28

Wer seine Zahlen kennt, trifft die besseren Entscheidungen	28
„So schwierig war es noch nie, den Gast zu erreichen“	30
Die Schmankerl Ecke	32
zu Gast bei Hans Jörg Bachmeier	34
„Die Unternehmerpersönlichkeit ist entscheidend für einen Kredit“	36
Stille Stars: Die Stimmung stimmt	38
Tourismus ist Teamarbeit	40
Isabellas Kolumne	42



„Ein guter Drink entsteht nicht durch Auswendiglernen“	46
Hotelsterne strahlen auch noch nach 30 Jahren	48
Seminarangebote der Bayern Tourist GmbH	50
Wirtinnen-Power-Tag	54
Ansprechpartner Impressum	56

Auf ein Getränk mit... 58

Auf ein Radler mit Hilde Gerg	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.

ZUM TITELMOTIV:

Farbenfroh, fantasievoll und unverwechselbar – so verkörpert der Hundertwasserturm in Abensberg das Heftmotto „Bayern ist bunt“. Mit seinen leuchtenden Farben und ungewöhnlichen Formen zeigt er den Freistaat von seiner kreativen, lebensfrohen und unangepassten Seite.

WUSSTEN SIE SCHON?

..., dass die Gastronomie zu den buntesten Arbeitswelten Deutschlands gehört? **54 Prozent** der Beschäftigten in der Gastronomie haben eine Einwanderungsgeschichte, in der Hotellerie sind es **43 Prozent** – und bringen unterschiedliche Erfahrungen, Sprachen und kulinarische Einflüsse mit.

.....

..., dass Bayerns Bierlandschaft besonders bunt ist? Mehr als 4.000 Biermarken verteilen sich auf über 40 traditionelle Biersorten – vom Rauchbier über Kellerbier bis zum Weizenbock.

.....

..., dass beim aktuellen Wettbewerb „Bayerns Käseschätze“ insgesamt **19 handwerklich hergestellte Käsespezialitäten** ausgezeichnet wurden? Namen wie „Roter Casanova“, „Blauer Himmel“ oder „Süße Sissi“ zeigen: Bayerischer Genuss kann ziemlich farbenfroh und einfallsreich sein.

..., dass bei Obst und Gemüse tatsächlich gilt: **Je bunter, desto gesünder?** Jede Sorte und Farbe besitzt eine andere Zusammensetzung wertvoller Inhaltsstoffe. Abwechslung auf dem Teller bringt daher nicht nur Farbe, sondern auch Vielfalt in die Ernährung.

.....

..., dass **Farben auch den Appetit beeinflussen** können? Gäste nehmen ein Gericht zunächst mit den Augen wahr. Farbige Zutaten, Kontraste und eine ansprechende Anrichtung können deshalb bereits vor dem ersten Bissen Lust aufs Probieren machen.

.....

..., dass für **71 Prozent** der Menschen Obst oder Gemüse täglich auf den Tisch gehört? Vielfalt auf dem Teller bedeutet daher nicht nur internationale Küche, sondern auch eine abwechslungsreiche Auswahl regionaler und pflanzlicher Lebensmittel.

BAYERISCHER GASTGEBERTAG 2026
DIENSTAG, 27. OKTOBER IN BAMBERG

GEMEINSAM ZUKUNFT GESTALTEN

IDEEN, INSPIRATION UND PERSÖNLICHER AUSTAUSCH: DER BAYERISCHE GASTGEBERTAG 2026 BRINGT GASTGEBERINNEN UND GASTGEBER AUS DEM GANZEN FREISTAAT ZUSAMMEN. FREUEN SIE SICH AUF HOCHKARÄTIGE REFERENTEN, SPANNENDE EINBLICKE UND VIELE NEUE IMPULSE FÜR DIE PRAXIS.

Der Bayerische Gastgebერთag ist der zentrale Treffpunkt für das bayerische Gastgewerbe. Gastgeberin Angela Inselkammer, Präsidentin des DEHOGA Bayern, lädt zu einem Tag voller Inspiration, Austausch und neuer Perspektiven ein. Zu den Höhepunkten zählen die Keynotes der Markenbotschafterin Greta Silver sowie des fränkischen Fernseh- und Sternekochs Alexander Herrmann. Auch Alois Rainer, Bundesminister für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat, wird vor Ort sein und mit seiner Rede wichtige Impulse für die Branche setzen.

Abgerundet wird das Programm durch die ganztägige Innovationsarena mit Fachvorträgen, eine vielseitige Fachausstellung mit starken Branchenpartnern, kulinarische Highlights sowie zahlreiche Möglichkeiten zum Netzwerken. Beim gemeinsamen Ausklang des Tages bleibt ausreichend Zeit für persönliche Gespräche und neue Kontakte. Denken Sie auch an Ihre Mitarbeitenden! Diesen können Sie als Mitglied ebenfalls für nur 50 Euro einen ganzen Tag Weiterbildung inklusive Fachausstellung und Verpflegung sowie ein BTG-Teilnahmezertifikat zukommen lassen. Günstiger bekommen Sie keine Fortbildung bzw. Mitarbeitermotivation.

**Die Teilnahmegebühr ist bei einer Teilnahme als Unternehmer nach §4 Abs. 4 EstG steuerlich abzugsfähig.*



JETZT TICKETS SICHERN*:

DEHOGA BAYERN-MITGLIEDER:	50 €
NICHT-MITGLIEDER:	250 €
UNTERNEHMEN AUSSERHALB DER BRANCHEN-PARTNERSCHAFT:	500 €

**WEITERE
INFORMATIONEN,
DAS VOLLSTÄNDIGE
PROGRAMM SOWIE
DIE ANMELDUNG
FINDEN SIE HIER**



WIR BEDANKEN UNS FÜR DIE UNTERSTÜTZUNG BEI:



MICHAELA KANIBER IM GESPRÄCH

„Das Tierhaltungskennzeichnungsgesetz ist völlig falsch aufgesetzt.“

Mehr Transparenz ja – aber nicht um den Preis neuer Bürokratie. Bayerns Agrarministerin Michaela Kaniber warnt vor den Folgen des geplanten Tierhaltungskennzeichnungsgesetzes für Wirtshäuser, Landgasthöfe und regionale Lieferketten. Im Interview fordert sie eine grundlegende Neuausrichtung des Vorhabens.

Wie bewerten Sie die zusätzlichen Dokumentationspflichten für die überwiegend familiengeführte Gastronomie in Bayern?

Unsere Wirtshäuser und Gasthöfe brauchen endlich weniger Bürokratie und nicht schon wieder neue Nachweis- und Dokumentationspflichten. Viele Betriebe arbeiten seit Jahren an der Belastungsgrenze. Deshalb dürfen wir nicht immer neue Verwaltungsaufgaben nach unten durchreichen. Mehr Transparenz für Verbraucher kann ein sinnvolles Ziel sein. Aber ein Gesetz muss am Ende auch in der Praxis funktionieren. Bayern hat deshalb von Anfang an deutlich gemacht, dass beim Tierhaltungskennzeichnungsgesetz erheblicher Nachbesserungsbedarf besteht. Für mich gilt: Der Nutzen muss größer sein als die zusätzliche Bürokratie. Davon bin ich im aktuellen Stadium noch nicht überzeugt.

Hält die Staatsregierung die geplante Kennzeichnung für kleine Wirtshäuser und Landgasthöfe für praktikabel?

Ich sehe das kritisch, solange das geplante System nicht in seinem ursprünglichen Anwendungsbereich bei frischem Schweinefleisch vollständig reibungslos läuft. Deshalb halte ich es für falsch, die Kennzeichnungspflicht bereits auf weitere Bereiche auszudehnen. Wir dürfen kein unfertiges System immer weiter vergrößern. Gerade kleine Wirtshäuser, Landgasthöfe und familiengeführte Betriebe brauchen praktikable Lösungen statt zusätzlicher Verwaltungsarbeit. Sonst verlieren wir genau die Betriebe, die unsere bayerische Gastlichkeit prägen.

Welche konkreten Kosten erwarten Sie für einen durchschnittlichen Gastronomiebetrieb?

Eine belastbare Zahl lässt sich derzeit nicht seriös nennen. Aber die eigentliche Belastung entsteht oft gar nicht durch einzelne Eurobeträge, sondern durch den laufenden Aufwand. Jeder zusätzliche Nachweis, jede Dokumentation und jede Kontrolle bindet Arbeitszeit. Und genau diese Zeit fehlt dann beim Gast, in der Küche oder bei der Betriebsführung. Deshalb muss der Gesetzgeber sehr genau prüfen, ob der tatsächliche Mehrwert diese Belastungen rechtfertigt.

Bayern setzt seit Jahren auf regionale Wertschöpfungsketten. Besteht nicht die Gefahr, dass Gastronomen künftig aus Dokumentationsgründen eher bei großen Lieferanten einkaufen als beim örtlichen Metzger?

Genau diese Gefahr sehe ich. Unsere Gastronomie lebt von den engen Beziehungen zu regionalen Erzeugern, Metzgern und Verarbeitern. Darauf basiert ein großer Teil der Qualität und Authentizität der bayerischen Küche. Wenn zusätzliche Nachweispflichten dazu führen, dass regionale Lieferketten komplizierter werden als standardisierte Großhandelsstrukturen, dann erreichen wir das Gegenteil dessen, was wir eigentlich wollen. Unsere Gastronomen sind heute schon starke Partner der bayerischen Landwirtschaft. Diese Zusammenarbeit sollten wir stärken und nicht durch neue Bürokratie erschweren.

Wie soll verhindert werden, dass regionale Vermarktungsstrukturen durch zusätzliche Nachweispflichten geschwächt werden?

Der entscheidende Punkt ist Fairness. Es darf nicht sein, dass wir unseren eigenen Landwirten, Metzgern und Gastronomen immer neue Vorgaben machen, während vergleichbare Importware deutlich geringeren Anforderungen unterliegt. Bayern hat deshalb sehr früh gefordert, dass auch ausländische Ware einbezogen werden muss. Wer Transparenz will, muss für alle dieselben Regeln schaffen. Alles andere wäre ein Wettbewerbsnachteil für unsere heimische Landwirtschaft und unsere Gastronomie.

Welchen konkreten Mehrwert für den Gast sehen Sie gegenüber den bereits bestehenden Herkunfts-, Qualitäts- und Regionalitätsinformationen?

Verbraucher haben heute bereits viele Möglichkeiten, sich über Herkunft, Qualität und Regionalität zu informieren. Gerade in Bayern gibt es dafür bewährte Systeme und starke Qualitätsprogramme. Deshalb muss man die Frage stellen dürfen, welcher zusätzliche Erkenntnisgewinn tatsächlich entsteht. Mehr Informationen sind nicht automatisch bessere Informationen. Entscheidend ist, ob sie verständlich, glaubwürdig und für die Verbraucher wirklich relevant sind.

Ist der zu erwartende Informationsgewinn für Verbraucher aus Ihrer Sicht groß genug, um zusätzliche Belastungen für tausende bayerische Betriebe zu rechtfertigen?

Genau daran habe ich Zweifel. Natürlich wollen Verbraucher Transparenz. Aber Transparenz allein kann nicht jedes neue Bürokratiepaket rechtfertigen. Wenn wir tausenden Betrieben zusätzliche Pflichten auferlegen, müssen wir sehr genau hinschauen, ob der tatsächliche Nutzen in einem angemessenen Verhältnis zum Aufwand steht. Diese Diskussion muss ehrlicher geführt werden, als sie bislang geführt wird.

Wird Bayern, falls Brüssel das Vorhaben nicht aufhält, Einspruch gegen den Gesetzentwurf erheben?

Unsere Position bleibt klar: Am Ende zählt nicht die Idee auf dem Papier, sondern die Praxistauglichkeit im Alltag. Deshalb hat die Agrarministerkonferenz in Bad Reichenhall mit deutlicher Mehrheit festgehalten: Wenn es bis zum 1. Januar 2027 nicht gelingt, das System praktikabel zu gestalten und die bürokratischen Belastungen spürbar zu reduzieren, dann muss auch die Aufhebung des Tierhaltungskennzeichnungsgesetzes ernsthaft geprüft werden.

Wir brauchen keine Politik, die an einem Gesetz festhält, nur weil es einmal beschlossen wurde. Wir brauchen Politik, die hinschaut, ob die Regeln in der Praxis funktionieren. Beim Umbau der Tierhaltung brauchen unsere Betriebe vor allem Verlässlichkeit. Deshalb muss die Bundesregierung zunächst die im Koalitionsvertrag formulierten Maßnahmen umsetzen: weniger genehmigungsrechtliche Hürden beim Stallbau und ein mindestens 20-jähriger Bestandsschutz für neu- und umgebaute Tierwohlställe. Ohne diese Planungssicherheit wird kein Landwirt in einen neuen Stall investieren. Das Tierhaltungskennzeichnungsgesetz ist völlig falsch aufgesetzt und greift zu kurz. Es muss praxistauglich weiterentwickelt und europäisch abgestimmt werden. Denn am Ende müssen Verbraucher erkennen können, woher ein Produkt kommt und unter welchen Bedingungen es erzeugt wurde. Nur dann entsteht auch ein echter Mehrwert. 



DEHOGA BAYERN

im Gespräch

Ausgezeichnete GenussKüche

Bei der feierlichen Verleihung in München wurden 29 Betriebe als „Ausgezeichnete Genuss-Küche“ geehrt. Zudem wurden Auszeichnungen für besondere Bierkultur, regionale Festzeltküche und Bayerns Lieblingsbiertgärten verliehen.



Thomas Förster erhält den Bayerischen Verdienstorden

Ministerpräsident Dr. Markus Söder zeichnet DEHOGA Bayern-Vizepräsident für seine Verdienste um die bayerische Wirtschaft aus. Mit dieser hohen Auszeichnung würdigt der Freistaat Bayern sein langjähriges ehrenamtliches Engagement für die bayerische Wirtschaft sowie seinen Einsatz für das Hotel- und Gaststättengewerbe und die regionale Wirtschaftsentwicklung.



Auftaktveranstaltung „Bayern.Vision.Tourismus“

Am 1. Juli hat Tourismusministerin Michaela Kaniber in der Münchner Residenz die Initiative „Bayern.Vision.Tourismus“ offiziell gestartet – mit dem Ziel, den Tourismus in Bayern resilienter und stärker aufzustellen. Die Auftaktveranstaltung brachte Vertreter aus der gesamten Tourismusbranche, Verbände, Regionen und Kommunen zusammen.

Sommerempfang

Beim Sommerempfang des Bayerischen Landtags im Schloss Schleißheim bot sich bei beeindruckender Kulisse viel Gelegenheit für gute Gespräche. Gastgeberin des Abends war Landtagspräsidentin Ilse Aigner.



Politischer Dialog in Berlin

Beim Politischen Dialog der vbw Bayern in Berlin standen aktuelle Vorhaben der Bundesregierung im Mittelpunkt. Dabei wurde deutlich: Statt neuer Steuern und Abgaben braucht es Entlastungen und mutige Reformen.



Abschied nach 40 Jahren

Nach vier Jahrzehnten beim DEHOGA Bayern wurde Dr. Engelmann in den wohlverdienten Ruhestand verabschiedet. Mit seiner juristischen Expertise, seinem feinen Humor und großem Engagement hat er den Verband nachhaltig geprägt.



Freisprechung der Kreistellen Kempten und Oberallgäu

Bei der gemeinsamen Freisprechungsfeier in Kempten wurden 135 erfolgreiche Absolventen aus Hotellerie und Gastronomie feierlich verabschiedet. Rund 300 Gäste sowie Europaminister Eric Beißwenger und Landtagsabgeordneter Joachim Konrad begleiteten die Veranstaltung im Parktheater.



Charity Golfturnier der oberbayerischen Gastgeber

Beim 3. Charity-Golfturnier der oberbayerischen Gastgeber wurde im Golf Club Hölswang mit viel Freude für zwei gute Zwecke gespielt. Die Spenden gingen an den Förderverein für Ausbildung und Fortbildung im Bayerischen Gastgewerbe sowie an die Stiftung Ambulantes Kinderhospiz München.



Abschied nach fast 36 Jahren

Michael Schwägerl wurde nach fast 36 Jahren beim DEHOGA Bayern in den Ruhestand verabschiedet. Mit großer Kompetenz, Ruhe und Verlässlichkeit prägte er die Verbandsarbeit in Unterfranken nachhaltig und war für viele Betriebe die zentrale Anlaufstelle.



Bayerische Wirtschaftsnacht

Bei der vbw Wirtschaftsnacht standen die Anliegen von Mittelstand und Wirtschaft im Mittelpunkt. In seiner Rede bekannte sich Ministerpräsident Dr. Markus Söder klar zu Minijobs und einer flexibleren Wochenarbeitszeit. Zustimmung erhielt er auch von der Landtagspräsidentin Ilse Aigner.

Europa Miniköche feiern Weltrekord im Knödeldrehen

Im Markus Wasmeier Freilichtmuseum feierten rund 60 Europa Miniköche ihren Weltrekord im Knödeldrehen. Gemeinsam hatten die jungen Nachwuchsköche 7.050 Knödel in nur zwei Stunden geformt. Skilegende Markus Wasmeier gratulierte den Weltrekordhaltern persönlich und überreichte ihnen die offizielle Urkunde.



Freisprechungsfeier des DEHOGA in Gersthofen

Bei der Freisprechungsfeier in Gersthofen wurden die Absolventen aus Hotellerie und Gastronomie feierlich ins Berufsleben verabschiedet. Ein starkes Zeichen für die Ausbildung und den Fachkräftenachwuchs im Gastgewerbe.

Tourismuskongress

Beim Tourismuskongress der Vereinigung der bayerischen Wirtschaft standen klare Forderungen im Mittelpunkt: Die Potenziale des Tourismus müssen stärker genutzt und die gastgewerblichen Betriebe als Hauptleistungsträger gestärkt werden.



Gastro Session

DEHOGA Bayern-Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert sprach bei der Gastro Session des Leaders Club Germany im Hofbräukeller in München über die Frage: „Ohne Gastgeber wird es still – wie machen wir unsere Branche zukunftsfest?“



Pressekonferenz: Betriebsvergleich

Im Rahmen einer Pressekonferenz wurden die wichtigsten Ergebnisse des aktuellen dwif-Betriebsvergleiches des bayerischen Gastgewerbes vorgestellt. Der Betriebsvergleich liefert unter anderem wichtige Orientierungswerte zur Kostenoptimierung.



Im Gespräch mit Sandro Kirchner

Im Gespräch mit Bayerns Innenstaatssekretär Sandro Kirchner ging es um die Weiterbeschäftigung von Azubis aus Drittländern. Sandro Kirchner unterstützt das Anliegen des DEHOGA Bayern nach einer einheitlichen Regelung, die einen direkten Übergang von der Ausbildung in die Beschäftigung ermöglicht.



DEHOGA BAYERN

im Gespräch

GASTROBERG 2026

Ein Tag für die Helden der Branche

Feiern, vernetzen, Wertschätzung zeigen: Beim GastroBerg 2026 kamen Beschäftigte, Auszubildende und Betriebe der bayerischen Gastgewerbebranche zusammen – mit Ehrungen für den Nachwuchs und jeder Menge Bergkirchweih-Stimmung.

Am letzten Tag der Erlanger Bergkirchweih im vergangenen Juni wurde das Altstädter Schießhaus erneut zum Treffpunkt der Hotellerie und Gastronomie. Der GastroBerg bringt Beschäftigte, Auszubildende, Betriebe und Partner zusammen – als Zeichen der Wertschätzung für alle, die täglich in Küchen, im Service, an Theken und hinter den Kulissen für gelebte Gastfreundschaft sorgen.

Neben Austausch, Begegnung und gemeinsamem Feiern stand auch der Branchennachwuchs im Mittelpunkt. Bayerns Innenminister Joachim Herrmann und DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer ehrten mittelfränkische Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Bayerischen Jugendmeisterschaften 2026. Der GastroBerg zeigte damit auch in diesem Jahr, was die Branche auszeichnet: Zusammenhalt, Engagement und Freude am Gastgebersein.

Und auch im kommenden Jahr heißt es wieder: Auf zum GastroBerg! Im Rahmen der Erlanger Bergkirchweih wird die Branche erneut zusammenkommen, um ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, ihre Nachwuchskräfte und die gemeinsame Gastfreundschaft zu feiern. Den GastroBerg 2027 sollte man sich deshalb schon jetzt vormerken. 





NACHT DER GASTGEBER 2026

Rückblick auf eine Nacht voller Gastfreundschaft und Lebensfreude

Ein Abend voller Begegnungen, Lebensfreude und echter Gastfreundschaft: Die „Nacht der Gastgeber“ verwandelte den Bayerischen Hof in einen festlichen Treffpunkt für Gastgeberinnen und Gastgeber aus ganz Bayern.

In stilvollem Ambiente wurde gemeinsam gefeiert, getanzt, gelacht und die besondere Verbundenheit innerhalb des bayerischen Gastgewerbes spürbar gemacht. Die hervorragende Stimmung, inspirierende Gespräche und eine bis zum Schluss bestens gefüllte Tanzfläche machten den Abend zu einem unvergesslichen Erlebnis.

Dabei zeigte sich einmal mehr, wie eng Tanz und Gastgewerbe miteinander verbunden sind: Beide leben von persönlichen Begegnungen, Offenheit, Lebensfreude und der Begeisterung, Menschen zusammenzubringen. Unter den Gästen waren auch in diesem Jahr Staatsminister Florian Herrmann sowie der Präsident der Österreichischen Hotelvereinigung, Walter Veit.

Ein herzliches Dankeschön gilt allen Gästen, Partnern und Unterstützern, die diese besondere Nacht möglich gemacht haben. Nach diesem gelungenen Abend ist die Vorfreude auf die nächste „Nacht der Gastgeber“ schon jetzt riesengroß. 🦁

WEITERE IMPRESSIONEN

und Informationen zum Abend finden Sie auf der Rückblickseite unter:



© Hendrik Steffens

MINIJOBS UND RENTENPOLITIK

„MINIJOBS SIND EIN GEWINN FÜR BESCHÄFTIGTE UND BETRIEBE“

Im Gespräch mit DEHOGA Bayern-Landesgeschäftsführer Thomas Geppert erklärt Bayerns Ministerin für Familie, Arbeit und Soziales, Ulrike Scharf, warum sie an den Minijobs festhalten will, welche Risiken sie in den Vorschlägen der Alterssicherungskommission sieht und weshalb sie Nachbesserungen fordert.

Thomas Geppert: Was vermuten Sie: Welches konkrete rentenpolitische Problem wollte die Alterssicherungskommission mit ihrer Empfehlung zu Minijobs lösen?

Ulrike Scharf: Für mich steht fest: Wir müssen an den Minijobs festhalten. Sie passen zur Lebensrealität vieler Menschen und ermöglichen es Unternehmen, flexibel zu agieren und Auftragsspitzen abzufedern. Damit sind sie ein Win-Win. Die Alterssicherungskommission dürfte das Risiko von Altersarmut im Blick gehabt haben, insbesondere für Frauen. Wenn die Opt-out-Möglichkeit für die Einzahlung in die gesetzliche Rentenversicherung wegfällt, soll dies Erwerbsanreize stärken und mehr Beitragseinnahmen für die Rentenkasse generieren. Leider berücksichtigt die Kommission nicht, dass viele Menschen aufgrund ihrer Lebensumstände wie Care-Arbeit zu Hause ihre Arbeitszeit gar nicht aufstocken können.

Laut Quartalsbericht der Minijob-Zentrale bleibt nur eine deutlich kleinere Gruppe (240.000 von 6,8 Millionen) als mögliche

rentenpolitische Zielgruppe übrig, wenn Minijobber mit Hauptbeschäftigung, Rentner sowie Schüler, Auszubildende und Studierende gesondert betrachtet werden. Wie finden Sie in diesem Zusammenhang den Vorschlag der Kommission?

Genau diese Statistik beweist, dass bei den Minijobs aus rentenpolitischer Sicht eben kein Handlungsbedarf besteht. Die meisten Menschen nutzen Minijobs nämlich, um sich neben ihrem rentenversicherungspflichtigen Haupterwerb etwas dazuzuverdienen.

Wie bewerten Sie mögliche Nebenwirkungen, insbesondere sinkende Nettoanreize für Beschäftigte, steigende Arbeitskosten für Arbeitgeber sowie die Gefahr, dass legale Beschäftigung verdrängt oder in informelle Tätigkeiten verlagert wird?

Ich setze mich für den Erhalt der Minijobs ein: Für viele Menschen sind sie eine gute Zuverdienstmöglichkeit. Gleichzeitig bieten Minijobs Arbeitslosen eine Chance, wieder eine reguläre Beschäftigung zu finden. Auch die Unternehmen profitieren dank der Flexibilität

der Minijobs von dieser Beschäftigungsform. Das gilt für viele Branchen, insbesondere das Handwerk, die Gastronomie, den Tourismus oder den Einzelhandel. Die sozialversicherungspflichtige Beschäftigung bleibt die dominierende Beschäftigungsform – das dürfen wir in der Debatte nicht vergessen. Wir haben in Bayern nach den aktuellen hochgerechneten Daten im April 2026 rund 5,95 Millionen sozialversicherungspflichtig Beschäftigte. Und deren Zahl ist in den vergangenen Jahren gestiegen. Wir müssen die sozialversicherungspflichtige Beschäftigung weiter stärken. Das schaffen wir nur, wenn die zu hohen Lohn- und Nebenkosten wettbewerbsfähig werden.

Wie stehen Sie zum Vorschlag der Abschaffung des Sonderstatus insgesamt, statt zunächst mildere und zielgenauere Maßnahmen zu prüfen – etwa eine Streichung der Opt-out-Regel mit Anhebung der Minijobhöhe oder eine andere Ausgestaltung der Rentenversicherungspflicht?

Wir müssen auf jeden Fall noch einmal über die Vorschläge diskutieren. Es muss nachge-

bessert werden. Aus arbeitsmarkt- und beschäftigungspolitischer Sicht müssen wir die Minijobs erhalten.

Wenn ein großer Teil der Minijobber bereits anderweitig abgesichert ist, im Rentenalter steht oder sich in Ausbildung befindet: Warum hält die Kommission dennoch einen grundlegenden Umbau des gesamten Minijob-Systems für erforderlich?

Letztlich kann das nur die Kommission selbst beantworten. Sie begründet ihre Empfehlung mit den angeblich negativen Beschäftigungswirkungen von Minijobs. Der steuer- und sozialversicherungsrechtliche Sonderstatus soll aus Sicht der Kommission künftig nur noch für Schülerinnen und Schüler gelten, da bei dieser Gruppe nicht die Gefahr bestehe, dass sie bis zur Rente als Minijobber arbeiten.

Ein Altersrentner darf über die Aktivrente 2.000 Euro im Monat steuerfrei hinzuverdienen. Ein Erwerbsminderungsrentner, der aus gesundheitlichen Gründen nur wenige Stunden arbeiten kann, kann steuerbegünstigt nur den Minijob nutzen. Beide arbeiten. Was könnten aus Ihrer Sicht die Gründe sein, warum die Arbeit des gesundheitlich Eingeschränkten dem Staat steuerlich weniger wert ist? Werden hier nicht ausgerechnet die Schwächsten benachteiligt?

Wir sollten nicht die einen gegen die anderen aufrechnen. Jede Form der Beschäftigung ist wichtig und richtig. Unabhängig vom Alter sichern Erwerbsminderungsrenten diejenigen Menschen ab, die ihren Lebensunterhalt nicht mehr oder nur noch eingeschränkt selbst verdienen können. Bereits 2017 wurden hier die Hinzuverdienstmöglichkeiten verbessert und flexibler gestaltet. Die Aktivrente setzt dagegen gerade in Zeiten des demografischen Wandels einen gezielten Anreiz, das Erwerbspotential älterer Menschen besser zu nutzen. Indem der steuerliche Druck auf Arbeitsentgelt im Alter verringert wird, wird die Weiterarbeit über die Regelaltersgrenze hinaus attraktiver.

Der demografische Wandel stellt unsere Gesellschaft und die Wirtschaft vor große Herausforderungen. Die Prognosen gehen von steigenden Arbeitskräfte- und Fachkräftelücken aus. Daher müssen wir die vorhandenen Arbeitskräftepotenziale besser nutzen und aktivieren. Ich halte es aus arbeitsmarktpolitischer Sicht generell für richtig, Anreize zu schaffen, um das Wissen und den Erfahrungsschatz älterer Menschen länger für den Arbeitsmarkt verfügbar zu machen. 🐾



NACHWUCHSFÖRDERUNG

Bayerische Jugend- meister 2026: **Champions der Branche**

49 Auszubildende aus ganz Bayern stellten bei den Bayerischen Jugendmeisterschaften 2026 ihr Können unter Beweis. In der Allianz Arena zeigten sie, wie viel Talent, Leidenschaft und Zukunft im gastgewerblichen Nachwuchs steckt.

HIER GEHT'S
ZUM BERICHT DES
BAYERISCHEN
RUNDFUNKS



Service auf höchstem Niveau, perfektes Teamwork und starke Nerven: Bei den Bayerischen Jugendmeisterschaften 2026 traten 49 Nachwuchskräfte aus dem gesamten Freistaat gegeneinander an. In Theorie und Praxis mussten sie ihr Fachwissen, ihre Kreativität und ihr Organisationstalent beweisen – vom professionellen Gästeservice bis zum mehrgängigen Menü. Die Wettbewerbe machten deutlich, wie hervorragend Bayerns Nachwuchs auf die Anforderungen des Gastgewerbes vorbereitet ist.

Eine besondere Kulisse bot die Allianz Arena in München. Dort wurden die besten Teilnehmerinnen und Teilnehmer direkt am Spielfeldrand ausgezeichnet. Staatsministerin Ulrike Scharf, DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer und Ministerialdirektor Martin Wunsch überreichten die Ehrungen. Zu den Ehrengästen gehörte außerdem die Hauptgeschäftsführerin des DEHOGA Bundesverbandes, Jana Schimke. Für den musikalischen Rahmen sorgte die Lehrband Teachers Finest.

Den Titel Bayerische Jugendmeister 2026 sicherten sich Michael Wander (Kaufmann für Hotelmanagement, Hotel Sonnengut), Monja Sayer (Hotelfachfrau, Hotel Bayerischer Hof), Luca Paolo Scimia (Fachmann für Restaurants- und Veranstaltungsgastronomie, Landhotel Weißes Roß) sowie Annabell König (Köchin,



Fürstenfelder Bio-Restaurant & Bio-Hotel). Die Mannschaftswertung gewann erneut die Städtische Berufsschule für das Hotel-, Gaststätten- und Braugewerbe München. Die Meisterschaften zeigen jedes Jahr, wie vielfältig und anspruchsvoll die Berufe im Gastgewerbe sind. Auch der Bayerische Rundfunk berichtete über den Wettbewerb. Für drei der vier Landessieger geht es nun zu den Deutschen Jugendmeisterschaften nach Mainz. Nach dem bayerischen Gesamtsieg im vergangenen Jahr reist das Team mit dem Ziel an, den Titel erfolgreich zu verteidigen. 🐾

GEMEINSAM ZUKUNFT GESTALTEN

Die Bayerischen Jugendmeisterschaften leben vom Engagement der Branche. Wer junge Talente fördert, investiert in die Zukunft des Gastgewerbes. Damit der Wettbewerb auch künftig auf diesem Niveau stattfinden kann, freut sich der DEHOGA Bayern-Förderverein für Aus- und Weiterbildung über Unterstützung.

So können Sie helfen:

- Geldspende für die Durchführung des Wettbewerbs
- Förderung der Nachwuchsarbeit im Gastgewerbe

Spendenkonto:

DEHOGA Bayern Förderverein für Aus- und Weiterbildung
HypoVereinsbank München | IBAN: DE69 7002 0270 5800 2269 04

Für jede Spende wird selbstverständlich eine Spendenquittung ausgestellt.

Für Kooperationsanfragen oder weitere Formen der Zusammenarbeit freuen wir uns auf eine Nachricht: berufsbildung@dehoga-bayern.de



BUNTES BAYERN

Gastfreundschaft *hat viele Gesichter*

Menschen aus unterschiedlichen Ländern, vielfältige Teams und Gäste mit ganz eigenen Erwartungen: Bayerns Gastgewerbe ist so facettenreich wie die Menschen, die darin arbeiten und reisen. Das stellt Betriebe vor neue Aufgaben – eröffnet ihnen aber auch neue Perspektiven.

Wer heute durch Bayerns Städte und Regionen reist, erlebt eine Vielfalt, die längst zum Alltag gehört. Das gilt besonders für das Gastgewerbe. Unterschiedliche Sprachen, kulturelle Einflüsse und Erfahrungen treffen hier jeden Tag aufeinander – hinter dem Tresen ebenso wie davor.

Wie selbstverständlich das inzwischen ist, zeigt der Blick in die Betriebe. Im Hotel Victoria in Nürnberg etwa arbeiten Menschen aus 16 Nationen zusammen. Geschäftsführerin Sabine Powels setzt dabei auf klare Strukturen, gegenseitigen Respekt und den Austausch im Team. Denn unterschiedliche Erfahrungen können bereichern, verlangen im Arbeitsalltag aber auch Aufmerksamkeit und gegenseitiges Verständnis. Auch viele Unternehmer haben ihre Wurzeln außerhalb Bayerns und prägen mit ihren Betrieben die gastronomische Landschaft des Freistaats. Italienische, türkische oder vietnamesische Gastgeber sind dafür nur einige Beispiele. Mit seinen Foren Internationale Gastgeber will der DEHOGA Bayern diese Unternehmer stärker vernetzen, ihre Erfahrungen aufnehmen und gemeinsame Interessen vertreten.

Vielfältiger werden zugleich die Ansprüche der Reisenden. Dazu gehört auch die wachsende Bedeutung Bayerns als Reiseziel für LGBTQ+-Gäste. Für sie zählen neben einem attraktiven touristischen Angebot insbesondere Sicherheit, verlässliche Informationen und die Gewissheit, vor Ort respektvoll empfangen zu werden. Dass sich bereits zahlreiche bayerische Unterkünfte gezielt mit diesen Erwartungen auseinandersetzen, zeigt: Gastfreundschaft entwickelt sich mit ihren Gästen weiter.

So zeigt sich Vielfalt im Gastgewerbe an ganz unterschiedlichen Stellen – in der Belegschaft, bei den Unternehmern und bei den Menschen, die nach Bayern reisen. Viel Freude auf den folgenden Seiten bei unserer Reise durch das bunte Bayern! 🐾

VIELFALT BEIM URLAUBEN

Queerfeldein, aber bitte sicher

Geschützt? Oder gefährlich? Diese Frage stellen sich LGBTQ+-Reisende bei der Urlaubsplanung regelmäßig. Was Destinationen tun können, um Sicherheit und Komfort speziell für diese Gruppe zu verbessern, war Thema beim LGBTQ+-Tourismus-Symposium im Juni in München. Das Event war hochkarätig besetzt, unter anderem mit der Vorsitzenden der Deutschen Zentrale für Tourismus, Petra Hedorfer.

Grundsätzlich sind sicherheitsrelevante Informationen sehr wichtig bei der Vermarktung von Destinationen – für diese Zielgruppe umso mehr. Dazu zählen etwa die rechtliche Lage im Reiseland, Gastfreundschaft in der Unterkunft oder gesellschaftliche Akzeptanz vor Ort. Und Bayern hat hier viel zu bieten. Insgesamt 16 Prozent der 4.400 „Travel Proud Unterkünfte“ in Deutschland liegen in Bayern. Die Auszeichnung erhalten all jene Hotels und Ferienwohnungen, die das Proud-Hospitality-Training der Plattform Booking.com absolviert haben. Sie gelten als besonders LGBTQ+-freundliche Gastgeber.

ZWISCHEN ALM, ISAR UND REGENBOGEN

„Die Angebote für diese Gruppe müssen sichtbar werden“, wünscht sich Petra Hedorfer, Vorsitzende der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT). Und sie hat noch weitere Zahlen im Gepäck, die belegen, dass LGBTQ-Reisende hierzulande gut aufgehoben sind: „Auf dem Gay Travel Index belegt Deutschland Platz 3. Beim Nation Brand Index, der jährlich das Image von Ländern misst, steht Deutschland für Offenheit, Sicherheit und Fairness.“ Sie fügt hinzu: „Das LGBTQ-Ranking von TUI prüft 50 europäische Städte. Im Jahr 2025 belegt München darin Platz 15.“ Das sind viele positive Aspekte, die jedoch bislang wenig genutzt werden. So räumt Benedikt Brandmeier, Leiter von München Tourismus, ein: „Diese Gruppe wird von München Tourismus bislang nicht gezielt angesprochen.“

Global betrachtet ordnen sich zehn Prozent der Urlauber dem LGBTQ-Umfeld zu. Reisende dieser Gruppe gelten als kaufkräftig und reisefreudig. Sie geben durchschnittlich 30 bis 40 Prozent mehr Geld für Reisen aus als der gewöhnliche Urlauber und fokussieren sich auf Premiumdestinationen. Haben sie einen Ort gefunden, an dem sie sich sicher und willkommen fühlen, kehren sie dreimal eher an dieses Reiseziel zurück als der Durchschnitt. Insbesondere die älteren queeren Reisenden bilden ein großes Wachstumssegment auf dem Reisemarkt. Generell gilt die Community untereinander als extrem gut vernetzt. Positive

„Die Angebote für diese Gruppe müssen sichtbar werden“

Petra Hedorfer

wie negative Erfahrungen verbreiten sich schnell. Persönliche Empfehlungen sind für andere Reisende wertvolle Impulsgeber. Partnerschaften zwischen einer Destination und Vertretern des LGBTQ+-Umfeldes hätten damit eine große Reichweite.

ALL INCLUSIVE? SICHERHEIT BITTE AUCH

Was hingegen nicht funktioniert, weiß Edgar Weggelaar, CEO bei Queer Destinations: „Einmalige Pride-Events, inhaltsleere Marketingmaßnahmen und keine Deckung zwischen Marketing und der Reiseerfahrung vor Ort.“ Für ihn steht fest: „Es braucht einen ganzheitlichen Ansatz, vor allem das Team vor Ort muss umfassend geschult werden.“ Ein Großteil der Reiseplanung funktioniert für diese Gruppe über den Austausch mit künstlicher Intelligenz. Hier müssen sie keine Bewertung ihrer Person fürchten, fühlen sich sicherer und erhalten oft treffendere Tipps als auf den gängigen Informationsseiten einzelner Destinationen. Für touristische Anbieter heißt das: nachjustieren. Es gilt, nicht nur mit Regenbogen-Symbolik zu werben, sondern klare, belastbare Informationen zu liefern — etwa zu diskriminierungsfreier Buchung, geschultem Personal, sicheren lokalen Kontakten und realistischen Hinweisen zur Situation vor Ort. Zwar wächst die gesellschaftliche Akzeptanz gegenüber dieser Gruppe stetig. Gleichzeitig nehmen aber auch Übergriffe und Beleidigungen weiter zu. Norbert Kettner, CEO bei Wien Tourismus, hat hier bereits jahrelange Erfahrung sammeln können und merkt: „Der Gegenwind wird rauer. Der Lack der Zivilisation ist dünner, als wir glauben.“

KONWAY®

Beständig seit über 26 Jahren
• Ihr professioneller Objekteinrichter •
in Hotellerie, Gastronomie & Industrie



Komplette INDOOR-Konzepte -
Stühle, Sessel, Tische & Polsterbänke nach Maß!

Über 30.000 erfolgreich
ausgestattete Objekte
in 26 Jahren!

Umfassendes OUTDOOR-Sortiment -
aktuelle Designs in großer Farbvielfalt!



Fachberatung • Planung • Produktion • Montage •
Außendienst • 1000m² Showroom IN & OUT • Bemusterung

KONWAY® 2025-26
HAUPTKATALOG
800 Seiten

Unser Hauptkatalog 2025-26 liegt für Sie bereit!
Fordern Sie jetzt Ihr persönliches Exemplar an!

KONWAY GmbH

Elf Morgen 7 • 64589 Stockstadt / Rh.
Tel.: 06158-87810 • Fax: 06158-878110
Mail: info@konway.de • Web: www.konway.de

UNTERNEHMENSKULTUR

Vielfalt INKLUSIVE

Power-Frau aus Nürnberg: Sabine Powels führt mit Leidenschaft und Herzblut ein buntes Team. Seit 30 Jahren leitet sie das traditionsreiche Hotel Victoria und setzt dabei konsequent auf Respekt, Vertrauen und Wertschätzung.

Sommer, Sonne, Wärme – und heiteres Lachen: Vier Mitarbeiter des Hotel Victoria in Nürnberg sitzen in vertrauter Runde zusammen auf der Terrasse. „Das gemeinsame Frühstück ist für unser Team sehr wichtig“, lächelt Sabine Powels und schlendert mit einem herzlichen „Guten Appetit!“ vorbei zu einem Schattenplatz. Die Geschäftsführerin des Hauses spricht aus Erfahrung. 30 Jahre leitet sie bereits die Geschicke des Hotels, das seit 1896 Gäste in Nürnberg begrüßt. „Mir ist Respekt und ein vertrauensvoller Umgang mit und unter den Angestellten sehr wichtig.“ Das glaubt man ihr sofort. In ihrem Team arbeiten Menschen aus 16 Nationen. In Küche, Fluren und Zimmern treffen damit ganz unterschiedliche Kulturen und Sprachen aufeinander. Eine Herausforderung und große Bereicherung zugleich. Das *Gastgeber Bayern*-Magazin hat genauer nachgefragt.

Was macht ein gutes Team im Gastgewerbe heute aus?

Powels: „Gerade erst hatten wir zu diesem Thema einen Workshop. Unsere zentrale Frage war: Wie können wir jeden im Team mitnehmen? Und wie können wir Bedeutung und Wertschätzung für unsere Arbeit vermitteln? Respekt und Vertrauen sind die dafür notwendige Basis. Passieren Fehler, zeigen wir nicht mit dem Finger auf andere, sondern suchen Lösungen, die für

alle passen. Wir sind ein kleines Haus. Konflikte und Belastungen, auch aus dem privaten Umfeld, spürt man hier mehr als in einem großen Konzern. Aber schlechte Laune darf sich nicht auf das ganze Team oder gar die Gäste übertragen. Ist jemand mal nicht gut drauf, können wir Aufgaben rotieren und damit punktuell entlasten. Es braucht aber grundsätzlich immer klare Strukturen für die Aufgabenverteilung.“

Smart, nicht hart

Seit 2014 arbeitet das Hotel mit Wirtschaftspsychologen zusammen. Das Ziel: Die Arbeit soll smarter, nicht härter werden. Alle Prozesse wurden dahingehend optimiert. Es gibt monatliche Feedback-Meetings und klare Indikatoren, die helfen, Probleme frühzeitig zu erkennen und zu beheben. Powels: „Für das Housekeeping war das die größte Umstellung. Sie sahen sich zuvor oft eher als weniger wahrgenommene Abteilung. Plötzlich entwickelten sie ihre Arbeitsprozesse mit und wurden von Universitätsprofessoren gefragt, wie es ihnen geht. Aber genau das möchte ich vermitteln: Alle im Team sind wichtig!“

Was lernen Mitarbeiter voneinander, wenn ein Team wirklich bunt ist?

„Respekt. Vieles funktioniert schon richtig gut. Aber manchmal muss man noch an der Basis ar-

beiten. Bestimmte Abteilungen stehen sehr unter Zeitdruck, wie etwa das Housekeeping. Die Arbeit ist körperlich anstrengend. Gleichzeitig gibt es in dem Team eine hohe Diversität, was Herkunft oder Alter angeht. Da knirscht es schon mal. Wir veranstalten regelmäßig Team-Tage. Das hilft, um zueinander zu finden. Stimmt die Stimmung im Team, passt auch der Service. Wir sind präsent für den Gast, hören ihm zu und kommunizieren auf Augenhöhe. Guter Service ist in meinen Augen heute ein echtes Luxusgut.“

Zeit ist ein weiteres Luxusgut, das immer knapper zu werden scheint: Bürokratie, Auflagen oder Datenschutzvorgaben nehmen im Arbeitsalltag viel Raum ein.

Wo verlieren Sie als Gastgeber heute am meisten Zeit?





„Das mag seltsam klingen für ein Hotel, das für sich in Anspruch nimmt, sehr digital aufgestellt zu sein, tatsächlich ist es in vieler Hinsicht aber die Digitalisierung. Die komplette ‚Guest Journey‘ wird von keinem System wirklich ganzheitlich abgebildet. Einzelne Programme sind oft nicht miteinander kompatibel. Zudem gibt es unterschiedliche Zahlungsmodelle oder Kündigungsfristen – das macht es schwerer und unübersichtlich. Allein unsere Mitarbeitenden an der Rezeption müssen mit einer Vielzahl von verschiedenen Programmen arbeiten. Wir sind offen für Veränderung, treu nach unserem Motto ‚Modern seit 1896‘. Aber ich würde mich wirklich freuen, wenn IT-Programme besser aufeinander abgestimmt wären.“

Diversität gibt es nicht nur im Team und bei IT-Programmen. Auch die Gäste, die das Hotel

besuchen, kommen aus ganz unterschiedlichen Motivationen. Die Lage des Hauses in Bahnhofsnähe und direkt am Beginn der Nürnberger Altstadt ist attraktiv: sowohl für ruhesuchende Geschäftsreisende als auch für Familien oder Christkindlmarkt-Touristen.

Welche Rolle spielen Hotels für lebendige Innenstädte?

„Gemeinsam mit Gastronomie und Einzelhandel leisten auch Hotels einen wertvollen Beitrag zur Attraktivität einer Stadt. Gäste, die uns besuchen, betreten hier nicht nur ein denkmalgeschütztes Gebäude. Es ist ein architektonisches Wahrzeichen der Stadt Nürnberg – und das seit

130 Jahren. Hautnah kann man bei uns ein Stück Geschichte erleben. Das kommt gerade bei unserem internationalen Publikum sehr gut an – und öffnet das Interesse für weitere Highlights in der Stadt. Ein echtes Plus sind die vielen kulturellen Einrichtungen. Sie haben Sogkraft für ausländische Gäste. Die gute Erreichbarkeit ist hier ein ganz wesentlicher Punkt. Was das angeht, ist unsere Nähe zum Hauptbahnhof super. Gleichzeitig ist aber auch das Thema Sicherheit und Sauberkeit eine Herausforderung. Hier würde ich mir noch mehr Unterstützung durch die Stadt wünschen. Wir stehen dazu in regelmäßigem Austausch mit den Verantwortlichen und bleiben an den Themen dran, die uns wichtig sind.“ 

VIELE KÖCHE...

verfeinern den Brei

Austausch, Unterstützung und eine starke Interessenvertretung finden Gastronomen und Hoteliers bei den „Foren Internationale Gastgeber“ des DEHOGA Bayern. Das Netzwerk eint bereits Italiener, Vietnamesen und Türken – weitere werden folgen. Mitmachen ist ausdrücklich erwünscht.

Ob italienische Trattoria, vietnamesisches Restaurant, türkischer Familienbetrieb oder internationales Hotel: Sie alle gehören fest zum bayerischen Gastgewerbe. Denn Pizza, Pho und Pide sind neben dem Schweinsbraten längst ein fester Bestandteil bayerischer Genusskultur. Als größter gastgewerblicher Landesverband vertritt der DEHOGA Bayern deshalb alle Hoteliers und Gastronomen im Freistaat – unabhängig davon, wo sie ihre Wurzeln haben.

EIN FORUM FÜR BESONDERE ANLIEGEN

Viele Herausforderungen der Branche tragen keinen Reisepass: steigende Kosten, Personalmangel, Bürokratie oder rechtliche Fragen betreffen nahezu alle Betriebe. Gleichzeitig haben internationale Gastgeber eigene Anliegen, Erfahrungen und Informationsbedürfnisse. Genau hier setzen die Foren Internationale Gastgeber an. Den Anfang machten 2022 die Italiener. Mittlerweile gibt es auch Foren für türki-



„DER DEHOGA BAYERN HAT FÜR UNSERE BRANCHE SCHON VIEL ERREICHT - DAFÜR BIN

ICH DANKBAR UND UNTERSTÜTZE DIESE ARBEIT GERNE. GLEICHZEITIG SCHÄTZE ICH DEN AUSTAUSCH IM NETZWERK UND DIE VORTEILE DER PARTNER-UNTERNEHMEN, DIE SICH IM ALLTAG WIRKLICH AUSZAHLEN.“

DAVIDE LA ROCCA, RESTAURANT IL DUETTO DUE



„BEIM DEHOGA BAYERN FINDEN WIR EIN STARKES NETZWERK, GEGENSEITIGE

UNTERSTÜTZUNG UND GANZ PRAKTISCHE VORTEILE, DIE UNS IM BETRIEBSALLTAG WIRKLICH ETWAS BRINGEN.“

ERSAN ALTIN, KEKO RESTAURANT

sche und vietnamesische Gastgeber. Noch 2026 sollen in Zusammenarbeit mit den jeweiligen Konsulaten China und Indien hinzukommen. Ferner ist der Aufbau weiterer Foren für griechische und japanische Gastgeber geplant. Das Ziel: zuhören, vernetzen und gemeinsam handeln – möglichst nah an den Menschen und ihren Betrieben. Zudem bündelt der Schulterschluss Kraft und Kompetenz bei der Vertretung politischer Interessen.

ZUTATEN FÜR EIN STARKES NETZWERK

Wer sich an einem Forum beteiligt, trifft Unternehmer mit ähnlichen Erfahrungen und Herausforderungen aus dem eigenen Betriebsalltag.



„WIR MÖCHTEN DIE VIETNAMESISCHE GASTFREUND-SCHAFT STOLZ IN DEUTSCHLAND PRÄSENTIEREN - GEMEINSAM MIT MENSCHEN, DIE DIESELBEN WERTE TEILEN. GENAU DESHALB IST UNS DIE MITGLIED-SCHAFT IM VERBAND UND IM FORUM VIETNAMESISCHER GASTGEBER SO WICHTIG.“

MAI NGUYEN, MAUI RESTAURANT IM LUDWIGSPALAIS

GEMEINSAM ZUM ERFOLGSREZEPT

Als Einzelkämpfer hat man es im Gastgewerbe oft schwer. In einer starken Gemeinschaft lassen sich Interessen dagegen deutlich besser vertreten. Denn viele einzelne Stimmen ergeben zusammen nicht nur einen lebhaften Stammtisch, sondern politisches (Gegen-) Gewicht. Ein starker Verband setzt sich auch für den kleinsten Betrieb ein, macht Anliegen sichtbar und bringt sie gegenüber Politik, Verwaltung und Öffentlichkeit zur Sprache. Die Foren helfen dabei, Themen frühzeitig zu erkennen und passgenaue Angebote zu entwickeln. Je mehr Gastgeber sich einbringen, desto stärker werden die Foren – und desto besser kann der DEHOGA Bayern die Vielfalt seiner Mitglieder abbilden.

DER TISCH IST NOCH LANGE NICHT VOLL

Damit die bestehenden Foren weiter wachsen, braucht es Gastgeber, die mitreden, mitdenken und mitgestalten möchten. Ganz gleich, ob jemand bereits Mitglied ist, den DEHOGA Bayern erst kennenlernen möchte oder Interesse am Aufbau eines weiteren Forums hat: Vorbeikommen lohnt sich. Der Tisch ist gedeckt – für neue Kontakte, gute Ideen und eine starke Gemeinschaft. 🐾

Dabei geht es nicht um unverbindliches Sammeln von Visitenkarten, sondern um Kontakte, die wirklich weiterhelfen.

Die Teilnehmer können sich austauschen, voneinander lernen und sich gegenseitig unterstützen. Sie bringen ihre Wünsche, Ideen und Vorschläge direkt ein und helfen mit, die Arbeit des Forums mitzugestalten. So entsteht eine Gemeinschaft, die nicht über internationale Gastgeber spricht, sondern mit ihnen.

Gleichzeitig eröffnet die Beteiligung den Zugang zu den vielfältigen Leistungen des DEHOGA Bayern: angefangen bei der Rechtsschutzversicherung, über Informationen und Beratung, Unterstützung im betrieblichen Alltag bis hin zu Sonderkonditionen und geldwerten Vorteilen.

SIE MÖCHTEN MITMACHEN?

Ansprechpartner ist Reiner Hebermehl, Leiter der Foren Internationale Gastgeber. Darüber hinaus stehen die Mitarbeiter des DEHOGA Bayern-Außendienstes als Ansprechpartner vor Ort zur Verfügung.



Kontakt Außendienst
Reiner Hebermehl

Tel +49 160 96981977
r.hebermehl@dehoga-bayern.de

WWW.BIRKENHOF-BRENNEREI.DE

TRADITIONELL
FEINE SPIRITUOSEN
im Cognacfass gereift



Birkenhof
Brennerei

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



CONTROLLING & UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Wer seine Zahlen kennt, **trifft die besseren Entscheidungen**

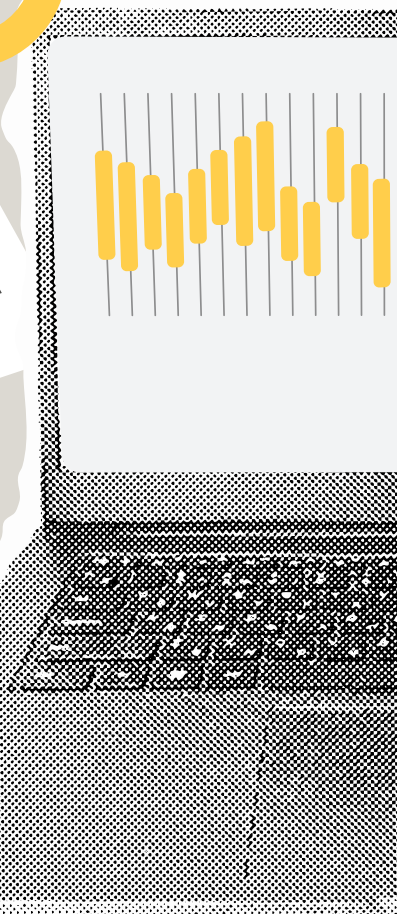
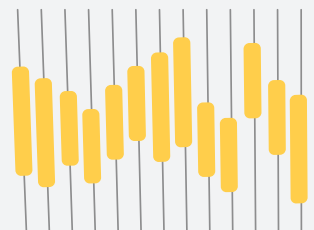
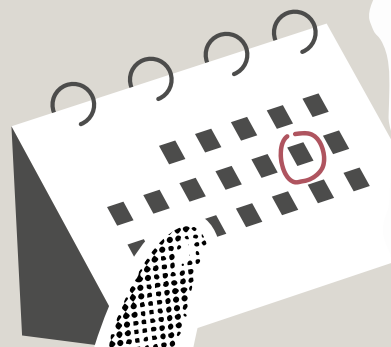
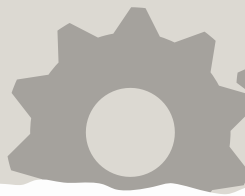
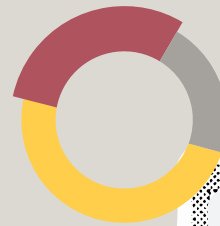
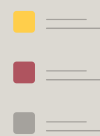
Der neue dwif-Betriebsvergleich zeigt, wie Hotellerie und Gastronomie in Bayern wirtschaftlich dastehen – und liefert Betrieben eine belastbare Grundlage für bessere Entscheidungen. Ob Wareneinsatz, Personalproduktivität, Auslastung oder Rendite: Die Kennzahlen helfen dabei, den eigenen Betrieb realistisch einzuordnen, Stärken und Schwächen zu erkennen und Potenziale gezielt zu nutzen.

Viele unternehmerische Entscheidungen werden aus Erfahrung und Bauchgefühl heraus getroffen. Beides ist wichtig – reicht heute aber oft nicht mehr aus. Steigende Kosten, Fachkräftemangel, Investitionsdruck und ein intensiver Wettbewerb verlangen nach belastbaren Zahlen. Genau hier setzt der neue dwif-Betriebsvergleich für die Hotellerie und Gastronomie in Bayern an.

Die Studie liefert Unternehmerinnen und Unternehmern Orientierungswerte, mit denen sich der eigene Betrieb mit vergleichbaren Häusern vergleichen lässt. Erfasst werden unter anderem Kosten- und Erlösstrukturen, Wareneinsatz, Personalaufwand, Auslastung, Umsatzrendite, Cashflow, Investitionen und zahlreiche weitere betriebswirtschaftliche Kennzahlen. Damit wird sichtbar, wo der eigene Betrieb gut aufgestellt ist – und wo sich noch Gewinnreserven erschließen lassen.

Gerade in wirtschaftlich anspruchsvollen Zeiten ist ein solcher Vergleich ein wertvolles Steuerungsinstrument. Wer seine Zahlen kennt, kann Preise besser kalkulieren, Investitionen fundierter planen und Entwicklungen frühzeitig erkennen. Der Betriebsvergleich liefert dafür keine pauschalen Empfehlungen, sondern objektive Vergleichswerte als Grundlage für eigene unternehmerische Entscheidungen.

Die aktuelle Ausgabe basiert auf den Jahresabschlüssen des Geschäftsjahres 2023 und ordnet diese in die Entwicklung vor, während und nach der Corona-Pandemie ein. Die Ergebnisse zei-



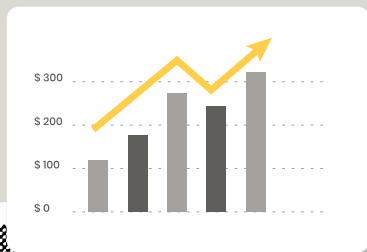
gen: Die Nachfrage hat sich weitgehend erholt. Im Beherbergungsgewerbe wurde das Vor-Corona-Niveau bei den Übernachtungen nahezu wieder erreicht, auch die Auslastung nähert sich den früheren Höchstständen an. Gleichzeitig haben viele Betriebe ihre Angebote weiterentwickelt und höhere Erlöse erzielt.

Dennoch bleibt das wirtschaftliche Umfeld herausfordernd. Inflationsbedingt konnten die nominalen Umsätze zwar deutlich gesteigert werden, real liegen sie jedoch vielerorts noch leicht unter dem Niveau vor der Pandemie. Gleichzeitig ist die Zahl der gastgewerblichen Betriebe in Bayern seit 2017 um rund neun Prozent zurückgegangen. Gründe dafür sind unter anderem fehlende Nachfolger, Fachkräftemangel, Investitionsstau und zunehmende Bürokratie.

Ermutigend ist dagegen ein anderer Befund: Die wirtschaftliche Situation der verbliebenen Betriebe zeigt sich insgesamt bemerkenswert stabil. Kennzahlen wie Gewinn, Cashflow, Personalproduktivität oder Wareneinsatz haben sich über mehrere Vergleichsjahre hinweg nur gering verändert. Das spricht für eine hohe Anpassungsfähigkeit vieler gastgewerblicher Unternehmen – selbst unter schwierigen Rahmenbedingungen.

Auch beim Thema Investitionen liefert die Studie wichtige Erkenntnisse. Während viele Betriebe die Corona-Zeit noch für größere Modernisierungen nutzten, stehen heute vor allem Reparaturen, Instandhaltung und Substanzerhalt im Mittelpunkt. Umso wichtiger ist es, Investitionsentscheidungen auf belastbare betriebswirtschaftliche Daten zu stützen. Genau dafür bietet der Betriebsvergleich eine fundierte Grundlage.

Der dwif-Betriebsvergleich versteht sich deshalb nicht nur als umfangreiche Datensammlung, sondern als praktisches Werkzeug für die Unternehmensführung. Wer weiß, wo der eigene Betrieb im Vergleich zum Markt steht, kann Entwicklungen besser bewerten, Chancen erkennen und die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft stellen.



Jetzt den dwif-Betriebsvergleich bestellen!

319 Seiten Praxiswissen für Hotellerie und Gastronomie in Bayern

Der dwif-Betriebsvergleich enthält detaillierte Kennzahlen für die wichtigsten Betriebsarten – von Kosten- und Erlösstrukturen über Personalproduktivität und Wareneinsatz bis hin zu Rendite, Cashflow und Investitionen.

Preis: **74,90 Euro zzgl. Porto** und Verpackung. DEHOGA-Bayern-Mitglieder erhalten den Betriebsvergleich zum Vorzugspreis von **49,90 Euro zzgl. Porto** und Verpackung.



Hier geht's zur Bestellung!

MUSIK- UND SZENEGASTRONOMIE

„So schwierig war es noch nie, den Gast zu erreichen“

Dierk Beyer, Vorsitzender der Fachabteilung Musik & Szene beim DEHOGA Bayern, spricht mit Landesgeschäftsführer Thomas Geppert über neue Erwartungen der Gäste, über Lärmschutz und stille Tage – und darüber, warum Minijobs und flexiblere Arbeitszeiten für die Nachtgastronomie unverzichtbar sind.

Dierk, Du bist seit knapp 30 Jahren in der Branche. Wie schwierig ist die Lage für Clubs und Musiklokale derzeit?

Wir erleben momentan einen strukturellen Wandel im Ausgehverhalten. Die Branche ist wirklich gefordert. Wir müssen uns viel stärker als früher neue Konzepte ausdenken und sehr nah am Gast sein. In den knapp 30 Jahren, in denen wir im Geschäft sind, war es meiner Meinung nach noch nie so schwierig, den Gast zu erreichen. Gleichzeitig steigen überall die Preise. Deshalb sind wir auf bezahlbare Rahmenbedingungen und vor allem auf Planungssicherheit angewiesen. Gastronomiebetriebe investieren häufig sechsstelligen Summen. Dafür brauchen sie langfristige und verlässliche Perspektiven.

Was hat sich beim Ausgehverhalten verändert?

Das beschäftigt uns natürlich sehr. Wir hören aus ganz Bayern, dass sich die Situation verändert hat. Im ländlichen Raum sind die Probleme teilweise noch größer, weil dort beispielsweise Touristen fehlen, die zusätzlich in die Clubs kommen. Ich denke, dass sich vor allem das Le-



bensumfeld und die Interessen junger Menschen verändert haben. Heute braucht es viel stärker besondere Events. Es braucht einen DJ, einen Künstler oder etwas anderes, das einen echten Erlebnisfaktor schafft. Früher hat man sich am Freitag- oder Samstagabend einfach in einem bestimmten Club getroffen, weil man wusste: Da ist etwas los, da treffe ich andere Leute. Das allein reicht heute häufig nicht mehr.

Gleichzeitig hat kaum ein anderer Bereich des Gastgewerbes mit so vielen besonderen

Auflagen zu kämpfen. Wo müsste die Politik praxistauglicher werden?

Gerade in den Städten sehen wir ein grundsätzliches Problem. Es gibt zum Beispiel Kioske, die Bier verkaufen. Auf der anderen Seite stehen Gaststätten, Clubs und Diskotheken mit Türstehern, Personal und zahlreichen Auflagen. Diese Angebote stehen miteinander im Wettbewerb, allerdings unter völlig unterschiedlichen Bedingungen. Hinzu kommt, dass Wohnbebauung teilweise immer näher an



Das ganze Gespräch jetzt nachhören in unserem neuen DEHOGA Bayern special-Podcast. Exklusiv in der oneDEHOGA-App!

bestehende Spielstätten und Clubs heranrückt und dadurch Probleme beim Lärmschutz entstehen. Die maßgebliche TA Lärm („Technische Anleitung zum Schutz gegen Lärm“, eine Verwaltungsvorschrift, Anmerkung der Redaktion) stammt aus den 1990er-Jahren. Unsere Städte haben sich seitdem verändert. Wenn wir ein vielfältiges Nachtleben wollen, brauchen wir darauf neue Antworten. Wenn jemand beispielsweise Wohnbebauung an einen bestehenden Club heranbaut, sollte er auch dafür sorgen müssen, dass dort der notwendige Schallschutz gewährleistet ist. Sonst sehe ich für eine innenstadtnahe Club- und Ausgehkultur schwarz. Dabei brauchen wir Clubs für vielfältige und lebendige Städte – und zwar auch mitten in der Stadt.

Ein Dauerthema sind die stillen Tage. Was müsste sich hier ändern?

Wir brauchen mehr Offenheit und eine praktikablere Regelung. Wenn ich einen vollen Club habe und um zwei Uhr nachts schließen muss, stehen auf einmal vielleicht 500 Menschen auf der Straße. Das ist weder für die Anwohner noch für die Gäste von Vorteil. Deshalb müssen wir bei diesem Thema weiter auf eine Liberalisierung drängen. Hinzu kommt, dass die Menschen heute später ausgehen. Wenn um zwei Uhr Schluss sein muss, verliert ein Club damit faktisch bereits einen erheblichen Teil des Vorabends. Man kann natürlich versuchen, Veranstaltungen früher beginnen zu lassen. Aber das funktioniert nicht überall. Die jetzige Regelung ist für unsere Branche schlicht nicht praktikabel.

In München wird über einen städtischen Club im ehemaligen Ratskeller diskutiert. Wie siehst Du diese Pläne?

Die Grundidee, jungen Veranstaltern und Kollektiven einen Raum zu geben, in dem sie Veranstaltungen durchführen können, ist zunächst einmal nicht verkehrt. Aber wir befinden uns gerade in einer Situation, in der bestehende Clubs stark unter Druck stehen und teilweise freie Veranstaltungstage

und Kapazitäten haben. Unser Vorschlag ist deshalb: Warum bringt man solche Veranstaltungen nicht in die bestehenden Clubs, bevor man mit städtischer Förderung einen zusätzlichen Wettbewerber schafft? Dafür sehe ich momentan keinen Grund. In den Ratskeller passen rund 1.000 Menschen. Wenn gleichzeitig bestehende Clubs in der Stadt ums Überleben kämpfen und Förderprogramme für Clubs eingeschränkt werden, halte ich es für falsch, mitten in der Innenstadt eine zusätzliche, öffentlich unterstützte Konkurrenz aufzubauen.

Der DEHOGA fordert seit Jahren eine Umstellung von der täglichen Höchstarbeitszeit auf eine wöchentliche Betrachtung. Warum wäre das gerade für Eure Branche wichtig?

Wir funktionieren völlig anders als ein klassischer Bürobetrieb. Unsere Arbeitszeiten liegen nachts und am Wochenende. Viele Clubs haben nur an zwei Tagen in der Woche geöffnet. Deshalb brauchen wir flexible Lösungen. Das wünschen sich auch viele unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Natürlich darf der Arbeitsschutz darunter nicht leiden. Aber ich bin überzeugt, dass sich beides miteinander verbinden lässt: ein moderner Arbeitsschutz und Arbeitszeite Regelungen, die zu den tatsächlichen Abläufen unserer Branche passen.

Ähnlich wichtig sind für Euch Minijobs. Warum?

Minijobs sind im Clubbereich eine wesentliche Basis der Beschäftigung. Viele Betriebe haben hauptsächlich freitags und samstags geöffnet. Wir haben eben keine klassische Sieben-Tage-Woche und funktionieren nicht von Montag bis Freitag zwischen neun und 17 Uhr. Gleichzeitig ist die Club- und Nachtgastronomie sehr personalintensiv. Deshalb brauchen wir flexible und einfache Beschäftigungsmodelle, die solche Teilzeitbeschäftigungen ermöglichen. Würden Minijobs deutlich unattraktiver gemacht, wäre das für unsere Branche ein großes Problem.

Clubs verstehen sich zunehmend auch als Kulturorte. Sollte sich das steuerlich beim Eintritt widerspiegeln?

Clubs sind Teil der kulturellen Infrastruktur und ein Stück Kultur. Deshalb halte ich einen ermäßigten Mehrwertsteuersatz auf Eintrittspreise für sinnvoll. Unter bestimmten Voraussetzungen ist das heute bereits möglich, etwa bei künstlerischen DJs oder Bands. Allerdings muss man die entsprechenden Voraussetzungen gegenüber dem Finanzamt nachweisen, und das ist sehr aufwendig. Eine generelle und klare Regelung für Clubs wäre deshalb eine große Hilfe.

Zum Schluss: Warum lohnt es sich gerade für die Musik- und Szenegastronomie, ihre Interessen gemeinsam unter dem Dach des DEHOGA Bayern zu vertreten?

Corona hat sehr deutlich gezeigt, wie wichtig ein Verband ist, der für die Branche sprechen kann, Informationen weitergibt und ihre Interessen bündelt. Ich glaube, spätestens damals hat jeder gemerkt, wie wichtig eine starke gemeinsame Vertretung ist. Ich selbst bin sehr gerne DEHOGA-Mitglied und nutze die Informationen des Verbandes regelmäßig. Sie helfen mir in meiner täglichen Arbeit. Das kann ich jedem empfehlen, der einen Club betreibt. 

CLUB CONVENTION 2026 IN MÜNCHEN

Wer tiefer in die Themen der Club- und Nachtgastronomie einsteigen möchte, sollte sich den 20. und 21. Oktober 2026 vormerken. Bei der Club Convention 2026 im Münchner SAP Garden stehen Austausch, Networking und aktuelle Branchenthemen auf dem Programm. Das Frühbucherticket kostet 99 Euro.



Weitere
Informationen
und Tickets
per QR-Code

Schmankerl ECKE



WAS BEWEGT DIE BRANCHE JENSEITS DER GROßEN SCHLAGZEILEN?

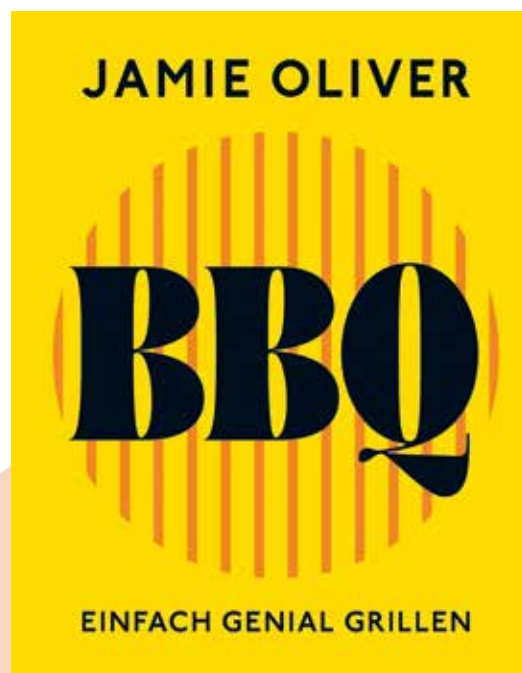
Die Schmankerl-Ecke wirft einen Blick auf kulinarische Trends, neue Produkte, spannende Genussideen und kleine Geschichten mit Charakter – von alkoholfreien Food-Pairings über Fermentation bis hin zu besonderen Büchern, Drinks und Gastro-Phänomenen.

SÜß. SCHARF. BUNT. „FRICY“



kombiniert fruchtige Süße mit Chili, Säure und Würze. Der Trend entwickelt den bereits bekannten „Swicy“-Trend – sweet und spicy – weiter

und setzt stärker auf frische Früchte und intensive Farben. Gerade in diesem Jahr taucht das Prinzip verstärkt in Gastronomie, Drinks und Streetfood auf. Typische Kombinationen sind etwa Wassermelone mit Chili und Limette, Mango mit Tajin oder Chamoy oder fruchtige Chilisaucen zu herzhaften Gerichten. Der Trend ist visuell extrem stark, international geprägt und lässt sich vom Getränk bis zum Dessert oder Hauptgericht umsetzen.



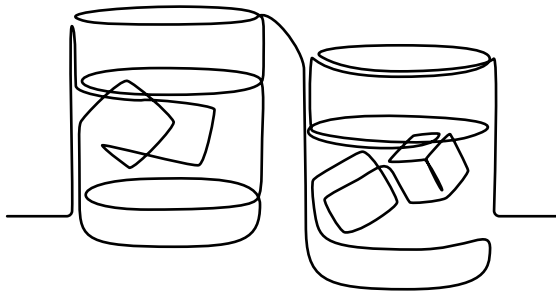
JAMIE OLIVER

Egal ob Burger, Lammkeule oder Halloumi-Erdbeer-Spieße: Jamie Oliver bietet in seinem neuen Kochbuch echte Grill-Klassiker, scheut sich aber auch nicht, Tofu und Obst auf den Rost zu legen. „Wir fühlen uns von Natur aus zum Feuer hingezogen“, ist er überzeugt. „Grillen ist eine Möglichkeit, Erinnerungen zu schaffen und eine Verbindung zueinander aufzubauen – genau darin liegt der Zauber.“ *Gastgeber Bayern* verlost drei Exemplare. Schreiben Sie unter dem Betreff „Jamie Oliver“ einfach eine E-Mail an gewinnspiel@gastgeber.bayern.

Hier tut sich was!

ALKOHOLFREIE GETRÄNKE

haben sich in den vergangenen Jahren vom Kompromiss zur eigenständigen Genusskategorie entwickelt. Besonders deutlich zeigt sich das beim Bier: Während die Produktion alkoholhaltiger Biere zurückgeht, wird alkoholfreies Bier in Deutschland immer beliebter und inzwischen deutlich häufiger produziert als noch vor einigen Jahren. Diese Entwicklung passt zu einem insgesamt bewussteren Umgang mit Alkohol. Der Pro-Kopf-Konsum sinkt ebenso wie der Alkoholkonsum unter Jugendlichen. Gleichzeitig wächst die Vielfalt alkoholfreier Alternativen. Das zeigt auch das alkoholfreie Freyheit Festival, dessen Gründer Alexander Gottschalk am Münchner Viktualienmarkt den Drykkir Flagship Store für „die besten alkoholfreien Drinks Europas“ betreibt.



ZEIT FÜR GEFÜHLE – UND MEHR AROMA!

Unsere Gefühlswelt beeinflusst unseren Appetit stärker, als wir oft meinen – und umgekehrt. Ist jemandem gerade Ruhe wichtig, stehen Botanicals wie Linden- und Holunderblüte, Lavendel, Rose oder Jasmin – etwa als Tees – auf dem Speiseplan, Zucker und Alkohol dagegen erscheinen weniger attraktiv. Wer nach Abenteuer sucht, braucht Chili-Würze, Rauch- und Holzkohlearomen. Dagegen repräsentieren Pilze, Umami- und Gemüse-Aromen – allen voran Rüben, Blumenkohl und Brokkoli – Zufriedenheit. Und wenn wir uns gelöst und fröhlich fühlen, schätzen wir auch kreative Kombis, zum Beispiel Softeis mit Chips. Das Bedürfnis nach Behaglichkeit lässt uns nach vertrauten, nostalgischen Gerichten verlangen – dann ist Zeit für: Zimtschnecken, Eintöpfe und Rinderrouladen.

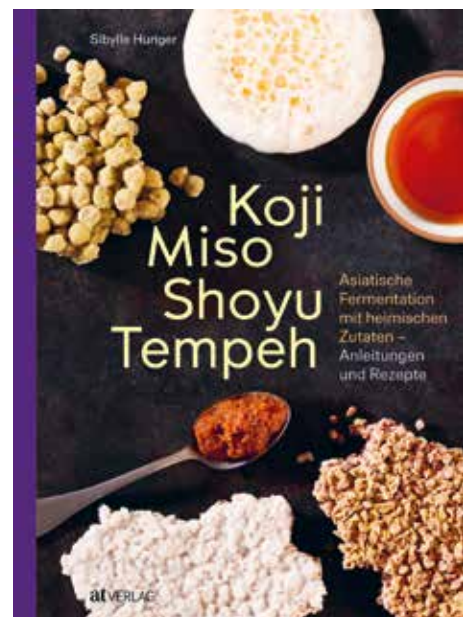
WELCHER ESS-STIL IST GERADE ANGESAGT?

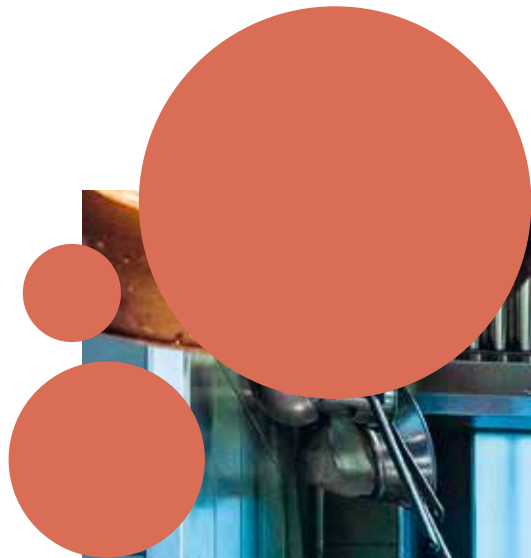
Die omnivore Ernährung ist derzeit besonders beliebt. Dabei werden sowohl pflanzliche als auch tierische Lebensmittel gegessen. Warum?

Weil sie uns flexibel bleiben lässt. Allesesser verzehren oft weniger Fleisch und tierische Produkte, als viele denken. Dabei achten sie sehr auf Qualität, Herkunft und Nachhaltigkeit der Zutaten. Gerne werden einfache Zubereitungen bevorzugt, die den guten Geschmack hervorheben – etwa Ofengemüse mit Dip. Klingt entspannt, oder?

SIBYLLE HUNGER

ist seit 30 Jahren Fermentista aus Leidenschaft und bekannt durch den Bayerischen Rundfunk. Sie ist Leiterin von Fermentationskursen und vertreibt als „Manufaktur Gmiashunger“ eigene Erzeugnisse. Hunger führt in ihrem vor Kurzem erschienenen zweiten Buch „Koji Miso Shoyu Tempeh – Asiatische Fermentation mit heimischen Zutaten“ in ausführlichen Schritt-für-Schritt-Anleitungen in die Herstellung der wichtigsten Koji-Fermente in der eigenen Küche ein und hält zahlreiche Ideen und Tipps bereit – auch zur Verwertung von Resten nach dem Zero-Waste-Prinzip. *Gastgeber Bayern* verlost drei Exemplare. Schreiben Sie unter dem Betreff „Sibylle Hunger“ einfach eine E-Mail an gewinnspiel@gastgeber.bayern.





© Oliver Bodmer

ZU GAST BEI HANS JÖRG BACHMEIER

Kochen statt Kleckern

Saisonal, bodenständig und ohne unnötigen Schnickschnack: Hans Jörg Bachmeier setzt auf gute Produkte und echtes Handwerk. Im Gespräch mit *Gastgeber Bayern* erzählt der Gastronom und TV-Koch, was ihn bis heute an seinem Beruf begeistert, was eine gute Kochausbildung ausmacht – und welches Gericht ihn noch immer nervös macht.

Ortstermin bei Bachmeier Genussfreuden. Es ist Ruhetag. Doch die Tische im Lokal sind eingedeckt und warten einladend auf Gäste. „Nachher ist noch Redaktionskonferenz mit dem BR“, begrüßt uns der Chef. Denn Hans Jörg Bachmeier ist nicht nur erfolgreicher Gastronom, sondern seit 16 Jahren auch TV-Koch beim BR, Autor und Inspirator für Genießer: Alle vier Wochen kocht er gemeinsam mit Lesern des Münchner Merkur Gerichte. Mit dem Gastgeber-Bayern-Magazin sprach er über seine Küche, was er in seiner Laufbahn anders machen würde, welche Produkte in seinem Kühlschrank nie fehlen und welches Gericht ihn bei der Zubereitung bis heute nervös macht.

Was haben Sie eigentlich zuletzt gegessen, das Sie wirklich überrascht hat?

Bachmeier: „Das waren Gnocchi. Die hab ich in meiner Küche gemacht und der Geschmack hat mich wirklich begeistert. Grund war die verwendete Kartoffelsorte, das war Lady Jane oder Melia, eine phantastische Produktbasis. Und ich staunte mal wieder, wie gut eine Kartoffel schmecken kann.“

Bodenständigkeit ist Bachmeier als echtem Niederbayern sehr wichtig. Seine Eltern führten selbst einen Gastronomiebetrieb. Abläufe in der Küche lernte er früh kennen. Ebenso, worauf es bei der Produktauswahl ankommt – und das selbst im scheinbar Einfachen eine große geschmackliche Vielfalt zu finden ist.

Welche Produkte spielen bei Ihnen eine wichtige Rolle?

„Wichtig ist mir die Saisonalität. Saison soll man leben! Dazu zählt für mich Gemüse, das es aktuell bei uns auf den Märkten zu kaufen gibt. Fisch und Fleisch aus der Region. Beim Fisch greife ich auch gerne zu Sorten aus nachhaltigem Fischfang aus dem Atlantik. Ich brauche keine Erdbeeren im Winter. Aus einfachen Produkten viel machen – darauf

kommt es an. Und damit kann man Gäste überzeugen. Ich koche, um zu essen. Und ich will Essen auf dem Teller – keine Kunstwerke.“

Inspiration dazu holt er sich von überall: im Austausch mit älteren Generationen, altbayerischen Rezeptbüchern oder beim Blick über den Tellerrand in andere Länder. Das Ergebnis sind Rezepte, die vermeintlich simple Zutaten zum Glänzen bringen – und Neugierde wecken. Etwa mit einer asiatisch gebeizten Lachsforelle oder einer bayerischen Pho-Bo-Variante.

Gibt es denn ein Gericht, dessen Zubereitung Sie bis heute nervös macht?

„Salzburger Nockerl. Da muss einfach alles exakt passen, bis hin zur Temperatur im Ofen. Aber meine letzten sind mir erfolgreich gelungen.“

Auch wenn es wirtschaftlich seit Corona ein Auf und Ab ist: Bachmeier brennt für seinen Beruf. Mit Leidenschaft verwöhnt er seine Gäste und findet stets neue Rezeptideen für seine Zuschauer und Leser. Wie lässt sich diese Leidenschaft an kommende Generationen weitergeben? Wir fragen nach.

Wie sollte die Kochausbildung aussehen, damit die Branche attraktiv für junge Menschen bleibt?

„Am besten beginnt man in einer einfachen, aber guten Gastwirtschaft, die ihr Essen auch wirklich selbst zubereitet. Keine Sternegastronomie – das kann man später machen als Fortbildung. Die Ausbildung sollte sehr produktbezogen sein und alle wesentlichen Schritte umfassen, von der Produktpflege bis zur Lagerhaltung. Wichtig ist, sich eine gute Basis an Wissen und Fertigkeiten anzueignen. Das umfasst auch so etwas wie Saucen oder ein Püree selbst zuzubereiten. Der Betrieb sollte den Azubi aber nicht als billige Arbeitskraft

sehen fürs Putzen und Schneiden, sondern ihn wirklich fördern.“

Nach einer Ausbildung im elterlichen Betrieb ging Bachmeier nach Fürth und tauchte ein in die Sternegastronomie. Es folgten Stationen im Tantris bei Heinz Winkler und im Kurhausstüberl bei Alfons Schuhbeck und Eckart Witzigmann.

Wenn Sie noch einmal am Anfang stehen: Würden Sie den Karriereweg so wieder gehen?

„Ich würde alles genauso machen. Aber zusätzlich würde ich mir ein paar Jahre mehr Zeit nehmen, um Erfahrungen im Ausland zu holen, etwa in Thailand, China oder Japan. Die asiatische Küche hat heute auf uns sehr viel Einfluss. Die Frische der Produkte, die Garküchen – ich finde das sehr spannend.“

Apropos spannend: Was darf im heimischen Bachmeier-Kühlschrank eigentlich nie fehlen?

(grinst): „Wenn ich Braten oder Schmorgerichte mache, bleiben immer ein paar Fleischabschnitte übrig. Die gebe ich nicht alle in die Sauce. Ich koche sie separat für meine Dackeldame Sophie. Und die weiß ganz genau, dass da was Gutes im Kühlschrank auf sie wartet.“ 🐶



FINANZIERUNG

„DIE UNTERNEHMER- PERSÖNLICHKEIT IST ENTSCHEIDEND FÜR EINEN KREDIT“



Wie beurteilen Banken die wirtschaftliche Lage des Gastgewerbes? Worauf kommt es bei Finanzierungen heute wirklich an? Darüber sprach Annke Horn von der HOGA-Beratung mit Michael Mitterer, Vorstandsmitglied der *meine Volksbank Raiffeisenbank eG*. Im Interview erklärt er, welche Rolle Eigenkapital, Digitalisierung und Mitarbeiterbindung spielen – und warum am Ende vor allem die Unternehmerpersönlichkeit zählt.

Herr Mitterer, das Gastgewerbe ist für Bayern ein bedeutender Wirtschaftsfaktor. Wie beurteilen Sie die Branche derzeit aus Sicht Ihrer Bank?

Das Gastgewerbe ist für Bayern weit mehr als nur ein Wirtschaftsfaktor. Es ist ein Stück Heimat, Lebensqualität und gesellschaftlicher Kitt. Gastronomie und Hotellerie schaffen Begegnungsorte, geben vielen Orten Identität

und sind gerade im ländlichen Raum wichtige Arbeitgeber. Viele Betriebe sind familiengeführt und regional verwurzelt. Genau deshalb sehen wir uns als Genossenschaftsbank nicht nur als Finanzierer, sondern als langfristigen Partner.

Unsere Berater sind in der Region vor Ort, kennen die Betriebe und ihre Besonderheiten persönlich. Gerade diese Nähe erleichtert die Zusammenarbeit und ermöglicht Lösungen, die auf den einzelnen Betrieb zugeschnitten sind.

Seit Anfang des Jahres gilt die Sieben-Prozent-Mehrwertsteuer auf Speisen dauerhaft. Welche Auswirkungen hat das auf die Kreditwürdigkeit der Betriebe?

Die dauerhafte Entlastung ist grundsätzlich eine sehr gute Nachricht. Entscheidend ist aber, dass die zusätzliche Marge bewusst genutzt wird. Wer damit Eigenkapital stärkt, Liquidität aufbaut oder gezielt investiert, verbessert seine Bonität nachhaltig. Wird der finanzielle Spielraum dagegen einfach im Tagesgeschäft verbraucht, verpufft dieser Effekt. Unsere Empfehlung lautet deshalb: Die Entlastung strategisch einsetzen und als Chance für mehr Stabilität nutzen.

Wo liegen derzeit die größten Hürden, wenn ein Gastronom oder Hotelier eine Finanzierung beantragt?

Sicherheiten sind meist gar nicht das eigentliche Problem. Viel wichtiger sind ein überzeugendes Konzept und eine klare Investitionsstrategie. Unternehmer sollten genau wissen, welche Maßnahmen den größten Nutzen für ihren Betrieb bringen und worauf sie bewusst verzichten. Außerdem erleben wir immer wieder, dass die eigenen betriebswirtschaftlichen Zahlen nicht ausreichend bekannt sind. Wer seine Kosten, Erträge und Liquidität sicher erklären kann, geht deutlich besser vorbereitet in ein Finanzierungsgespräch.

Welche Faktoren entscheiden am Ende über eine Kreditzusage?

An erster Stelle steht für uns die Unternehmerpersönlichkeit. Wir möchten sehen, dass jemand Verantwortung übernimmt, seinen Betrieb kennt und einen klaren Plan verfolgt. Danach kommt die Ertragskraft des Unternehmens, anschließend das Eigenkapital. Erst dann spielen

Sicherheiten eine Rolle. Natürlich hilft eine solide Eigenkapitalbasis – als grobe Faustregel sollte sie möglichst nicht unter 30 Prozent liegen –, aber entscheidend ist immer das Gesamtbild.

Viele Gastgeber investieren derzeit in Digitalisierung, Energieeffizienz oder Mitarbeiterbindung. Sind solche Maßnahmen aus Banksicht finanzierungswürdig?

Absolut. Digitalisierung verbessert nicht nur interne Abläufe, sondern trägt unmittelbar dazu bei, Auslastung und Vermarktung zu steigern. Ebenso wichtig sind Investitionen in Mitarbeitende. Ein motiviertes und gut qualifiziertes Team ist heute einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren eines Betriebs. Deshalb unterstützen wir unsere Kunden nicht nur bei der Finanzierung, sondern beraten auch zu Fördermitteln und Möglichkeiten der Mitarbeiterbindung.

Spielt es für die Finanzierung eine Rolle, ob ein Betrieb im ländlichen Raum oder in einer touristischen Hochburg liegt?

Beides hat Vor- und Nachteile. Im ländlichen Raum befinden sich Immobilien häufig im Eigentum der Unternehmer. Das schafft Stabilität und eine starke Bindung an den Standort. Touristische Hotspots bieten dagegen oft größere Umsatzchancen, gleichzeitig herrscht dort aber auch deutlich mehr Wettbewerb. Deshalb schauen wir nie nur auf den Standort, sondern immer auf das Gesamtkonzept und den Unternehmer dahinter.

Welche Rolle spielen Förderprogramme und Bürgschaften heute?

Eine sehr wichtige. Förderprogramme werden aus meiner Sicht noch immer zu selten genutzt. Gerade bei Investitionen in Digitalisierung, Innovation oder Energieeffizienz lassen sich attraktive Zuschüsse und Zinsvorteile erschließen. Bürgschaften können außerdem helfen, wenn beispielsweise Eigenkapital fehlt. Deshalb prüfen wir gemeinsam mit unseren Kunden, welche Programme im

Einzelfall sinnvoll sind, und begleiten sie bei der Auswahl.

Was sind die häufigsten Fehler, die Gastgeber in Finanzierungsgesprächen machen?

Viele kommen erst dann zur Bank, wenn die Finanzierung bereits dringend benötigt wird. Besser ist es, frühzeitig das Gespräch zu suchen – idealerweise schon während der Planungsphase. Außerdem werden Investitionen manchmal zu optimistisch kalkuliert oder Prioritäten nicht klar gesetzt. Wer transparent kommuniziert, realistische Zahlen vorlegt und seinen Betrieb überzeugend erklären kann, hat deutlich bessere Chancen. Wenn es um Finanzierungsanfragen geht, dann tut sich die Bank leichter, wenn eine Machbarkeitsstudie der HOGA vorliegt.

Welche drei Empfehlungen geben Sie Gastgebern, um langfristig finanzierungsfähig zu bleiben?

Erstens braucht jeder Betrieb ein klares Konzept und ein Angebot, das Gäste nachhaltig begeistert. Zweitens sollten Unternehmer ihre betriebswirtschaftlichen Kennzahlen jederzeit im Griff haben. Und drittens lohnt es sich, konsequent in Mitarbeitende zu investieren. Gute Mitarbeiter sind heute einer der wichtigsten Wettbewerbsvorteile – und damit auch ein entscheidender Faktor für den langfristigen wirtschaftlichen Erfolg.

ZUR PERSON

Michael Mitterer ist Mitglied des Vorstands der Volksbank Raiffeisenbank eG mit Sitz in Rosenheim und verantwortet als Marktvorstand den Bereich Firmenkundenmanagement und Vermögensmanagement sowie die Regionen Altötting-Burghausen, Mühldorf, Trostberg-Traunreut, Burghausen-Garching und Waldkraiburg. Seit 35 Jahren in der Bank, war er viele Jahre als Abteilungsleiter für das gesamte Firmenkundengeschäft verantwortlich.

STILLE STARS

PARTY-PUSHERIN

DIE STIMMUNG STIMMT

Clubs, Bars, Après-Ski. Das ist die Welt von Claudia Fleissner. Wo sie ist, gibt es keine Langeweile, stattdessen tanzen, singen, Feierlaune. Als Party-Pusherin bringt sie die Stimmung zum Kochen und macht müde Geister munter. „Ich bin gelernte Giftmischerin“, sagt die pharmazeutisch-technische Assistentin. Heute sind Bartresen ihre Bühne. Was ihren Beruf ausmacht, wollten wir genauer wissen.

Wie kamen Sie zu diesem Job?

Fleissner: „Mit 18 habe ich als Barkeeperin in einer Disco gearbeitet. Eines Tages waren dort zwei

Go-Go-Tänzerinnen gebucht. Ich war sofort begeistert und wollte das auch ausprobieren. Über eine Agentur hatte ich meinen ersten Auftritt. Ich habe dann selbst begonnen, mir Kostüme zu nähen. Damals gab es ja noch keine Internetshops für Outfits, so wie heute. Und dann bin ich in München direkt in die Clubs gelaufen zum Vortanzen.“

Was sollte man für diesen Job mitbringen?

„Unbedingt Selbstbewusstsein und Zuverlässigkeit. Fit sollte man auch sein. Wir tanzen viermal pro Abend je 15 bis 20 Minuten am Stück. Da braucht es schon Kondition. Wir bekommen für unsere Auftritte viele Komplimente. Aber auch mit Kritik sollte man umgehen können.“

Wie muss man sich Ihre Arbeit konkret vorstellen? Von der Buchung bis zum Abschied?

„Ich erfahre vom Veranstalter das Motto der Party. Oft finde ich die dazu passenden Kostüme in meinem Fundus. Glitzer, Federn, Flügel oder Kleidung mit LED-Lichtern zählen zu meinen Lieblingsoutfits. Da hat sich auch technisch in den vergangenen Jahren viel getan. So viel Glitzer gab es früher nicht. Tanze ich auf der Bar, ziehe ich lieber flachere Schuhe an, um Stürze zu vermeiden. Ungefähr eine Stunde vor dem Auftritt bin ich beim Veranstaltungsort, bespreche Songs und Tanzzeiten mit dem DJ und den Securies. Danach geht's ab in die Umkleide. Die Securies begleiten uns zum Tanzpodest und anschließend auch wieder zurück in die Umkleidekabine.“

Wie bereiten Sie sich auf einen Auftritt vor?

„Da ich neben dem Tanzen auch noch als Rennreiterin aktiv bin, habe ich bereits eine große Grundfitness. Von daher achte ich vor dem Auftritt nur auf die Auffrischung des Äußeren: Nägel, Haare und Gesamteindruck müssen passen.“

Was erwarten die Veranstalter? Gibt es große Unterschiede?

„Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit sind immer wichtig. Außerdem hübsche Tänzerinnen und Tänzer mit guter Laune, in den zum Thema

des Abends passenden Outfits. Es gibt Auftraggeber, die mehr Wert auf eine perfektere Tanztechnik legen, andere auf eine tolle Ausstrahlung.“

Gibt es etwas, das vor 20 Jahren anders war als heute?

„Vor 20 Jahren waren die Kostüme sehr einfach, nur knapp und sexy. Heute geht alles mehr in Richtung Show mit tollen Glitzerkostümen oder großen LED-Flügeln. Es muss nicht mehr so viel Haut gezeigt werden, wir haben viele Ganzkörperanzüge mit Strasssteinen, die sehr gefragt sind. Das Abendprogramm geht nun auch mehr in Richtung Animation: Wir stehen öfter beim Sektempfang, an der Fotoleinwand, machen Fotos mit Gästen. Es dreht sich also nicht mehr rein ums Tanzen so wie früher. Animation und Gästekontakt sind gefragt.“

Was macht Ihnen an dem Job besonders Spaß oder stört manchmal vielleicht?

„Es macht besonders Spaß, sich zu verkleiden, mit tollen Kostümen auf der Bühne zu stehen und das Publikum damit zu begeistern, beim Tanzen die Gäste mitzureißen und die Stimmung des ganzen Clubs zu gestalten. Es kann auch mal passieren, dass Gäste betrunken sind und unangemessene Kommentare abgeben. Aber da stehe ich drüber und mache professionell weiter.“

Hat sich bei der Auftragslage in den letzten Jahren etwas verändert – vor und nach Corona?

„Die Menschen feiern anders. Großraumdiscos sind, so wie ich es erlebe, nicht mehr so gefragt. Ich werde dafür öfter im Winter in Ski-regionen gebucht. Beim Après-Ski gibt es jeden Tag Partys, hier kann man sehr viel arbeiten. Ich bin aber auch in den Münchner Clubs noch viel und sehr gerne unterwegs.“

Ihre Einschätzung:

Hat das Modell Party Pusher Zukunft?

„Wir sind sehr flexibel einsetzbar: auf Messen, als Hostess, Bardame, Model, für Tanz und Animation. Ich denke, das werden Kunden auch in Zukunft zu schätzen wissen. Bei Interesse einfach mal vorbeischaun auf www.partypusher.org“.



PRAKTISCHE TIPPS FÜR GASTGEBER

Tourismus ist Teamarbeit

Hinter jedem gelungenen Urlaub steckt mehr, als man auf den ersten Blick sieht. Tourismus ist ein Gemeinschaftsprodukt – und deshalb auch eine Gemeinschaftsaufgabe. Was Gäste als stimmiges Erlebnis wahrnehmen, entsteht durch das Zusammenspiel vieler Menschen, Betriebe und Orte, die Bayern als Reiseziel mit Leben füllen.

Was bleibt nach einer gelungenen Reise in Erinnerung? Vielleicht die Wanderung mit Panoramablick, der Konzertabend auf dem Marktplatz, die entspannte Schifffahrt oder das kleine Hofcafé am Radweg. Ein nachhaltiges Urlaubserlebnis entsteht aus vielen einzelnen Momenten – und damit aus dem Zusammenspiel zahlreicher Menschen und Betriebe. Vom familiengeführten Gasthof bis zum modernen Tagungshotel, von Bergbahnen

und Museen über Freizeitbetriebe bis hin zu Winzern, Brauereien oder örtlichen Vereinen – sie alle sind Teil eines gemeinsamen touristischen Ökosystems.

TOURISMUS FUNKTIONIERT NUR GEMEINSAM

Gäste bewerten eine Reise immer als Ganzes: Der freundliche Service im Hotel, eine gute Erreichbarkeit, attraktive Freizeitangebote, gepflegte Ortsbilder und authentische regionale Erlebnisse fließen gleichermaßen in die Wahrnehmung

ein. Genau das macht die Tourismusbranche so besonders: Sie ist eine Querschnittsbranche. Dass diese Zusammenarbeit weit mehr ist als ein schönes Ideal, zeigen auch die wirtschaftlichen Kennzahlen. Der Tourismus sichert rund 548.000 Arbeitsplätze in Bayern und erwirtschaftet jährlich 28,2 Milliarden Euro Bruttowertschöpfung.

Diese Wertschöpfung entsteht entlang einer gemeinsamen touristischen Leistungskette: Das Gasthaus im Dorf profitiert vom nahen Radweg, der Radweg von der Beschilderung der Kommune,





die Kommune wiederum von der überregionalen Vermarktung durch die Destination. Davon profitieren alle: Zufriedene Gäste bleiben länger, nutzen mehr Angebote vor Ort, empfehlen ihre Reise weiter und kommen häufiger zurück.

ZUSAMMENARBEIT ALS PRINZIP

Die Vielfalt der beteiligten Akteure spiegelt sich auch in der Gesellschafterstruktur der Bayern Tourismus Marketing GmbH (BayTM) wider. Als offizielle Landestourismusorganisation bringt sie touristische Regionalverbände, Wirtschaftsorganisationen sowie Vertreter aus Hotellerie, Gastronomie, Freizeitwirtschaft und der Kirche unter einem Dach zusammen. Diese Bandbreite verdeutlicht: Erfolgreicher Tourismus entsteht dort, wo unterschiedliche Perspektiven zusammenkommen.

Hinzu kommt ein interdisziplinäres Team innerhalb der BayTM. Menschen mit un-

terschiedlichen beruflichen Hintergründen arbeiten hier gemeinsam an Themen wie Marketing, Digitalisierung, Marktforschung, Nachhaltigkeit und Wissensmanagement. So bringt die BayTM Destinationen, Gastgeber, Freizeitanbieter, Kulturinstitutionen, Mobilitätspartner, Verbände und viele weitere Akteure zusammen. Daraus entstehen Kampagnen, Netzwerke und Projekte, die den Tourismus in Bayern weiterentwickeln und seine Vielfalt sichtbar machen.

ZUSAMMENSPIEL IN DER PRAXIS

Wie diese Zusammenarbeit konkret aussieht, zeigt die aktuelle Kampagne „Bayern gehört erlebt“. Sie ist bewusst als Partnerkampagne angelegt – eine Einladung an alle Akteurinnen und Akteure im bayerischen Tourismus, gemeinsam ein authentisches und modernes Bild des Urlaubslandes Bayern zu vermitteln. Denn je mehr Partner mitmachen, desto größer die gemeinsame Marketingkraft – und

desto stärker die Positionierung Bayerns im Wettbewerb mit anderen Destinationen. Die Kampagne macht damit sichtbar, was den Tourismus insgesamt prägt: Kein einzelner Akteur macht Bayern zu einem attraktiven Reiseziel. Erst das Zusammenspiel vieler Menschen, Betriebe und Angebote schafft das Urlaubserlebnis, das Gäste in Erinnerung behalten.

GEMEINSAM DIE ZUKUNFT GESTALTEN

Die Stärke des bayerischen Tourismus liegt in seiner Vielfalt – sowohl bei den Angeboten als auch bei den Menschen und Organisationen, die dahinterstehen. Diese Vielfalt ist jedoch kein Selbstläufer, sondern das Ergebnis gelebter Zusammenarbeit. Bayern ist als Reiseziel erfolgreich, weil viele Akteure gemeinsam an einem Strang ziehen. Wer sich aktiv in dieses Netzwerk einbringt, stärkt nicht nur den eigenen Betrieb, sondern den Tourismusstandort Bayern insgesamt. 

GASTFREUND- SCHAFT KENNT KEINE GRENZEN

GEWOHNTE infrage stellen



Isabella Hren, Vorstand der Bayerischen Gastgeber AG und Geschäftsführerin der Bayern Tourist GmbH (BTG), schreibt diesmal über ungewöhnliche Ideen, Zukunftsdenken und warum echte Gastfreundschaft immer alle mitdenkt.

Wann haben Sie sich zuletzt erlaubt, eine wirklich ungewöhnliche Idee zu Ende zu denken? Nicht darüber, ob sie realistisch ist. Sondern einfach nach dem Motto: „Was wäre, wenn ...?“ Im Unternehmeralltag bestimmen Erfahrung und Wissen unsere Entscheidungen. Doch

Zukunft entsteht nicht aus dem, was wir bereits wissen. Sie beginnt mit Vorstellungskraft. Denn Wissen erklärt die Gegenwart – Fantasie eröffnet Möglichkeiten. Das hat nichts mit naivem Optimismus zu tun. Zukunftsgestaltung beginnt mit Zuversicht und der Bereitschaft, neue Fragen zu stellen: Wie könnte sich die Zukunft von heute

unterscheiden? Was wäre anders möglich, wenn wir Gewohntes infrage stellen? Und was passiert, wenn wir auch abwegige Ideen zunächst zulassen, statt sie sofort zu bewerten?

Erst danach kommen Analyse, Planung und Umsetzung. Am Anfang steht der Mut,



anders zu denken – und mit einer kleinen Veränderung zu beginnen. Genau dort entstehen neue Perspektiven. Und genau dort beginnt die Zukunft der Gastronomie und Hotellerie. Wer Zukunft neu denken will, sollte sich eine weitere Frage stellen: Für wen gestalten wir unsere Angebote – und welche Gäste denken wir vielleicht noch gar nicht mit? Dabei geht es nicht um eine kleine Nische. Rund zehn Millionen Menschen in Deutschland leben mit einer Behinderung. Fast 19 Millionen sind älter als 65 Jahre – Tendenz steigend. Hinzu kommen etwa sechs Millionen Menschen mit Pflegebedarf, von denen viele gerne häufiger verreisen würden. Gleichzeitig zeigen Studien: 91 Prozent der europäischen Reisenden mit besonderen Anforderungen an Barrierefreiheit haben im vergangenen Jahr eine Reise unternommen.

Diese Gäste bringen nicht nur Nachfrage mit. Sie reisen häufig in Begleitung oder kleinen Gruppen, bevorzugen die Nebensaison und geben durchschnittlich deutlich mehr aus als andere Reisende. Wer ihr Vertrauen gewinnt, gewinnt oft besonders loyale Stammgäste. Der entscheidende Erfolgsfaktor ist dabei überraschend einfach: verlässliche Informa-

tionen. Menschen mit besonderen Anforderungen möchten vor allem wissen, was sie vor Ort tatsächlich erwartet. Nicht perfekte Barrierefreiheit ist häufig ausschlaggebend, sondern Planungssicherheit.

Genau hier kann der erste Schritt beginnen. Nicht mit großen Investitionen, sondern mit einem ehrlichen Blick auf den eigenen Betrieb: Welche Informationen fehlen? Welche Bedürfnisse können wir bereits heute erfüllen? Welche kleinen Veränderungen machen unseren Betrieb für mehr Menschen zugänglich?

Eine wertvolle Orientierung bietet die bundesweit einheitliche Kennzeichnung „Reisen für Alle“. Sie erfasst Barrierefreiheit nach einheitlichen Kriterien und stellt Gästen objektive, verlässliche und leicht verständliche Informationen zur Verfügung. Gleichzeitig werden Betriebe dort sichtbar, wo diese Zielgruppe nach passenden Angeboten sucht. Wer sich mit den Bedürfnissen dieser Gäste auseinandersetzt, verbessert nicht nur seine Kommunikation, sondern erschließt einen wachsenden Markt – und schafft einen Wettbewerbsvorteil, der sich nicht einfach kopieren lässt. Barrierefreiheit ist längst kein Thema für wenige – sie ist ein Qualitätsmerkmal für eine wachsende Generation von Gästen.

Noch eine Zielgruppe sollten wir nicht unterschätzen: die Generation 65+. Sie wächst nicht nur zahlenmäßig, sondern ist

auch reisefreudiger als je zuvor. Mit den Jahren verändern sich jedoch oft die Ansprüche – nicht an das Erlebnis, sondern an die Rahmenbedingungen. Eine Stufe mehr, eine schlecht lesbare Speisekarte oder unklare Informationen können plötzlich darüber entscheiden, ob ein Betrieb gebucht wird oder nicht. Verlässliche, objektiv geprüfte Informationen werden damit zum echten Wettbewerbsvorteil. Denn wer weiß, was ihn erwartet, reist entspannter. Und wer sich gut aufgehoben fühlt, kommt gerne wieder. Barrierefreiheit ist deshalb längst kein Thema für wenige – sie ist ein Qualitätsmerkmal für eine wachsende Generation von Gästen.

Zukunft neu denken heißt, mehr Menschen mitzudenken. Denn Inklusion beginnt bei jedem Einzelnen – und Zukunft entsteht durch die Entscheidungen, die wir heute treffen. 🦋

Reisen für Alle 



checken. reisen. leben.

MEHR INFOS

RUND UM DIE BTG-SERVICES
FINDEN SIE HIER



BTG | Bayern
Tourist
GmbH

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

QUALITÄT FÜRS LEBEN AUS SÜDTIROL

**Professionell,
verbindlich,
erfahren:
Ihr Partner
für HoReCa.**

Südtirols Unternehmen kennen die Anforderungen professioneller Gastgeber. Sie verstehen es, Funktion mit Atmosphäre und Effizienz mit Qualität zu verbinden. Dazu kommt eine Handschlagqualität, die für Verlässlichkeit und langfristige Zusammenarbeit steht.

Ob Food & Beverage, Wellness & Room Experience, Interior Design & Equipment oder Hospitality Technology:
Entdecken Sie Südtirols Kompetenzen unter suedtirol.biz/horeca



HORECA AUS SÜDTIROL

WENN QUALITÄT SELBSTVERSTÄNDLICH WIRKT

Südtirols HORECA-Unternehmen verbinden Genusskompetenz mit Verlässlichkeit. Margit Gamper, Abteilungsleiterin Business Development bei IDM Südtirol erklärt, warum gerade die unsichtbaren Details im Hotel- und Gastroalltag den Unterschied machen.

Frau Gamper, was macht Südtirol im Bereich HORECA besonders?

„Südtirol verfügt über mehr als 50 Jahre Erfahrung im professionellen Tourismus. Dadurch haben sich Unternehmen entwickelt, die die Anforderungen der Branche bis ins Detail verstehen. Südtirol vereint dabei zwei Stärken: die Genusskompetenz aus dem Süden mit der Verlässlichkeit aus dem Norden.“

Wie zeigt sich das konkret im Alltag?

„Stellen Sie sich vor, Sie betreten ein Hotelzimmer und alles passt: angenehme Temperatur, stimmiges Licht, hochwertige Materialien. Nichts wirkt zufällig. Beim Frühstück sind Produkte frisch, die Qualität konstant und alles pünktlich verfügbar. Auch im Wellnessbereich oder Restaurant funktioniert alles reibungslos – von den Materialien bis zu den Abläufen. Was Gäste oft nicht sehen: Dahinter stehen Lösungen, die aufeinander abgestimmt sind.

Ausstattung, Produkte und Software greifen ineinander. Nichts davon ist spektakulär – aber genau deshalb funktioniert es.“

Woher kommt dieser praxisnahe Ansatz?

„Viele Lösungen entstehen direkt im Austausch mit Hotels und Gastronomiebetrieben. Produkte werden nicht isoliert entwickelt, sondern im Alltag getestet und kontinuierlich verbessert. Hinzu kommen Erfahrungen aus mehr als 50 Exportländern, in denen Südtirols Unternehmen tätig sind.“

Welchen Vorteil haben Betreiber konkret davon?

„Sie erhalten abgestimmte und erprobte Systeme statt vieler einzelner Lösungen. Das reduziert die Komplexität im Alltag erheblich. Verlässlichkeit ist in der Hotellerie und Gastronomie ein zentraler Faktor – und genau dafür stehen Südtirols Unternehmen.“

Wer Südtirols HORECA-Unternehmen persönlich kennenlernen möchte, hat dazu unter anderem bei folgenden Veranstaltungen Gelegenheit:

- FAFO Dresden
(13.–14. September)
- Independent Hotel Show München
(16.–17. September)
- Alles für den Gast Salzburg
(7.–10. November)



Mehr Informationen unter:
suedtirol.biz/horeca

„Ein guter Drink entsteht nicht durch Auswendiglernen“

Wir verlosen
3x1 Ausgabe des neuen
Cocktail-Buchs
„COCKTAIL ESSENTIALS“
von Matthias Knorr!

Einfach eine E-Mail mit dem Betreff
„COCKTAIL“ und Ihrer Postanschrift an
gewinnspiel@gastgeber.bayern senden
und mit etwas Glück gewinnen.
Die Verlosung läuft bis zum
14. September 2026.

Seit mehr als 20 Jahren bildet die Barschule München Nachwuchstalente der Barszene aus. Im Gespräch mit *Gastgeber Bayern* erklärt Mitgründer und Geschäftsführer Matthias Knorr, worauf es hinter der Bar wirklich ankommt, warum alkoholfreie Drinks neu gedacht werden müssen – und weshalb ein guter Bartender weit mehr können muss als Cocktails mixen.

Lieber Matthias,
wie hat alles
angefangen?

Knorr: Ich stand schon mit 17 hinter der Bar und habe später unter anderem im Königshof, in der Schweiz, London und Wien gearbeitet. Als Trainingsmanager bei Hilton entdeckte ich meine Leidenschaft für die Ausbildung. 2003 habe ich deshalb die Barschule München mitgegründet. Besonders freut es mich, wenn ehemalige Teilnehmer heute eigene Betriebe führen oder Karriere in der Branche machen.

Du hast mehrere Guinness-Weltrekorde aufgestellt, deine Geschäftspartnerin Anna Knorr ist Weltmeisterin im Flair-Bartending. Was macht für Euch einen guten Bartender aus?

Geschwindigkeit allein bringt nichts. Entscheidend ist Qualität. Wer sauber und strukturiert arbeitet, wird automatisch schneller. Ein guter

Bartender versteht außerdem, wie Zutaten zusammenspielen, trainiert seine Sensorik und kann Gäste individuell abholen – mal mit einer Geschichte, mal mit einer Empfehlung und manchmal einfach mit Zurückhaltung. Fachwissen und Gastfreundschaft gehören untrennbar zusammen.

Braucht es Vorkenntnisse für Eure Kurse?

Nein. Unsere Ausbildung beginnt bei den Grundlagen und führt bis zu Themen wie Bar-Management, Teamführung und der Entwicklung eigener Konzepte. Wichtig ist vor allem die Bereitschaft, das Handwerk wirklich zu lernen.

Der Umgang mit Alkohol ist heutzutage ein bewusster – was bedeutet das für die Bar?

Alkoholfreie Drinks gehören heute selbstverständlich dazu. Statt alkoholische Klassiker zu kopieren, entwickeln wir eigenständige Rezepte – etwa mit Tee, Kaffee, Kräutern, Gewürzen

oder Umami-Komponenten. So entstehen Getränke, die auch ohne Alkohol geschmacklich überzeugen.

Was sollten DEHOGA Bayern-Mitglieder über Euch noch wissen?

Wir schulen nicht nur Mitarbeiter, sondern unterstützen Betriebe auch bei Barkonzepten, Getränkekarten, Arbeitsabläufen und Teamtrainings.

Unser Ziel ist immer, Wissen so zu vermitteln, dass es im Alltag direkt funktioniert.

DEHOGA Bayern-Mitglieder erhalten ab sofort **15 Prozent Nachlass** auf die Kurse der Barschule München (www.barschule-muenchen.de) sowie eine persönliche Erstberatung zu ihrem Unternehmen gratis. Alle Infos dazu finden Sie auch im Benefitsbereich der **oneDEHOGA-App**.

MODERNER AUFTRITT FÜR DAS GANZE TEAM

Schwarz-weiß war gestern

Berufskleidung muss heute gut aussehen, bequem sein und zum Betrieb passen. Julia Reiter zeigt, wie Mietmodelle Planung, Pflege und Organisation erleichtern – und dafür sorgen, dass das Team dauerhaft professionell auftritt.

Die Berufskleidung in Gastronomie und Hotellerie ist ein zentraler Bestandteil des Markenauftritts. In den letzten Jahren ging der Trend immer mehr weg von rein funktionalen und streng traditionellen Vorgaben, hin zu einem Ausdruck von Markenidentität, Nachhaltigkeit und modernem Zeitgeist. Ein stimmiges Erscheinungsbild des Teams unterstreicht die Professionalität eines Betriebs. Gleichzeitig muss die Kleidung den Mitarbeitenden Komfort bieten. Für Gastgeber wird Berufskleidung immer mehr zu einem strategischen Thema, das gut geplant sein will.

WAS SOLLTEN GASTGEBER BEI DER PLANUNG BERÜCKSICHTIGEN?

Ein durchdachtes Konzept beginnt mit einer klaren Bedarfsanalyse für alle Arbeitsbereiche, wie Küche, Service, Empfang oder Housekeeping. Wichtig bei der Auswahl der Berufskleidung sind neben dem Design eine verlässliche Größenabdeckung, ein realistisches Budget sowie die langfristige Verfügbarkeit der Kollektion. Auch Themen wie Reinigung, Pflege und Logistik sind entscheidend – denn sie beeinflussen die laufenden Betriebskosten erheblich.

GREIF Mietwäsche bietet mit dem Workwear Check eine neue digitale Plattform, die das Planen und Kalkulieren von Berufskleidung erleichtern kann. Bedarf und Kosten können einfach und schnell individuell online zusammengestellt und berechnet werden. Die Berufskleidung wird dann gemietet.

Das Mietmodell bringt organisatorisch einige Vorteile mit sich. Einer der größten Vorteile ist die deutliche Entlastung im Betriebsalltag: Anschaffung, Lagerung, Pflege, Reparatur und Ersatz werden vollständig übernommen. Zudem ist der Mietkreislauf auch um einiges nachhaltiger im Vergleich zu Kauf und Selberwaschen.

Ein weiterer Pluspunkt ist die gleichbleibend hohe Qualität der Kleidung. Durch professionelle Pflege und regelmäßigen Austausch bleibt das Erscheinungsbild des Teams dauerhaft gepflegt und repräsentativ. Gleichzeitig profitieren Betriebe von Flexibilität – etwa bei Personalwechseln, saisonalen Schwankungen oder geänderten Anforderungen. Auch Individualisierungswünsche können mit Mietkleidung ganz einfach realisiert werden.



Berufskleidung? Check!



JUBILÄUM

HOTELSTERNE STRAHLEN AUCH NOCH NACH 30 JAHREN

Am 1. August 2026 feierte die Deutsche Hotelklassifizierung ihr 30-jähriges Bestehen, denn seit dem 1. August 1996 geben die offiziellen Hotelsterne Gästen Orientierung – heute in einer digitalen Buchungswelt, in der mehr Bewertungen, mehr Plattformen, mehr Bilder und mehr Filter nicht automatisch mehr Überblick bedeuten.



Die Sterne machen Qualität vergleichbar, nachvollziehbar und überprüfbar. Für Gäste symbolisieren sie Erwartungssicherheit; für Hotels sind sie ein Instrument zur Positionierung, Sichtbarkeit und rechtssicheren Kommunikation. Mit der Hotelstars Union ist die Klassifizierung zudem in einen europäischen Qualitätsrahmen eingebunden.

Auch mit Blick auf die Zukunft bleibt ihre Rolle relevant: Offizielle Qualitätsstandards müssen künftig nicht nur auf Plattformen sichtbar sein, sondern auch in KI-gestützten Such- und Empfehlungssystemen, digitalen Assistenten und Large Language Models zuverlässig gefunden, verstanden und eingeordnet werden.

Knapp 19 Prozent aller in Deutschland offiziell klassifizierten Hotels befinden sich in Bayern. Rund 1.200 Betriebe stehen für geprüfte Qualität, verlässliche Orientierung und gelebte Gastfreundschaft. Zum 30-jährigen Jubiläum der Deutschen Hotelklassifizierung gebührt jenen Hotels besondere Anerkennung, die seit der Einführung ununterbrochen klassifiziert sind:

- 5 Sterne – Kur- und Sporthotel Allgäu Sonne, Oberstaufen
- 4 Sterne Superior – Landhotel Weißes Ross, Illschwang
- 4 Sterne – Hotel-Restaurant Hirsch, Neu-Ulm
- 4 Sterne – Posthotel Hofherr, Königsdorf
- 3 Sterne Superior – Dom Hotel Augsburg, Augsburg
- 3 Sterne – Gasthof zum Biber, Speicherz

Nachfolgende Persönlichkeiten haben sich in besonderer Weise um die Deutsche Hotelklassifizierung in Bayern verdient gemacht:

Dr. Gerhard Engelmann hat die Deutsche Hotelklassifizierung seit ihrer Einführung vor 30 Jahren und deren Entwicklung als langjähriger Geschäftsführer des Fachbereichs Hotellerie im DEHOGA Bayern begleitet und maßgeblich mitgestaltet.

Stefan Wild setzt sich als Vorsitzender des Fachbereichs Hotellerie und langjähriges Präsidiumsmitglied des DEHOGA Bayern seit vielen Jahren engagiert für die Deutsche Hotelklassifizierung und die Qualitätssiche-

rung in der bayerischen Hotellerie ein. Sein Einsatz hat die Bedeutung und Akzeptanz der Klassifizierung nachhaltig gestärkt.

Für weitere Fragen zur Deutschen Hotelklassifizierung steht Ihnen das Team der BTG Bayern Tourist GmbH gerne zur Verfügung:

Tel. 089 28098-99 | Fax 089 28099-31 | info@btg-service.de



LESENSWERT:
30 JAHRE – 30 GESCHICHTEN



TESTKLASSIFIZIERUNG

Bayerisches Staatsministerium für
Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus



AKTUELLE TERMINE DES STAATSMINISTERIUMS

28. August bis 11. Oktober 2026:

Bayerische Bio-Erlebnistage Hoffeste, Kochkurse, Verkostungen oder Führungen hinter die Kulissen auf über 150 Höfen, Manufakturen, Küchen und Läden in ganz Bayern (www.bioerlebnistage.de)

27. September 2026:

Weinfest am Landwirtschaftsministerium (www.alp-bayern.de)

24. November 2026:

Matchmaking Käsekultur, Wein und Edelbrände – Genuss, der verbindet

Uhrzeit: 16 bis 19:30 Uhr | Ort: Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus, Ludwigstraße 2, 80539 München (www.genussschaetze.bayern/matchmaking)

25.-29. November 2026:

Food & Life, Gemeinschaftsfläche „Genuss Bayern“ mit Frankenwein und vielen weiteren bayerischen Spezialitäten (www.alp-bayern.de/messen)

17.-19. Januar 2027:

HOGA Nürnberg, Gemeinschaftsbeteiligung für bayerische Hersteller.

Anmeldung noch bis 31. Oktober möglich
(www.alp-bayern.de/messen)

 **Genuss Bayern**
Heimat des Guten



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/seminare

Tool: ZOOM

PRÄSENZ-SEMINARE

SEPTEMBER

Kalkulation und Einsparung 16.09.2026

OKTOBER

Gastgewerbliche Betriebswirtschaft – von der Buchhaltung bis zur Bilanz I 12.10.2026

Gastgewerbliche Betriebswirtschaft – von der Buchhaltung bis zur Bilanz II 13.10.2026

Gastgewerbliche Betriebswirtschaft – Gastgewerberecht 14.10.2026

Qualitäts- und Konfliktmanagement 15.10.2026

Teampower entfesseln – Rollen erkennen, Stärken nutzen, Dynamiken verstehen 19.10.2026

Visual Content Creation 20.10.2026

Führungs-Akademie Teil III 20.-21.10.2026

Erfolgreiches Housekeeping-Team: Motivation, Entwicklung & Zusammenarbeit 26.10.2026

Housekeeping und das Zimmerchecken – mit System geht alles leichter 27.10.2026

NOVEMBER

Aufzeichnungspflichten im Gastgewerbe – Fit im Dokumentieren von A-Z 09.11.2026

Effizientere Prozesse durch Digitalisierung 10.11.2026

Konfliktmanagement und Mediation 17.11.2026

Als Einkäufer gestärkt zum Unternehmenserfolg beitragen 18.11.2026

Selbstbewusst statt ausgebrannt – Grenzen setzen & Unterstützung holen 23.11.2026

Hilaritas – Die Kunst der heiteren Gelassenheit 30.11.2026

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!

VOM PRODUZENTEN DIREKT AUF DEN TELLER

24H-FRISCHE VON KRÖSWANG



Der Frische-Lieferant KRÖSWANG bringt rund 1.500 frische Lebensmittel innerhalb von 24 Stunden direkt vom Produzenten zum Gastronomen. Nach Auftragseingang werden Maishendl und Bauernputen frisch geschlachtet und verarbeitet, Fische aus dem Teich geholt und küchenfertig gemacht, Salate und Gemüse gewaschen, geschnitten und verpackt.

DIREKT VOM PRODUZENTEN IN IHRE KÜCHE

Die meisten KRÖSWANG-Produkte kommen von regionalen Produzenten und werden nur auf Bestellung produziert. Niemand prüft seine Produkte so streng wie KRÖSWANG. Der Frische-Lieferant gibt deshalb eine Zufriedenheitsgarantie auf jeden einzelnen Artikel im Sortiment.

KRÖSWANG hat sich immer zu 100 Prozent auf die Lebensmittelzustellung konzentriert. Ab 5 Uhr früh beginnt der Frische-Lieferant mit der Zustellung, damit die frischen Lebensmittel innerhalb von 24 Stunden bei seinen Kunden sind. Pünktlich und zuverlässig.

Jetzt Sortiment
entdecken:



Zeit für Frische

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

Frische bringt's.

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Deutschland
Das Reiseland



www.germany.travel



© DZT/Jens Jeske

29. SEPTEMBER 2026 IN LINDAU AM BODENSEE

US-Advisory Board Workshop – Marktkenntnisse aus erster Hand

Der US-Reisemarkt stellt den wichtigsten Überseemarkt und zweitwichtigsten Quellmarkt für den deutschen Incoming-Tourismus nach Deutschland dar. Umso wichtiger ist der regelmäßige Austausch mit **Top-Managern der US-Reiseindustrie**.

Der US-Advisory Board Workshop bietet dafür den passenden Rahmen: ein exklusives Event, bei dem US-amerikanische Entscheider aus Vertrieb, Marketing, Flugverkehr und Veranstalterwesen mittelständischen deutschen Partnern aus der Reisebranche **ihre aktuellen Insights** zum Deutschland-Tourismus aus den USA präsentieren.

Kooperationspartner der DZT bei der Umsetzung der Veranstaltung sind als Gastgeber in diesem Jahr die **Internationale Bodensee Tourismus (IBT) GmbH** und die **Lindau Tourismus und Kongress GmbH**.

Im Mittelpunkt der Veranstaltung stehen fundierte Markteinblicke, aktuelle **Trends** im Reiseverhalten US-amerikanischer Gäste, die Entwicklung der **Nachfrage** sowie aktuelle und zukünftige Marktpotenziale. Dadurch erhalten die Teilnehmer **strategische Impulse zur erfolgreichen Marktbearbeitung** und können die Positionierung Deutschlands im US-Markt weiter stärken.

UNSERE LEISTUNGEN

Präsentationen, TED Talks und Panels mit den Mitgliedern des US-Advisory Board.

IHRE VORTEILE

Marktnähe schaffen: Erhalten Sie exklusive Einblicke in Trends, Herausforderungen und Chancen des US-Reisemarkts – direkt von unseren wichtigsten Partnern.

Impulse für Ihr Marketing: Nutzen Sie aktuelle Daten und Expertenstatements, um Ihre eigene USA-Strategie zu schärfen.

Direkter Austausch mit Top-Managern der US-Reiseindustrie: Lernen Sie zentrale Akteure aus der amerikanischen Reisebranche persönlich kennen – und verstehen Sie deren Perspektive auf Deutschland.

Austausch unter Branchenkollegen: Nutzen Sie die Gelegenheit, sich in exklusivem Rahmen mit anderen deutschen Partnern aus Destinationen, Regionen und Leistungsträgern zum US-Markt auszutauschen.

VERANSTALTUNGSDetails

- Dienstag, 29. September 2026
- 09:30–16:00 Uhr
- Inselhalle Lindau, Zwanzigerstraße 10, 88131 Lindau am Bodensee
- Teilnahmegebühr: 119,00€ pro Person (zzgl. MwSt.)



Bitte registrieren Sie sich bis spätestens
31. August 2026 über den QR-Code.

6.–7. OKTOBER 2026, ONLINE-WORKSHOP

Kampagnen Kick-Off 2027 der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. (DZT)

ZWEI TAGE – VIELE CHANCEN: Virtuelles Speed-Networking mit den DZT-Auslandsvertretungen

Sie möchten frühzeitig erfahren, wie Deutschland im Jahr 2027 als Reiseziel international vermarktet wird und wie Sie sich beteiligen können?

Dann ist unser digitaler Kampagnen-Auftakt genau das Richtige für Sie!

Wir stellen Ihnen exklusiv die internationalen Jahreskampagnen 2027 der DZT vor. Im Anschluss haben Sie die Möglichkeit, im Rahmen eines virtuellen Speed-Networkings gezielt mit unseren Auslandsvertretungen ins Gespräch zu kommen – bequem per Video-Call.



Jetzt Interesse bekunden und weitere
Informationen per E-Mail erhalten.

ABLAUF

Dienstag, 06. Oktober 2026

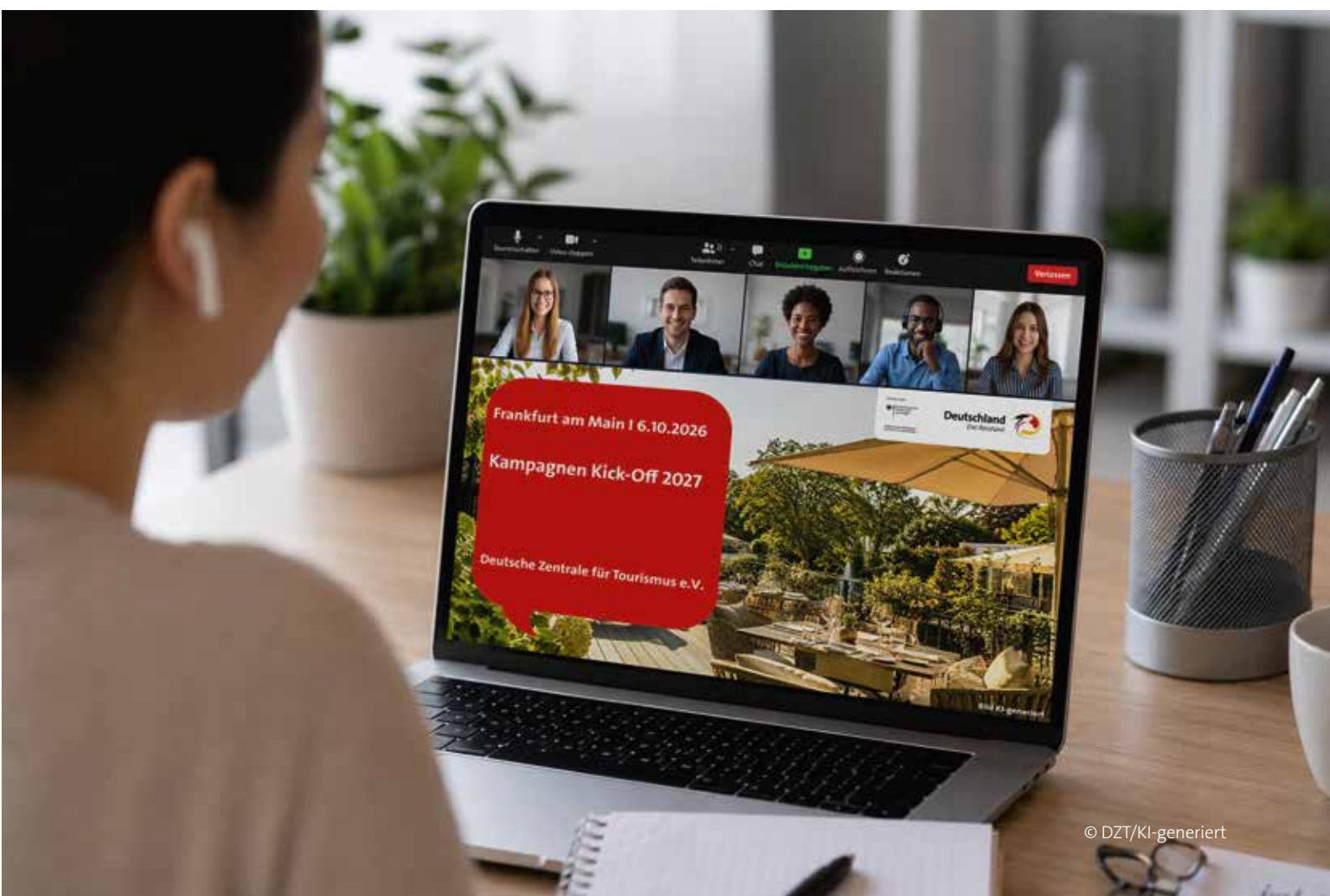
- 11:00–12:00 Uhr: Webinar zur Vorstellung der Kampagnen
- 13:00–19:30 Uhr: Speed-Networking

Mittwoch, 07. Oktober 2026

- 07:00–19:30 Uhr: Speed-Networking

Darum lohnt sich Ihre Teilnahme:

- Exklusive Vorab-Informationen zu den internationalen Marketingkampagnen der DZT
- Direkter Draht zu den Auslandsvertretungen der DZT
- Flexible 20-Minuten-Termine – perfekt in den Arbeitsalltag integrierbar
- Bequeme, ortsunabhängige Online-Teilnahme
- Kostenfrei





WIRTINNEN-POWER-TAG

Glänzende Aussichten

Oberbayerns Wirtinnen-Power-Tag führte zu den Swarovski Kristallwelten nach Tirol. Ergebnis? Staunen, Strahlen und beste Stimmung.

Was glitzert mehr: Die Kristalle oder die leuchtenden Augen der Besucherinnen? Der Bezirk Oberbayern lud im Mai zum Wirtinnen-Power-Tag und diesmal ging es für die Frauen nach Wattens in Tirol zu den Swarovski Kristallwelten. Das Wetter: sonnig. Die Stimmung: ebenso. Dafür sorgten nicht zuletzt die frisch servierten Butterbrezn und der eiskühle Prosecco auf der Fahrt im komfortablen Reisebus.

Die Netzwerk-Veranstaltung findet jedes Frühjahr statt. Auf dem Programm stehen wechselnde Ausflugsziele, die Spaß machen und gleichzeitig Gelegenheit zum Austausch bieten. „Wir sind jedes Mal dabei“, freuen sich drei der Teilnehmerinnen. „Es ist eine super Gelegenheit, um sich zu vernetzen und neue Ecken kennenzulernen. Das Programm ist prima.“

Heute also Tirol. Mit den Kristallwelten setzte sich das Unternehmen Swarovski zum 100-jährigen Jubiläum selbst ein Denkmal. Im Bauch des grasbewachsenen „Riesen“, den der Künstler André Heller gestaltete, erwarten die Besucherinnen insgesamt 16 Wunderkammern. Internationale Künstler haben diese Bereiche ganz unterschiedlich gestaltet. Ein Fest für alle Sinne: Licht, Geräusche und sogar Düfte sind auf die jeweiligen Kunst-Installationen abgestimmt. Sie tragen Namen wie Kristalldom, Eden oder Palast der Herzen.

Farbenfroh, verspielt und strahlend präsentieren sich die Werke. In einem Raum rieselt bei minus zehn Grad künstlich erzeugter Schnee von der Decke. Doch die Hausordnung an der Tür besagt leider: Keine Schneebälle werfen! In einem anderen Bereich animiert Bollywood Musik mit glitzernden Masken zum Tanzen. In einem weiteren können die Besucherinnen ihren eigenen Herzschlag in einem Kristall speichern.

Voll neuer Eindrücke geht es anschließend in den zugehörigen Park. Die Wirtinnen schlendern vorbei an der weltweit größten Kristallwolke, spazieren durch einen alpinen Garten und sitzen schlussendlich auf einem Karussell – das Werk eines spanischen Designers. Das ein oder andere Glas Aperol hat es ebenfalls bis dorthin geschafft.

Nach so viel Kunstgenuss gibt es zur Stärkung ein Menü im hauseigenen Restaurant, bevor die Rückreise ansteht. Regenwolken ziehen am Bus vorbei. Drinnen: Wärme, Lachen, beste Laune. Draußen: ein funkelnder Regenbogen – der glänzende Abschluss für einen gelungenen Tag. 🌈

HIGH PROTEIN BAGEL

PROTEIN REICH DURCH DEN TAG



© EDNA

Mit dem Mega High Protein Bagel erweitert EDNA sein Sortiment um eine vielseitige Option für Frühstück, Brunch und To-go-Angebote. Der fertig gebackene Bagel ist vegan, proteinreich und schnell einsatzbereit.

Der Mega High Protein Bagel von EDNA (Art. 2895) verbindet aktuelle Ernährungstrends mit unkompliziertem Handling. Er ist bereits fertig gebacken und mit einem Sandwichschnitt versehen. Damit lässt er sich schnell belegen und eignet sich für Gastronomie, Hotel-erie, Catering und Gemeinschaftsverpflegung.

Saaten und Körner sowie Natursauerteig sorgen für den charakteristischen Geschmack. Gleichzeitig liefert der Bagel einen hohen Anteil pflanzlicher Proteine. Da er ohne tierische Zutaten hergestellt wird, passt er auch zu veganen und vegetarischen Ernährungskonzepten.

Ob zum Frühstück, beim Brunch oder als Sandwich für unterwegs: Der High Protein Bagel lässt sich vielseitig einsetzen und ergänzt moderne Snackangebote ohne großen Zubereitungsaufwand.

QUALITÄT ist unsere MISSION

Alles für die **Herbstsaison**

Art. 139*
Zwiebelkuchen schwäbische Art
Gewicht: 1.500g, 3 St./Kt.
❄️ fertig gebacken

Art. 2954*
FF-High Protein Brötchen
Gewicht: 70g, 40 St./Kt.
❄️ fertig gebacken

NEU & lecker

PROTEIN STARK

Art. 2804*
Pflaumen-Streuselkuchen
Gewicht: 2.100g, 3 Pl./Kt.
❄️ fertig gebacken

à **28** Portionen

Art. 2895*
FF-Mega High Protein Bagel
Gewicht: 75g, 36 St./Kt.
❄️ fertig gebacken

Art. 62270*
Dinghartinger Kaiserschmarrn ohne Rosinen
Gewicht: 1kg, 36 Pack/Kt.
📦 Service-Welt

QUALITÄT IST UNSERE MISSION

EDNA.de

EDNA International GmbH
Gollenhoferstraße 3 · 86441 Zusmarshausen

E-Mail info@edna.de

Instagram Facebook X TikTok LinkedIn YouTube WhatsApp

❄️ Lieferung per Tiefkühl-LKW.

📦 Versandkostenfrei & ohne Mindestbestellwert. Lieferung per Paketversand innerhalb von etwa 2-5 Werktagen.

*Weitere Informationen (Inhalte der Mischkisten, Bezeichnung des Lebensmittels, Zutaten, Nährwertdeklaration, Allergene, Öko-Kontrollstelle, Zubereitung) erhalten Sie unter www.edna.de. Irrtümer und Änderungen vorbehalten. Keine Haftung für Druckfehler. Bei den Produktbildern handelt es sich teilweise um Servierbeispiele.

EDNA-HOTLINE

GEBÜHRENFREI
0800 722 722 4

WHATSAPP
01522 179 55 81



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

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

IHR KONTAKT ZUM DEHOGA BAYERN

BEZIRKS- UND REGIONALGESCHÄFTSSTELLEN

REGIONALGESCHÄFTSSTELLE SÜDBAYERN

Regionalgeschäftsführer: Thomas Quiram

Bezirk Oberbayern

Türkenstraße 7
80333 München
Tel. +49 89 28760-15
Fax +49 89 28760-166
oberbayern@dehoga-bayern.de
Johanna Blohm (Syndikusanwältin)
Katharina Freund-Bechtold (Syndikusanwältin)
Patricio Ortega (Syndikusanwalt)

Bezirk Schwaben

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

REGIONALGESCHÄFTSSTELLE OSTBAYERN

Regionalgeschäftsführerin: Andrea Kramer

Bezirk Oberpfalz

Orleansstr. 1
93055 Regensburg
Tel. +49 941 7090600
Fax +49 941 70906010
oberpfalz@dehoga-bayern.de
Nicole Aßmann (Syndikusanwältin)

Bezirk Niederbayern

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

REGIONALGESCHÄFTSSTELLE FRANKEN

Regionalgeschäftsführer: Florian Rose

Bezirk Oberfranken

Am Plärrer 10
90429 Nürnberg
Tel. +49 911 262611
Fax +49 911 284930
oberfranken@dehoga-bayern.de
Andreas Wittmann (Syndikusanwalt)

Bezirk Mittelfranken

Am Plärrer 10
90429 Nürnberg
Tel. +49 911 262611
Fax +49 911 284930
mittelfranken@dehoga-bayern.de
Nicole Aßmann (Syndikusanwältin)

Bezirk Unterfranken

Schottenanger 6
97082 Würzburg
Tel. +49 931 412409
Fax +49 931 416656
unterfranken@dehoga-bayern.de
Andreas Wittmann (Syndikusanwalt)

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



Alexander Maffei
Oberbayern
a.maffei@dehoga-bayern.de
Tel. +49 151 14847893



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



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



Andreas Bugl
Mittelfranken & Oberfranken
a.bugl@dehoga-bayern.de
Tel. +49 151 14847898



Caroline Schmitt
Niederbayern & Oberpfalz
c.schmitt@dehoga-bayern.de
Tel. +49 160 90956334

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

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





ALKOHOLFREIE VIELFALT

MEHR AUSWAHL FÜR GÄSTE. KLARE LÖSUNGEN FÜR GASTGEBER.

Alkoholfreie Getränke gewinnen in der Gastronomie an Bedeutung. Gäste erwarten Auswahl und bekannte Marken, Gastgeber zuverlässige Lösungen für den Betriebsalltag. Sinalco verbindet beides.

Alkoholfreie Getränke sind heute ein wichtiger Bestandteil jeder Getränkekarte. Sinalco verbindet die Stärke einer deutschen Traditionsmarke mit der langfristigen Ausrichtung eines familiengeführten Unternehmens in vierter Generation. Die Marke mit dem Rotpunkt steht für verlässlichen Geschmack, alle trinkfertigen Produkte werden mit natürlichem Mineralwasser hergestellt.

„Wir bewegen uns in einem innovationsgetriebenen Marktumfeld, das immer variantenreicher wird. Diesen Herausforderungen stellen wir uns – mit einer Mischung aus Sprint und Marathon“, sagt Christian Baggeroer, Nationaler Vertriebsleiter Außer-Haus-Markt und Getränkereichgroßhandel der Deutschen Sinalco GmbH. „Wir wollen keine Eintagsfliegen produzieren, sondern setzen auf Qualität, Verlässlichkeit und langfristig angelegte Neuheiten.“

Für die Gastronomie bietet Sinalco passende Gebündelösungen – von der Mehrweg-Glasflasche über Premix- und Postmix-Systeme bis zum Offenausschank. Ergänzt wird das Angebot durch persönliche Beratung bei Sortimentsauswahl und individuellen Lösungen. So erhalten Gastgeber eine starke Marke, flexible Ausschanklösungen und einen Partner, der die Anforderungen des gastronomischen Alltags kennt.

SCHMECKT NACH
Vielfalt



DIE
SINALCO
SCHMECKT

Auf ein Radler mit Hilde Gerg

WAS VERBINDET SPITZENSport UND GASTFREUNDsCHAFT?

Als Spitzensportlerin bin ich viel gereist und habe weltweit erlebt, was gute Gastfreundschaft ausmacht. Dabei habe ich gelernt, wie wichtig Qualität und vor allem der persönliche Umgang mit Gästen sind. Auf individuelle Wünsche einzugehen und dafür zu sorgen, dass sich jemand wirklich wohlfühlt – diese Erfahrungen bringe ich heute als Gastgeberin ein.

WAS MACHT FÜR SIE EIN GUTES TEAM AUS?

Ein starkes Team besteht für mich aus Menschen, die ihre persönlichen Stärken und ihre Expertise ohne Eitelkeiten einbringen. Entscheidend ist, gemeinsam auf ein Ziel hinarbeiten, kritikfähig zu bleiben und nach Lösungen zu suchen. Im Spitzensport sieht man sehr deutlich, dass Erfolg nie nur die Leistung eines Einzelnen ist. Das gilt für mich genauso in einem guten Betrieb.

WIE BLEIBT MAN ALS GASTGEBER BEI SICH SELBST?

Indem man sich darüber klar wird, wofür man steht und was einem im Umgang mit Gästen wichtig ist. Dazu gehört auch, eigene Grenzen zu kennen. Wenn Werte und Haltung klar sind, entsteht ein vertrauensvolles Miteinander. Das hilft nicht nur den Gastgebern selbst, sondern gibt auch den Mitarbeitenden einen Rahmen, in dem sie eigenständig handeln und ihre Stärken einbringen können.

WAS MACHT BAYERN FÜR SIE BESONDERS?

Für mich sind es die Menschen und ihre Verbundenheit mit der Heimat. Ich selbst bin mit den Bergen aufgewachsen, sie haben mich als Mensch und als Sportlerin geprägt. Viele Menschen hier kümmern sich mit großer Selbstverständlichkeit um das, was ihnen anvertraut ist – um Berge, Wiesen, Wälder oder Seen – und teilen diese Heimat gleichzeitig gerne mit ihren Gästen. Diese Verbindung aus Verantwortung, Tradition und Offenheit sollten wir uns bewahren und zugleich den Mut haben, sie weiterzuentwickeln. 🐾

ZUR PERSON

Hilde Gerg zählt zu den erfolgreichsten deutschen Skirennläuferinnen. Die Olympiasiegerin von Nagano 1998 gewann 20 Weltcuprennen und stand 59-mal auf dem Weltcup-Podest. Nach ihrer Karriere war sie unter anderem als ZDF-Expertin tätig und arbeitet heute als Gesundheitscoach und Gastgeberin von Ferienwohnungen im Berchtesgadener Land. Mit ihrer Stiftung und ihrem sozialen Engagement setzt sie sich zudem für Kinder und Jugendliche ein.

12 GRÜNDE FÜR EINE MITGLIEDSCHAFT BEIM DEHOGA BAYERN

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



DEHOGA Bayern

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

**Mehr erfahren,
hier klicken!**



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

Wir halten euch dauerhaft günstiger mobil! #Tankrabbatt

Jetzt Tankstellenrabatte
für Unternehmer und Mitarbeiter sichern.
Alle Angebote im Benefitsbereich
der kostenlosen oneDEHOGA-App.

Bis 3,3 ct/L
sparen!



Foto wurde vollständig mit KI erstellt



oneDEHOGA

So schnell geht's zur App:

- QR-Code scannen
- mit DEHOGA-Mitgliedsdaten registrieren
- langfristig profitieren

