

Gastgeber Bayern

Das Magazin
für Gastronomie und
Hotellerie

#03

Ausgabe 2024

DEHOGA Bayern

AUSGEZEICHNETE
GASTGEBER

Elf Wiesnwirte und ihre
nachhaltigen Lieferanten
Seite 18

Sternekoch
Simon Schlachter
im Gespräch
Seite 32

Food-Trend-Experte Hendrik
Haase erklärt, wie das Internet
unsere Esskultur prägt
Seite 36

Rund- um *gut, lokal, Bayern.*

Zum Beispiel frisches Gemüse vom Pflüglerhof und andere geniale regionale Produkte.

Einkaufen beim Landwirt ist gut für alle, nachhaltig und insgesamt eine runde Sache.

regionales-bayern.de



4. GastroRegioTag Niederbayern

Termin: 25. 11. 2024,
9:00 – 16:00 Uhr
Ort: das asam,
Aldersbach

Weitere Infos:



 **pflueglerhof**

Familie Pflügler, Pflüglerhof in Neufahrn **#Hoffluencer**

Einer von über 3.000 bayerischen Hofläden in deiner Nähe: **regionales-bayern.de**

Einer von über 1.500 bayerischen Betrieben bei: **wirt-sucht-bauer.de**





Manch einer würde vielleicht sagen, dass das Titelbild dieser Ausgabe – geschmückt mit Bayerischer Krone und Vergoldung – ein wenig aus dem Rahmen fällt. Wir sagen dazu: Genau darum geht's! Schließlich verkörpert das Bild in idealer Weise das Kernthema dieser Ausgabe. Warum Bescheidenheit zeigen, wenn man auch ausgezeichnet auftreten kann?

In einer Welt, die sich immer schneller dreht und in der der persönliche Kontakt oft zu kurz kommt, bleibt die Kunst des Gastgebens ein zeitloses Element der menschlichen Interaktion. Es ist eine Kunst, die Menschen zusammenbringt, Erinnerungen schafft und unsere sozialen Bindungen stärkt. Gastfreundschaft ist eine Kunst, die von Empathie, Kreativität und einem scharfen Auge für Details geprägt ist. Diese Ausgabe möchten wir daher jenen Menschen widmen, die diese Kunst meisterhaft beherrschen – den „ausgezeichneten“ Gastgebern. Auch wenn die wenigsten von ihnen eine Krone tragen, verdient hätten sie sie allemal! Denn wer sonst könnte aus einem simplen Abendessen eine königliche Tafelrunde zaubern?

Werfen Sie mit uns einen Blick auf das inspirierende Leben des jungen bayerischen

Sterne Kochs Simon Schlachter, der seine kulinarischen Visionen in schwindelerregender Höhe verwirklicht und beweist, dass Leidenschaft die Kraft hat, selbst die höchsten Gipfel zu erklimmen – oder auf ihnen zu kochen. Der Food-Trend-Experte Hendrik Haase enthüllt die spannenden Möglichkeiten, die die Digitalisierung der Gastronomie bietet. Freuen Sie sich auf ein Interview mit DJ und Eventmanagerin Alma, die uns in die Welt von Events und Partys entführt. Sterne Koch Oliver Röder, Präsident der deutschen Jeunes Restaurateurs, gibt preis, wie ein Michelin Stern die Dynamik eines Restaurants verändern kann. Wir beleuchten auch die Bedeutung von Nachhaltigkeitszertifikaten durch die Geschichten ausgezeichneter Gastgeber im Bereich Nachhaltigkeit. Nicht zu vergessen: Der Wirtinnen-Power-Tag, ein herausragendes Event der bayerischen DEHOGA-Familie, zeigt, wie Frauen in der Gastronomie Stärke demonstrieren.

Auch unsere jungen Talente kommen zu Wort: Drei der strahlenden Gewinner der bayerischen Jugendmeisterschaften teilen uns mit, was sie antreibt, und geben Einblicke in ihre vielversprechenden Zukunftspläne.

Doch lesen Sie selbst ...

Angela Inselkammer
Präsidentin des DEHOGA Bayern

Dr. Thomas Geppert
Landesgeschäftsführer des DEHOGA Bayern



DEHOGA Bayern

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

Inhalt

Ausgabe 03/2024

06	Aus dem Landesverband	
	Der Wirtinnen-Power-Tag in Oberbayern	Seite 06
	DEHOGA Bayern im Gespräch	Seite 08
	Darf man mal fragen...?	Seite 15

16	Ausgezeichnete Gastgeber	
	Gipfelstürmer der Gastfreundschaft	Seite 16
	Nachhaltige Bewirtung für ein Millionenpublikum	Seite 18
	4 Fragen an Christian Schottenhamel, Gastronom und Wiesnwirt der „Festhalle Schottenhamel“	Seite 21
	Im Gespräch mit Bayerns Nachwuchstalenten	Seite 22
	Gastfreundschaft auf höchstem Niveau	Seite 26
	Nachhaltige Zertifizierungen	Seite 28
	Fluch und Segen von Sternen und Hauben	Seite 30
	Zu Besuch bei Simon Schlachter in Deutschlands höchst gelegenen Sternerestaurant	Seite 32

	Gespräch mit Food-Trend-Experte Hendrik Haase	Seite 36
	Seminarangebote der Bayern Tourist GmbH	Seite 38

Bayern und die Welt	40	
	Stefan Fuss gibt Einblick in seine Küche	Seite 40
	Perfekte Gastgeber: Die Zauberformel des Unvergleichlichen	Seite 42
	Im Gespräch mit Dr. Marc Maisch, Fachanwalt für IT-Recht	Seite 46
	Was Online-Bewertungen bewirken	Seite 49
	HOGA 2025	Seite 50
	Ansprechpartner Impressum	Seite 52
	Ein Vierteljahrhundert einkaufen mit Hogast Deutschland	Seite 54
	Exzellenz ist eine Teamleistung	Seite 56

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.

Auf einen Cappuccino mit...	58
ALMA – DJ und Eventmanagerin	Seite 58

Wussten Sie schon...

... dass für knapp ein Drittel der Deutschen Gäste Online-Bewertungen das wichtigste Kriterium bei der Auswahl eines neuen Restaurants oder Cafés sind? Ein schönes Ambiente, ausgefallene Speisen oder besonders freundliches Personal reicht dabei aber längst nicht mehr aus, um Gäste anzulocken.

... dass Betriebe, die einer Qualitätsinitiative angehören, während der Corona-Pandemie besser aufgestellt waren? Zertifizierte Betriebe konnten die herausfordernde Situation besser bewältigen, da sie über Netzwerke und kontinuierliche Informationen verfügten.

... dass Reisende grundsätzlich bereit sind, für eine Unterkunft mit guten Bewertungen auch einen höheren Preis zu zahlen? Ähnlich verhält es sich mit klassifizierten und/oder zertifizierten Betrieben. Hier sind immerhin 46 Prozent der Reisenden bereit, etwas tiefer in die Tasche zu greifen.

... dass 78 Prozent der Reisenden mehrheitlich Unterkünfte buchen, die hohe Zufriedenheitswerte bei Online-Gästebewertungen haben? Dabei ziehen knapp zwei Drittel sowohl Qualitätssiegel als auch Online-Bewertungen für ihre Buchungsentscheidung heran.

... dass Betriebe mit Zertifizierungen wie der Deutschen Hotelklassifizierung oder der ADAC-Campingklassifizierung ein höheres Maß an Vertrauen bei den Gästen genießen? Diese Zertifizierungen setzen klare Standards und bieten Orientierung für Gäste.

... dass Qualitätsinitiativen dennoch weniger präsent sind in den Köpfen der Reisenden? Hauptsächlich wirkt hier die Strahlkraft von Marken (ADAC, DTV, DEHOGA) unterstützend. Themenlabels sind hingegen in der deutschen Bevölkerung weniger bekannt, haben aber bei ihrer jeweiligen Zielgruppe eine höhere Relevanz.



DER WIRTINNEN-POWER-TAG IN OBERBAYERN

Stimmungshoch trotz Wittertief

Der Wirtinnen-Power-Tag fand in diesem Jahr vor königlicher Kulisse statt. Der Bezirk Oberbayern hatte ins Schloss Linderhof nach Ettal geladen. Auf dem Programm standen Einblicke in die Prunkräume König Ludwigs II., viel Historisches sowie flüssige Delikatessen wie das Ettaler Klosterbier.

Tiefhängende Wolken, Nieselregen und unverschämt kühle Temperaturen: Zu Beginn des Wirtinnen-Power-Tages vom DEHOGA Oberbayern zeigte die Sonne keine Power. Beim sprudelnden Sektempfang mit Christian Bär, dem Bezirksvorsitzenden von Oberbayern, kam dennoch Sommerstimmung auf. Den verdienten Glanz erhielt die Veranstaltung dann gleich beim ersten Programmpunkt: Im Schloss Linderhof gab es eine Führung durch die Prunkräume König Ludwigs II. Zwischen edlen Gobelins und Spiegelkabinett wurden auch die Füße wieder trocken.

Zu wenig Zeit blieb für den weitläufigen Schlosspark, denn es brauchte nun erstmal eine Stärkung. Im Klosterhotel Ettal empfing Abt Barnabas Bögle OSB (Ordo Sancti Benedicti) die Frauen. Zwischen den heiligen Hallen galt es aufzupassen, dass man der Todsünde Völlerei nicht verfiel – zu köstlich war das üppige Angebot an Torten.

Luftig leicht ums Herz wurde den Wirtinnen beim Anblick der hellen Basilika. Fresken, Baustil und Gnadenbild wurden von Pater Virgil Hickl anschaulich erklärt. Man erfuhr, warum das Kloster hier gegründet wurde (der Mythos: das Pferd des Kaisers kniete dreimal nieder), was die Darstellung der Kuppel zeigt (merke: zu lange nach oben schauen tut den Menschen nicht gut) und wie der alte Drehmechanismus hinter dem Gnadenbild funktioniert (unglaublich: sogar manch Mönch will ihn elektrifizieren).





KLOSTERLIKÖR: NOCH IMMER EIN GEHEIMREZEPT

Anschließend entließ Pater Hickl die Frauen vertrauensvoll in die hauseigene Brauerei. Stolz bemerkte der dortige Braumeister: Das Ettaler Bier schafft es als Delikatesse bis in die Bars von New York. Jede darf sich von der Qualität selbst überzeugen und ihren liebsten Gerstensaft aus dem Lager zupfen. Derart gestärkt setzten sie die Führung fort, die als nächstes in ein weiteres Klosterjuwel führte: die Destilliererei. Zwischen dem Duft nach allerlei Kräutern und Gewürzen wurden die Wirtinnen mit einer Fülle an Informationen überhäuft.

So erfuhren sie, dass das Geheimrezept des Klosterlikörs noch heute von lediglich drei Mönchen gehütet wird. Sie hörten, dass Safran direkt auf das Nervensystem wirkt und in hohen Dosen nicht nur gut schmeckt, sondern auch tötet. Und dass die Samen des Johanniskrautbaums Pate standen für den Begriff „Karat“. Nicht nur Likör wird nach altem Rezept zubereitet, sondern auch erfolgreich Gin destilliert. Nach so viel flüssiger Feinkost knurrte den Frauen der Magen. Zügig Abhilfe gab es beim Abendmenü im Kloster-Restaurant.

EINS DER GRÖSSTEN EVENTS DER BAYERISCHEN DEHOGA-FAMILIE

Das Gastgeber Bayern Magazin wollte von den Wirtinnen gleich wissen: Wie gefiel der Tag? Das eingefangene Feedback fiel durchwegs begeistert aus. Tenor: Eine tolle Gelegenheit zum Netzwerken in passendem Rahmen. Vorschlag einer Teilnehmerin: „Bitte macht das vierteljährlich!“. Frage an Oberbayerns Regionalgeschäftsführer Thomas Quiram: Seit wann und warum gibt es diesen Tag überhaupt? „Den Wirtinnen-Power-Tag gibt es seit 2001. Bis auf die Jahre 2020 bis 2022 fand und findet er jährlich statt. Einst von der heutigen oberbayerischen Ehrenvorsitzenden Jutta Grieb zum Netzwerken unserer weiblichen Mitglieder ins Leben gerufen, hat sich der Wirtinnen-Power-Tag zu einem der größten Events der bayerischen DEHOGA-Familie entwickelt. Jedes Jahr etwas gemeinsam erleben, es sich gut gehen lassen bei Speisen und Getränken: Es ist einfach eine tolle Gelegenheit für Austausch und neue Kontakte.“ 🍷

SAVE THE DATE!

Der nächste Wirtinnen-Power-Tag ist geplant für das zweite Quartal 2025. Programm- und Anmeldeinformationen erhalten unsere Mitglieder aus Oberbayern rechtzeitig per Mail.



Wahlen im Fachbereich Gastronomie

DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer gratulierte der neuen Fachbereichsvorstandschafft. Ihr herzlichster Dank ging an die bisherige Vorsitzende Monika Poschenrieder, die den Fachbereich zwei Jahrzehnte lang maßgeblich geprägt hatte, dieses Mal aber nicht mehr für eine weitere Amtszeit kandidierte. (v.l.): Christian Kienberger, Fachbereichsbeirat, Muk Röhl, neuer stellvertretender Vorsitzender, Michaela Schmitz-Guggenbichler, neue Vorsitzende, Angela Inselkammer sowie die Fachbereichsbeiräte Sandra Braun und Josef Stark (Foto: © Juliane Jerin).



Bayerische Wirtschaftsnacht

Die vbw-Abendveranstaltung schaffte es auch in diesem Jahr wieder über 500 hochrangige Vertreter aus Politik und Wirtschaft miteinander ins Gespräch zu bringen und zu vernetzen. Mit dabei waren neben Ministerpräsident Dr. Markus Söder auch DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer, Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert, Vizepräsident Andreas Brunner und Bezirksvorsitzende Niederbayern Rose-Marie Wenzel. (Foto: © Stefan Obermeier)

18. Mitgliederversammlung des Tourismus Oberbayern München (TOM)

Ein zentrales Thema in diesem Jahr war die enge Verflechtung zwischen städtischen und ländlichen Räumen, die für den nachhaltigen Erfolg des Tourismus in Oberbayern entscheidend ist. (Foto: © Goran Gajanin // Das Kraftbild)

Wahlen im Fachbereich Hotellerie

Präsidium und Landesgeschäftsführung des DEHOGA Bayern gratulierten der neuen Vorstandschaft des Fachbereichs Hotellerie, die turnusgemäß für drei Jahre gewählt wurde (v.l.): Andreas Brunner, DEHOGA Bayern-Vizepräsident, Christian Unbehauen, Fachbeirat, Thomas Auerbach, Fachbeirat, Dr. Gerhard Engelmann, Geschäftsführer des Fachbereichs Hotellerie, Kai Tiemer, stellvertretender Vorsitzender, Stefan Wild, Vorsitzender, Dr. Thomas Geppert, DEHOGA Bayern-Landesgeschäftsführer, Hubertus Holzbock, Fachbeirat sowie Ralf Barthelmes, DEHOGA Bayern-Schriftführer. (Foto: © mikesamplay)



Deutsch-vietnamesische Ausbildungspartnerschaft

Bei seinem Besuch im Königshof Hotel in Bad Füssing würdigte Seine Exzellenz Botschafter der S.R. Vietnam Vu Qunag Minh die langjährige freundschaftliche Partnerschaft und Ausbildungskooperation mit Bayern. DEHOGA Bayern-Vizepräsident Andreas Brunner und Geschäftsführerin Berufsbildung & Fachkräftesicherung Susanne Droux dankten ihm dafür herzlich. Zukünftig soll der Fokus verstärkt auf der deutschen Berufssprache im Gastgewerbe liegen.



Upnxt Hospitality Festival

Auch in diesem Jahr war die von elevat in Kooperation mit dem Hotelverband Deutschland (IHA) organisierte und vom DEHOGA Bayern unterstützte Veranstaltung ein großer Erfolg. Über 800 Teilnehmende teilten miteinander ihr Wissen und vernetzten sich in einer inspirierenden Atmosphäre.



An einem Tisch mit dem Bürokratiebeauftragten der Bayerischen Staatsregierung

Kennzeichnungspflicht, Mehrwegvorgaben, Wochenarbeitszeit, Gesundheitszeugnis, Mehrwertsteuer - auf Einladung der CSU-Landtagsabgeordneten Josef Heisl und Stefan Meyer diskutierte Bürokratiebeauftragter Walter Nussel mit Vertretern des DEHOGA Bayern aus dem Bezirksverband Niederbayern sowie den Kreisverbänden Passau und Freyung-Grafenau die hohen bürokratische Auflagen in der Gastronomie. (Foto: © Stefanie Starke)

Parlamentarisches Frühstück mit Bündnis 90/Die Grünen

Vertreter des DEHOGA Bayern diskutierten mit der Grünen-Landtagsfraktion über die angespannte Situation im Gastgewerbe und stellten klar: Hohe Kosten für Energie, Lebensmittel, Personal und Mehrwertsteuer belasten die Erträge. Zukunftsfähige Rahmenbedingungen, wie die Wochenarbeitszeit, sind dringend notwendig.

Wirtewallfahrt

Zum 32-ten Mal machten sich Wirtsleute aus dem südlichen Ostallgäu auf zur Wallfahrtskirche Maria Hilf. Nach dem Gebet in dem Gotteshaus gab es ein geselliges Beisammensein im Mariahilfer Sudhaus, wo die Lengenwanger Bläser stimmungsvolle Musik zum Besten gaben. (Foto: © Albert Guggemos)

Vorstellung Forum „Italienische Gastgeber“

Italienische Gastgeber sind aus der bayerischen Gastronomie nicht wegzudenken. Mit dem neuen Forum bietet der DEHOGA Bayern ihnen in Zusammenarbeit mit der italienischen Handelskammer München-Stuttgart (ITALCAM) eine zugeschnittene Plattform zur Unterstützung, Information und Beratung.



Sommerempfang des Bayerischen Landtags

Bei sommerlichen Temperaturen nutzten DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer, 1. Vizepräsident Thomas Förster und Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert die Gelegenheit auf Schloss Schleißheim zu zahlreichen Gesprächen zu Gunsten des bayerischen Gastgewerbes. (Foto: © Stefan Obermeier)

Austausch mit Digitalminister Dr. Fabian Mehring

Im Mittelpunkt des Gesprächs standen Möglichkeiten zur Unterstützung des Gastgewerbes in den Bereichen Digitalisierung und Künstliche Intelligenz. DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer, Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert und Dr. Fabian Mehring waren sich einig, dass neue Technologien entscheidende Vorteile für die Branche bieten können. KI hat das Potenzial, viele Arbeitsprozesse zu revolutionieren und effizienter zu gestalten.

Besuch beim Bayerischen Runfunk

Bei einem Treffen mit BR-Intendantin Katja Wildermuth nutze das Präsidium des DEHOGA Bayern die Gelegenheit, umfassend über die Situation des Gastgewerbes zu informieren.



Bayerisch-österreichischer Austausch

In Klessheim traf sich eine Delegation des DEHOGA Bayern mit Vertretern der österreichischen Wirtschaftskammer und der Salzburger Landesregierung. Der Austausch drehte sich um die Struktur und die Finanzierung des Tourismus in den jeweiligen Ländern.



Klausurtagung des Großen Vorstandes

Bei dem Treffen in Unterfranken wurde intensiv über notwendige Reformen im Gastgewerbe, wie die Wochenarbeitszeit, diskutiert. Die Teilnehmer forderten dringend steuerliche Entlastungen, da steigende Kosten die wirtschaftliche Lage der Gastronomen erheblich belasten.

Albert Füracker zu Besuch am DEHOGA Bayern-Messestand

Bei warmen Sommertemperaturen konnten auf der 7. Jobmeile in Neumarkt Vertreter des DEHOGA Bayern interessierte Fachkräfte von den vielversprechenden Zukunftschancen im Bayerischen Gastgewerbe überzeugen. Auch Finanz- und Heimatminister Albert Füracker informierte sich umfassend über die Möglichkeiten, die die Branche bietet.

Kreisvorsitzenden- tagung des Bezirks Oberbayern

Dieses Jahr war der Landtagsabgeordnete und tourismuspolitische Sprecher der CSU Thomas Holz zu Gast. DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer, die Bezirksvorsitzenden Christian Bär und Christian Schottenhamel sowie Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert und Regionalgeschäftsführer Thomas Quiram nutzten die Gelegenheit, um gezielt aktuelle Herausforderungen zu adressieren.



vbw-Kongress „Nachhaltigkeit im Tourismus“

Welche Wege führen zu mehr Nachhaltigkeit im bayerischen Tourismus? Diese Frage diskutierte DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer mit Tourismusministerin Michaela Kaniber, dem tourismuspolitischen Sprecher der Landtagsfraktion Bündnis 90/Die Grünen Christian Zwanziger, dem Vorsitzenden des Vorstands Verband Deutscher Seilbahnen und Schleplifte und Vorstand der Bayerischen Zugspitzbahn Bergbahn Matthias Stauch sowie dwif-Senior Consultant Dr. Andrea Möller. (Foto © Volker Schilling)

Charity Golf-Turnier der Oberbayerischen Gastgeber

Bei herrlichem Wetter bot das Event nicht nur Gelegenheit, sportlich aktiv zu sein, sondern auch sich in entspannter Atmosphäre auszutauschen – und das alles für einen guten Zweck. Der Erlös des Turniers wurde an die Europa Mini-köche gespendet, die dieses Jahr ihr 35-jähriges Jubiläum feiern. Ein großes Dankeschön an alle Teilnehmer und Unterstützer. (Foto: © mikessamplay)



Politischer Dialog der vbw in Berlin

Von dem CSU-Landesgruppenvorsitzenden Alexander Dobrindt, über den FDP-Landesgruppenvorsitzenden Bayern Karsten Klein, bis hin zu den Parlamentariern Marianne Schieder (SPD), Andreas Mehlretter (SPD), Dieter Janecek (Bündnis90/Die Grünen) und Sascha Müller (Bündnis90/Die Grünen) - im Rahmen der von der Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft organisierten Veranstaltung positionierte DEHOGA Bayern-Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert in Gesprächen mit Mitgliedern des Bundestags klar die Forderungen des Verbands für ein zukunftsfähiges Gastgewerbe. (Foto © Thomas Imo)



Sommerempfang des Bezirks Niederbayern

Das Fest zeigte eindrucksvoll den starken Zusammenhalt in der Region. Auch politische Vertreter versicherten, dass sie fest an der Seite der Gastwirte stehen und sich für ihre Belange einsetzen. Foto (vorne, v.l.): DEHOGA Bayern-Vizepräsident Andreas Brunner, Staatsminister Christian Bernreiter, Bezirksvorsitzende Rose Marie Wenzel, Stellv. Ministerpräsident Hubert Aiwanger, Bezirksgeschäftsführerin Rita Mautz und Kreisvorsitzender Deggendorf Helmut Nothaft sowie (dahinter, v.l.) Bürgermeister Hengersberg Christian Mayer, Regierungspräsident Rainer Haselbeck, Landrat Bernd Siblinger und Landesschatzmeister Christopher Riemensperger.

**EINTRITT
FREI!**

**8. BAYERISCHER GASTGEBERTAG
DIENSTAG, 5. NOVEMBER 2024 IM ACC AMBERG**

NEUE IMPULSE FÜR DAS BAYERISCHE GASTGEWERBE

DAS BAYERISCHE GASTGEWERBE IST DAS HERZSTÜCK DER WIRTSCHAFT UND EINE BEDEUTENDE KRAFT BAYERNS. ES DIENT ALS INTERNATIONALE VISITENKARTE UND IST EIN WICHTIGER MOTOR FÜR INVESTITIONEN, AUSBILDUNG UND INTEGRATION IM TOURISMUS. TROTZ HERAUSFORDERUNGEN WIE PREISSTIEGERUNGEN, MITARBEITERMANGEL UND BÜROKRATIE BLEIBT DIE BRANCHE TATKRÄFTIG.

„Lassen Sie uns daher bei unserem Branchentreff der bayerischen Hotellerie und Gastronomie wieder gemeinsam einen Blick auf zukunftsweisenden Lösungen werfen“, sagt DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer. „Der Bayerische Gastgebertag bietet allen Teilnehmern einen idealen Rahmen, um ihr berufliches Netzwerk zu pflegen und auszubauen. Neben dem fachlichen Austausch ist es doch nicht zuletzt der zwischenmenschliche Kontakt, der unsere Branche so schön und spannend macht“, so die Präsidentin weiter.

Der Bayerische Gastgebertag setzt auch dieses Mal wieder wichtige Impulse zu den Themen am Puls der Zeit. Das vielfältige Rahmenprogramm umfasst neben einer mitreißenden Rede von DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer eine Ansprache der Bayerischen Tourismusministerin Michaela Kaniber. Darüber hinaus können Sie sich auf weitere Höhepunkte wie den Neurowissenschaftler und „Macher“ Prof. Dr. Volker Busch, den Food-Experten Hendrik Haase sowie die Gen Z-Flüsterin Prof. Dr. Antje-Britta Mörstedt freuen. Ganztägig findet zudem parallel eine Fachausstellung mit den DEHOGA Bayern-Branchenpartnern statt, die Neuigkeiten, Innovationen und Ideen mit Ihnen teilen. Begleitende Fachvorträge zu spannenden Themen ergänzen das breite Programm. Für das leibliche Wohl wird mit kulinarischen Köstlichkeiten gesorgt.



Weitere Informationen zum 8. Bayerischen Gastgebertag finden Sie in der exklusiven App. Jetzt nebenstehenden QR-Code scannen.

**HIER
GEHT'S ZUR
ANMELDUNG**



WIR BEDANKEN UNS FÜR DIE UNTERSTÜTZUNG VON:



MAL ANDERS BETRACHTET –
FRAGESTELLUNGEN AUS GÄSTESICHT

Darf man mal fragen...?

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

Weshalb bevorzugen einige Restaurants Trinkgeld in bar, auch wenn die Rechnung selbst mit Karte bezahlt wird?

Hierfür gibt es mehrere Gründe: Zum einen fallen bei Zahlungen mit Kredit- oder Girokarte Transaktionsgebühren an, die sich auf den Gesamtbetrag inklusive Trinkgeld beziehen. Diese Gebühren können die Einnahmen des Betriebs und den Betrag, der bei den Mitarbeitenden ankommt, schmälern. Zum anderen ist das exakte Erfassen und Verteilen von elektronisch gezahlten Trinkgeldern unter Umständen auch bei modernen Kassensystemen durchaus komplex. Denn Gastronomen sind aufgrund der zahlreichen gesetzlichen Vorschriften verpflichtet, diese Trinkgelder korrekt zu verbuchen und an das Personal weiterzugeben. Und letztlich fehlt Mitarbeitenden bei elektronischen Zahlungen oft der direkte Einblick in die Summe der Trinkgelder. Falls die Servicekräfte nicht mit persönlich zugewiesenen Terminals arbeiten, fällt auch hier zusätzlicher Zuordnungsaufwand an. Bar gegebenes Trinkgeld dagegen bietet eine sofortige und klare Übersicht, wodurch es leichter ist, das Trinkgeld transparent und gerecht zu verteilen. Daher: Fragen Sie Ihre Servicekraft, wie sie ihr Trinkgeld bevorzugt. So machen Sie ihr auf jeden Fall eine Freude.

Hat man einen Anspruch auf eine Preisreduzierung bei einem Langzeitaufenthalt?

Rechtlich gesehen besteht kein Anspruch auf eine Preisreduzierung bei einem Langzeitaufenthalt. Planen Sie aber eine Workation und möchten Arbeit und Urlaub kombinieren, gibt es dennoch Möglichkeiten, einen günstigeren Tarif zu erzielen. Der beste Ansatz ist, direkt mit den favori-

sierten Unterkünften in Kontakt zu treten und nach einem Preisnachlass zu fragen. Viele Hotels und Ferienwohnungen bieten Rabatte an, wenn Sie länger bleiben. Es lohnt sich auch, gezielt auf Buchungsplattformen für Langzeitaufenthalte nachzusehen. Dort finden sich häufig spezielle Angebote. Alternativ können Reisebüros entsprechende Informationen bieten. Tipp: Wenn Sie einen längeren Aufenthalt planen und ein Hotel mit einem günstigen Tarif finden, achten Sie besonders auf die Stornierungsbedingungen. Diese können streng sein und erfordern möglicherweise Vorauszahlungen oder zusätzliche Gebühren vor Ort.

Was muss ich bei Hotelbuchungen mit Hund beachten?

Damit der Hotelaufenthalt für Sie und Ihren vierbeinigen Begleiter angenehm wird, sollten Sie bei der Reiseplanung einige Punkte berücksichtigen. Teilen Sie dem Hotel mit, dass Sie mit einem Hund anreisen. So erfahren Sie frühzeitig, wie die Hundepolitik des Hauses aussieht und ob Hunde willkommen sind. Viele Hotels erheben eine zusätzliche Gebühr für Hunde, um die Reinigungskosten zu decken. Diese Gebühr sollten Sie im Voraus klären. In hundefreundlichen Hotels erhalten Sie häufig Zusatzleistungen. Dazu gehören „Willkommenspakete für Hunde“ mit Leckerlis, Spielzeug und Decken sowie Hundebetten und Futternäpfe. Wenn Ihnen spezielle Leistungen für Ihren Hund wichtig sind, empfiehlt sich die Wahl eines auf Hunde spezialisierten Hotels. Diese Hotels bieten ein umfassendes Serviceangebot und sind bestens auf die Bedürfnisse von Hundebesitzern eingestellt.

AUSGEZEICHNETE GASTGEBER

Gipfelstürmer der Gastfreundschaft

Vom Michelin Stern zum Zertifikat für Nachhaltigkeitsleistungen – das Spektrum der Auszeichnungen, Klassifikationen und Zertifizierungen ist groß. Studien zufolge dienen die Gütesiegel Gästen nach wie vor als wichtiger Kompass bei der Auswahl der Unterkunft. Für die Gastgeber selbst haben sie ebenfalls einen großen Mehrwert.

Für Gastronomen und Hoteliers gibt es viele Gründe, die Qualität des eigenen Betriebs auszeichnen zu lassen. Eine Studie des Deutschen Tourismusverbands (DTV) aus dem Jahr 2022 nennt als Vorteile unter anderem, dass sie dadurch neue Gäste gewinnen, dass sich ihr Image verbessert und der Umsatz steigt. Nicht zu vernachlässigen sind demnach aber auch die Effekte nach innen. Schließen sich Betriebe Qualitätsinitiativen an, verbessert sich oft die Zusammenarbeit im Team, und die interne Qualitätssicherung profitiert.

Es gibt aber noch weitere Vorteile. So hat eine Analyse verschiedener Sparkassen-Tourismusbarometer gezeigt, dass Betriebe, die an Qualitätsinitiativen teilnehmen, auch bessere Bewertungen auf Online-Portalen erhalten – ein wichtiger Faktor, weil der Einfluss der Portale wächst. Fakt ist: Qualitätssiegel genießen in Deutschland weiterhin großes Vertrauen und laut DTV-Studie nehmen die Gäste die Qualitätsunterschiede in den ausgezeichneten Betrieben auch bewusst wahr. Gleichwohl richten sie auch höhere Erwartungen an sie.

Auf den nächsten Seiten nehmen wir das Spektrum der Initiativen, Klassifizierungen und Auszeichnungen genau unter die Lupe. Wir beleuchten etablierte Größen und Senkrechtstarter genau so wie die nächste Generation der „ausgezeichneten Gastgeber“. Wir haben nachgefragt, was sie dafür tun mussten, die Auszeichnung zu erhalten, was sie sich davon erhofft haben – und welche Folgen die Teilnahme für ihre Betriebe hatte. ☺



ALLE VIDEOCLIPS
DER MULTIMEDIA-
REPORTAGE
FINDEN
SIE HIER



#WIESNWIRTEONTOUR

NACHHALTIGE BEWIRTUNG FÜR EIN MILLIONENPUBLIKUM!

Elf Wiesnwirte und ihre Lieferanten

Das größte Volksfest der Welt öffnet am 21. September seine Pforten und begrüßt zum 189-ten Mal Besucher aus Bayern und der ganzen Welt. Im vergangenen Jahr gab es mit mehr als 7,2 Millionen Besuchern einen neuen Wiesn-Rekord. Trotz steigender Zahlen bei den Wiesn-Gängern und Tonnen an konsumierten Lebensmitteln verpflegen die Wirte ihre Gäste dennoch nachhaltig. Sie legen großen Wert auf hohe Qualität und Regionalität bei der Auswahl ihrer Lieferanten. Dass Genuss, Heimatliebe und Umweltschutz kein Widerspruch sein müssen, sondern Hand in Hand gehen, zeigt die Multimedia-Reportage „Wiesnwirte on Tour“.

Stephan Kuffler (Kufflers Weinzelt)

und das Poltinger Lamm aus Niederbayern

Weinwirt Stephan Kuffler besucht die Familie Riederer von Paar auf ihrem idyllisch gelegenen Gutshof in Polting. Die Familie betreibt seit 1899 Ackerbau, Schafszucht, Teich- und Forstwirtschaft und beliefert seit 1970 auch die gehobene Gastronomie mit ihren „Poltinger Lämmern“. Um die Qualität hochzuhalten, hat die Familie viel Freifläche geschaffen, produziert das Futter in Großteilen selbst und legt sehr viel Wert auf eine artgerechte Haltung und stressfreie Schlachtung der Tiere.

Christian Schottenhamel (Festhalle Schottenhamel)

und das Bio-Mehl aus Forstinning

„Der Weg hat sich gelohnt!“ resümiert Christian Schottenhamel vor einem dampfenden Kaiserschmarrn. Denn für diesen und seine Kässpätzten bezieht der Wiesn-Wirt das Bio-Mehl Typ 405 aus der Wolfmühle der Familie Löffl/Nagy in Forstinning bei München. Das traditionelle Müller-Handwerk wird hier bereits seit mehr als 400 Jahren gelebt, das feine Mehl in der Mühle aus ökologischem Getreide aus der Region hergestellt. Bei ihrem Rundgang durch die Traditionsmühle packen Christian und Konstantin Schottenhamel selbst mit an. Mehlstaub inklusive!

Peter Reichert (Festzelt Pschorr Bräurosl)

zu Besuch in den Hermannsdorfer Landwerkstätten

Einen Blick in den Käsekessel und in den Reifekeller darf Wirt Peter Reichert beim Besuch der Rohmilch-Käserei Hubert Stadler in den Hermannsdorfer Landwerkstätten werfen. Der erläutert auch, was die gute Bio-Milch ausmacht, mit der er seine Käsespezialitäten herstellt. „A guade Milli gibt an guaden Kas!“ lautet die Devise beim Besuch des Kuhstalls im brüderlichen Betrieb. Da darf im Anschluss der Brotzeiteller zum Probieren natürlich nicht fehlen!





Silja Steinberg (Hofbräu-Festzelt)

und das CO₂-neutrale Bier aus Riem bei München

Um mehr über die Herstellung des klimafreundlichen Oktoberfestbiers zu erfahren, trifft sich Silja Steinberg mit Hofbräu-Brauerei Direktor Dr. Michael Möller und dem Umweltbeauftragten Sebastian Utz. Utz erklärt: „An erster Stelle steht die Reduktion des Ausstoßes von Klimagasen und an zweiter Stelle Maßnahmen zur Kompensation. In Riem wird die CO₂-Bindung bspw. durch die Renaturierung eines Moores und dem Aufbau von Humus auf Ackerland und in Hopfengärten erreicht und dadurch ein klimaneutrales Wiesn-Bier gebraut, was nicht nur umweltfreundlich ist, sondern auch schmeckt.“ Na dann, Prost!



Peter Inselkammer (Armbrustschützenzelt)

und Bayerische Ochsen aus Biburg bei Fürstenfeldbruck

Wer im Armbrustschützenzelt gerne den „Münchner Sauerbraten“ isst, weiß nun von welchem Hof und Landwirt das Fleisch kommt. Peter Inselkammer überzeugt sich selbst von dem mit „Geprüfte Qualität Bayerns“ zertifizierten Schuster-Hof von Christoph Schuster. Pschorr-Wirt Jürgen Lochbihler erklärt, weshalb er sein Ochsenfleisch genau hier bestellt und wie nachhaltige Planung funktioniert, damit das ganze Tier verwertet werden kann.



Fritz Kustatscher (Fischer-Vroni)

zu Gast bei der Fischzucht Stier in der Oberpfalz

Aufs herzlichste begrüßt wird Wirt Fritz Kustatscher von Alfred Stier und Sohn Josef, die seit 40 Jahren innovative und nachhaltige Ansätze in ihrer Fischzucht verfolgen. Der Zander fürs Oktoberfest wird hier produziert – mit neuem Ansatz der Futterherstellung: Insektenzucht für eine nachhaltige und natürliche Kreislaufwirtschaft. Seine Garnelen bezieht Kustatscher aus der nachhaltigen Garnelenzucht aus Kreislaufanlagen und ist verblüfft über den einzigartigen Geschmack.



Siegfried Able (Marstall Festzelt)

frisches Gemüse für die Wiesn aus Karlsfeld

„Tief beeindruckt“, „stolz“, „einzigartig“ und „sensationell“: Gastronom Siegfried Able kommt aus dem Staunen kaum mehr heraus, als ihn sein Gemüsebauer Franz Kreuzinger durch die Gewächshäuser und über die Äcker des Familienbetriebs führt. Hier wird der „Radi“ (bayerischer Rettich) in großen Mengen extra für die Wiesn gesät und geerntet – ganz ohne Pflanzenschutzmittel. Aber auch Salat und frisches Basilikum bezieht der Gastronom von hier mit Freude, getreu der Kreuzinger-Philosophie „Ackerfrisch auf den Tisch“.



Christian Winklhofer (Festzelt Tradition – Oide Wiesn)

zu Besuch in der Naturkäserei TegernseerLand

Hartkäse, Schnittkäse, Weichkäse, Frischkäse – alles Ergebnisse einer regionalen Produktherstellung vor Bergkulisse. „Vom Gras zum Kas“: die Kühe grasen auf der satten Wiese vor der Käserei und die Milch wird direkt zu Käse weiterverarbeitet. „Das ist unser größter Vorteil, dass wir ein echtes, regionales Produkt haben“ resümiert Florian Hauder von der Naturkäserei, und Christian Winklhofer ergänzt die Bedeutung der regionalen Produkte für die Wiesn „zu wissen, wo es herkommt, das ist eine super Geschichte.“



Andreas Schinharl (Küchendirektor Käfer)

bezieht Schweine aus dem Chiemgau fürs Käferzelt

Auf einem der ältesten Bauernhöfe (8. Jahrhundert) besucht Schinharl den Bauern Florian Reiter, um zu sehen, wie die Schweine auf dem ursprünglich nach bäuerlicher Art geführtem Hof leben. Vom Zuchttier bis zur Schlachtung sollen die Schweine hier ein gutes und würdevolles Leben führen. Schinharl sieht neben der Liebe zum Detail auf dem Hof auch die eigene Verantwortung, die Nachhaltigkeit am Produkt vorzuleben: „Diese Qualität kannst du nicht mit der Massenzucht vergleichen, das sind Welten.“



Mathias Reinbold (Schützenfestzelt)

und die guten Knödel aus der Großmarkthalle

Die Großmarkthalle München: ein Schauplatz einer echten „Knödel-Connection“. Jens Wagner von der Knödel Connection GmbH präsentiert die „GQB“-geprüfte „Knödel-Ware“ der Familie Burgis. Hergestellt aus regionalen Rohstoffen wie der bayerischen Frühkartoffel werden genau diese Kartoffelknödel auf kurzem Wege transportsicher zur Wiesn gebracht. Das überzeugt nicht nur die Knödel-Fans, sondern auch Mathias Reinbold, dessen Familie seit mehr als zwölf Jahren die Knödel bezieht



Steffi Spendler (Löwenbräu Festzelt)

besucht die Münchener Traditionsmetzgerei Magnus Bauch

Seit mittlerweile 70 Jahren verkauft die Metzgerei Magnus Bauch ihre mehrfach ausgezeichneten Fleisch-Spezialitäten mitten in München. Und seit vielen Jahren verbindet die Familie Spendler eine Freundschaft und vertrauensvolle Geschäftsbeziehung zur Familie Bauch. Seine „Schweindel“ bezieht Magnus Bauch aus der Region und beliefert die Wiesn, die nur einen Kilometer entfernt liegt, unter anderem mit „Haxn“, „Würsteln“ und Weißwürsten. ☺



4 FRAGEN

an **Christian Schottenhamel**,
Gastronom und Wiesnwirt der
„Festhalle Schottenhamel“

Die Festhalle Schottenhamel blickt auf eine mehr als 150-jährige Geschichte zurück. Welcher Anspruch hat sie jahrzehntlang als Gastgeberfamilie geeint?

Uns gibt es seit 1867, mittlerweile in der fünften Generation, worauf wir stolz sind. Wir verstehen den Auftrag an uns so, dass wir die Tradition des ältesten Wiesn-Zeltes weiterführen, aber gleichzeitig den Anspruch haben, uns jedes Jahr weiterzuentwickeln und zu verbessern. Vieles sieht der Gast nicht. Das ist das Schöne dran: Es geschieht im Hintergrund.

Manche Stimmen fordern den Bezug von Fleischspeisen ausschließlich aus biologischer Produktion. Was ist Ihre Meinung dazu?

Wir sind für Verbesserungen offen und erkennen, dass die Ansprüche unserer Gäste gestiegen sind. Wir sehen aber auch, dass es keinen „explodierenden“ Trend zu veganen und vegetarischen Produkten gibt, eher ein Trend dazu, dass die Produkte, die ich anbiete, besser sein müssen. Rein ideologische Forderungen nach der Ernährungswende mit Bio finde ich fürchterlich. Für mich ist das Prädikat „Geprüfte Qualität Bayern (GQB)“, wichtig. Bio hat den Anspruch, dass es sich noch mehr um Tierwohl und artgerechte Tierhaltung kümmert. Das ist aber für mich in Bayern

sowieso mit beinhaltet. Wenn ich Rindfleisch in Bio-Qualität aus irgendwelchen Ländern beziehe, fehlt mir die Kette der Nachvollziehbarkeit. Deswegen bevorzuge ich regionale Produkte, gerne in Bioqualität. Ich schimpfe auch nicht auf vegane Speisen, aber ich mag keine Bevormundung. Und es passt nicht zu den Bedürfnissen der Menschen. Die meisten



„ICH WÜRDE MIR WÜNSCHEN, DASS ES SELBSTVERSTÄNDLICH WIRD, SICH MIT ZERTIFIZIERUNGEN, WIE DER „AUSGEZEICHNETEN BAYERISCHEN KÜCHE“ ZU BESCHÄFTIGTEN.“

Besucher wollen einfach ihr Hendl auf der Wiesn. Warum muss eine vegane Weißwurst so tun, also ob sie eine Weißwurst ist, dafür habe ich kein Verständnis. Das ist für mich der falsche Ansatz. Das was in den Mengen machbar und lieferbar ist beziehen wir wirklich gerne in Bio-Qualität, vornehmlich aus Bayern, wie beispielsweise unser Bio-Mehl von der Wolfmühle aus Forstinning. Bio-Vanille aus Sri

Lanka ist für mich hingegen nicht nachhaltig, das passt nicht.

Worauf achten Sie persönlich bei der Auswahl Ihrer Lieferanten?

Wir haben Großlieferanten von denen wir Standardartikel beziehen, aber wir versuchen Fisch, Fleisch und frische Produkte wie Gemüse, Obst und Eier von regionalen Lieferanten zu beziehen, zu denen wir auch ein enges Verhältnis aufbauen. Solange wir für Bioprodukte nicht den Preis nehmen können, den wir aus wirtschaftlicher Sicht benötigen, ist es schwierig, das abzubilden.

Die Wiesn im Jahr 2030: Was wäre für Sie ein erstrebenswertes Ziel und welche Hürden müssen auf dem Weg noch überwunden werden?

Nicht zu viele Änderungen, weil ich glaube, dass die Tradition und das Brauchtum, was wir haben, zu dem Erfolg geführt hat, den die Wiesn auszeichnet. Was das Thema Ernährung angeht, wünsche ich mir, dass die Bezugsquellen und die Lieferanten merken, wo die Trends hinlaufen. Ich würde mir zum Beispiel wünschen, dass es selbstverständlich wird, sich mit Zertifizierungen wie der „Ausgezeichneten Bayerischen Küche“ zu beschäftigen, um hier Angebot und Leistung für die Gäste zu optimieren. ♻️

IM GESPRÄCH MIT BAYERNS NACHWUCHSTALENTEN

DIE JUGEND
ZEIGT, WIE'S
GEHT!

BAYERISCHE
JUGENDMEISTER
2024





Am 2. und 3. Mai 2024 verwandelte sich München in ein pulsierendes Zentrum der gastgewerblichen Exzellenz, als die Bayerischen Jugendmeister im Gastgewerbe gekürt wurden. Diese Auszeichnung ehrt die herausragenden Fähigkeiten und das beeindruckende Engagement der jungen Talente in den Ausbildungsberufen des Gastgewerbes. Offizieller Veranstalter der Bayerischen Jugendmeisterschaften waren der Bayerische Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern und die Städtische Berufsschule für das Hotel, Gaststätten- und Brauergewerbe München. In festlichem Rahmen ehrten die Bayerische Staatsministerin für Unterricht und Kultus, Anna Stolz, sowie die Präsidentin von DEHOGA Bayern, Angela Inselkammer, die siegreichen Nachwuchstalente.

Die Siegerinnen und Sieger der Bayerischen Jugendmeisterschaften 2024 in den gastgewerblichen Ausbildungsberufen heißen Vidun Rossouw (Restaurantfachmann), Veronika Mayer (Hotelkauffrau), Luisa Dörr (Hotelfachfrau) aus dem Hotel Bayerischer Hof, Le Ha Vy Nguyen (Fachfrau für Systemgastronomie) aus der Reiners Gastronomie und John Delbrouck (Koch) aus dem The Charles Hotel.



Im Herbst dieses Jahres werden Luisa Dörr, John Delbrouck und Vidun Rossouw Bayern bei den Deutschen Jugendmeisterschaften vertreten und in den gastgewerblichen Berufen Restaurantfachkraft, Hotelfachkraft und Koch antreten. Im Gespräch mit Gastgeber Bayern teilten sie ihre spannenden Erlebnisse bei den Bayerischen Meisterschaften und gaben Einblicke in ihre vielversprechenden Zukunftspläne.



Gastgeber Bayern: Könntet Ihr Euch kurz vorstellen und erzählen, welchen gastgewerblichen Ausbildungsberuf ihr gelernt habt und was euch motiviert hat, eine Karriere im Gastgewerbe zu verfolgen?

John Delbrouck: Ich habe meine Ausbildung zum Koch im The Charles Hotel in München gemacht. Ich habe immer schon gerne gekocht, auch für andere Leute, und mir hat es immer gefallen, ihnen damit eine Freude zu machen. Dieser Serviceaspekt hat mich immer am meisten gereizt, weil es mir einfach Spaß gemacht hat.





Ehrung für den Nachwuchs (v.l.): DEHOGA Bayern-Geschäftsführer Dr. Thomas Geppert, DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer, Restaurantfachmann Vidun Rossouw, Hotelkauffrau Veronika Mayer und Hotelfachfrau Luisa Dörr (Hotel Bayerischer Hof), Fachfrau für Systemgastronomie Le Ha Vy Nguyen (Reiners Gastronomie), Koch John Delbruck (The Charles Hotel) und Bayerische Staatsministerin für Unterricht und Kultus Anna Stolz

Gastgeber Bayern: Du bist also gerne Gastgeber.

John: Ja, würde ich schon sagen.

Vidun Rossouw: Ich habe den Ausbildungsberuf Restaurantfachmann im Hotel Bayerischer Hof gelernt. Mich hat es motiviert, diese Ausbildung zu machen, weil ich einfach schon sehr lange in dem Beruf bin. Ich bin seit 2017 in der Gastro tätig. Angefangen habe ich im Café als einfacher Servicemitarbeiter. In Biergärten habe ich auch gearbeitet. Dann habe ich mich entschieden, den Beruf richtig zu lernen, mit dem Hintergedanken: „dann kannst du auch später eine Karriere daraus machen.“ Es macht mir Spaß, den Gästen eine gute Zeit zu bereiten und Gastfreundschaft zu zeigen.

Gastgeber Bayern: Teamarbeit ist also auch wichtig für Dich?

Vidun: Natürlich, auf jeden Fall! Ohne ein gutes Team geht nichts. Durch den Beruf konnte ich mich auch persönlich stark weiterentwickeln. Ich war früher schüchterner und bin jetzt viel offener und lerne jeden Tag dazu.

Luisa Dörr: Ich habe im Bayerischen Hof eine Ausbildung zur Hotelfachfrau gemacht. Die Gastronomie wurde mir durch meine Eltern nähergebracht. Sie haben beide jahrelang in der Gastro gearbeitet und auch beide Hotelfach gelernt. Dadurch hatte ich schon immer Kontakt. Mich hat vor allem die Vielfältigkeit des Berufs überzeugt, als ich mich für die Ausbildung entschieden habe. Der Kontakt mit Menschen gibt mir viel.

Gastgeber Bayern: Könnt Ihr euch an einen besonderen Moment, eine Herausforderung oder ein besonderes Ereignis während der Bayerischer Meisterschaften erinnern?

John: Das ganze Ereignis war etwas Besonderes. Am ehesten vielleicht der Moment, als es vorbei war, als man realisiert hat: Ja, jetzt ist es geschafft! Ich war auch mit mir selbst sehr zufrieden. Das war für mich persönlich das Highlight.

Gastgeber Bayern: Noch zufriedener warst Du vermutlich, als du dann die Goldmedaille mit nach Hause nehmen durftest? (lacht)

John: Das war auf jeden Fall auch ein Highlight. Die Siegerehrung war dann schon besonders.

Vidun: Das Zusammenkommen war auch besonders – die ganzen Kollegen, andere Schulen, die da aufeinandertreffen. Es war interessant, zu sehen, wie man im Vergleich zu anderen arbeitet. Besonders war auch, dass wir den VIP-Tisch bedient haben, also die Staatsministerin, Anna Stolz, kennenlernen durften. Es war einfach ein cooles Event!

Luisa: Für mich war das Bankett etwas Besonderes, also der Mittagsservice, wo wir den Tisch mit den Ehrengästen betreut haben. Es hat total Spaß gemacht im Team zu arbeiten, weil wir wirklich alle drei zusammengearbeitet haben: wir beide, Vidun und ich, am Gast und John in der Küche. Es lief super. Die Arbeit am Gast bringt direkte positive Resonanz von den Gästen. Unsere Gäste hatten total Spaß, die Stimmung war schön. Das hat mir am besten gefallen bei der Meisterschaft.

Gastgeber Bayern: Welche Pläne habt Ihr für Eure berufliche Zukunft? Gibt es bestimmte Ziele, die Ihr verfolgt, auch im Hinblick auf die deutschen Jugendmeisterschaften?

John: Ich möchte auf jeden Fall in Richtung Sternegastronomie gehen, also in die gehobene Gastronomie. Die Perfektion macht mir mehr Spaß als die einfache Wirtshausgastronomie, die natürlich genauso wichtig ist. Ich will auch ins Ausland, die Welt bereisen. Das kann man mit dem Beruf super machen. Das sollte man auf jeden Fall nutzen.

Vidun: Berufliche Zukunft? Ich bleibe erstmal in der Gastro, auch wenn ich es schon jahrelang mache. Ich bin momentan auch in der Sternegastronomie tätig. Ich will mich weiterbilden, indem ich den Sommelier mache. Vielleicht baue ich mir in Zukunft etwas Eigenes auf.

Luisa: Ich habe noch keine konkreten Pläne. Die Idee ist auf jeden Fall, mal ins Ausland zu gehen, um das Gastgewerbe dort kennenzulernen.

Ich möchte erst nochmal ein paar Jahre in der Gastronomie arbeiten und die Arbeit in anderen Hotels oder Restaurants kennenlernen, weil ich bisher nur meinen Ausbildungsbetrieb kenne. Studieren möchte ich auch noch. Also ich habe ein paar Ideen, bin mir aber noch nicht sicher.

Gastgeber Bayern: Tipps für zukünftige Auszubildende: Welchen Rat würdet Ihr jungen Menschen geben, die eine Karriere im Gastgewerbe anstreben?

John: Man hört oft, dass die Branche ein hartes Pflaster ist. Das ist teilweise so, aber man sollte es trotzdem durchziehen. Wenn man dafür brennt, dann macht es auch Spaß. Die Momente, die Freude bereiten, sind größer als die, die Bauchschmerzen bereiten. Einfach dabei bleiben, dranbleiben, und dann lohnt es sich am Ende.

Vidun: Ich kann John nur zustimmen. Mein Tipp wäre, viele Praktika zu machen – so sieht man mehr von der Branche.

Luisa: Ich würde mich auch John anschließen. Manchmal muss man die Zähne zusammenbeißen, aber am Ende lohnt es sich. Es gibt Momente, in denen man zweifelt, aber die Erlebnisse und die Leute, die man kennenlernt, holen viel wieder raus. Das alles macht die negativen Seiten wett.

Gastgeber Bayern: Etwas Persönliches zum Abschluss: Seitdem Ihr Profis seid, geht Ihr mit anderen Augen und Gaumen privat essen oder in ein Hotel?

John: Es wäre gelogen zu sagen, dass man es nicht tut. Jeder, der in der Gastro arbeitet, schaut anders auf die Dinge, ob es der Tisch ist oder das Essen. Aber man muss unterscheiden, in welches Restaurant oder Hotel man geht. Im Wirtshaus wird der Schweinebraten nicht so schön angerichtet sein wie in einem 2-Sterne-Restaurant, kann aber trotzdem perfekt schmecken. Insgesamt geht man schon mit einem anderen Blickwinkel ran, aber das macht auch Spaß, weil man den Hintergrund versteht. Man muss unterscheiden zwischen konstruk-

tiver Kritik, die hilft, und unnötigem Nörgeln. Ich lasse jeden sein Ding machen, solange der Laden läuft.

Vidun: Es ist so eine Kellnerkrankheit oder Servicekrankheit. Ich schaue viel zu genau, wie andere es machen, und denke mir: So hätte ich es nicht gemacht. Aber ich beschwere mich nicht. Ich will einfach meine Zeit genießen und schalte dann ab. Wenn ich eine schöne Flasche Wein trinke und das Glas ist nicht poliert oder hat Flecken, sage ich etwas. Bei Kalkflecken ist das okay. Aber man schaut anders. Ich gehe oft mit Gastro-Leuten essen. Köche sind schlimm, was Essen angeht (lacht). Wenn man trotzdem genießen kann, ist es gut. Wenn etwas schwerwiegend ist, spricht man das an. Es ist wichtig, konstruktives Feedback zu geben, ohne die Leute unnötig aus der Ruhe zu bringen.

Luisa: Ja, man geht schon mit anderen Augen ins Restaurant. Es fallen einem mehr Sachen auf, aber man hat auch mehr Verständnis. Wenn es länger dauert, weil das Servicepersonal unterbesetzt ist, versteht man das und wartet lieber, anstatt sich zu beschweren. Man kann auch mal ein Auge zudrücken, wenn man privat da ist und seine Ruhe haben will.

Gastgeber Bayern: Bezüglich der Deutschen Jugendmeisterschaften im Oktober: Seid Ihr schon nervös oder aufgeregt? Freut Ihr Euch?

Vidun: Ich freue mich auf jeden Fall. Ich bin sehr gespannt, wie es abläuft und wie es woanders aussieht in einem großen Hotel. Auch die Kollegen aus anderen Bundesländern zu sehen wird interessant.

John: Ich freue mich darauf. Mal abwarten, welche Anforderungen es geben wird.

Luisa: Selbst wenn wir nicht gewinnen, lustig wird es auf jeden Fall! ☺

Das Interview führten

Lena Jaunik und Catherine Karanja

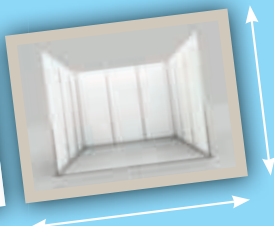
HOGA^W DIE GASTGEBERMESSE

FACHMESSE
Hotellerie Gastronomie & GV

12.-14. Januar 2025
Messe Nürnberg

- INNOVATIV
- VERNETZEND
- NACHHALTIG

Sichern Sie sich jetzt
Ihren Messestand!



HOGA-MESSE.DE

WAS ZERTIFIZIERUNGEN BRINGEN

Gastfreundschaft auf höchstem Niveau

Zertifizierungen, Auszeichnungen, Klassifizierungen: Was steckt hinter den unterschiedlichen Siegeln, warum streben Hoteliers und Gastronomen sie an, und was bringen sie den Betrieben konkret im Alltag? Vier Beispiele geben Antworten auf diese Fragen.

Klassifizierung „Hotelsterne“

am Beispiel: Da'Sparrer – Hotel & Wirtshaus



Das Hotel Wirtshaus Sparrer in Neunburg vorm Wald verzaubert seit über 270 Jahren mit seiner herzlichen Gastfreundschaft – dass man sich hier auf ein hervorragendes Erlebnis einstellen kann, wird durch die „Drei Sterne Superior“-Klassifizierung

transparent nach außen an die Gäste herangetragen. Ein wahres Juwel im Oberpfälzer Wald, das gehobene Hotellerie auf charmante Weise erlebbar macht und die bayerische Wirtshauskultur bewahrt.



Was hat die „Sterne-Klassifizierung“ gebracht?

„Nach umfangreichen Modernisierungen konnten wir auf Anhieb die „Drei Sterne Superior“ Hotelklassifizierung erreichen. Das hat uns geholfen, unseren Wandel vom ehemaligen Gasthof zum modernen Hotel und Wirtshaus erfolgreich zu kommunizieren. Es macht die neue Qualität unseres Hauses nach außen sichtbar und verdeutlicht unseren Gästen, dass sie sich auf erstklassigen Komfort und Service in einem hochwertigen Ambiente verlassen können.“

Klassifizierung „Ausgezeichnete Bayerische Küche“

am Beispiel Giesinger Bräu

Der Giesinger Bräu ist eine Münchner Brauerei mit festen Wurzeln im gleichnamigen Stadtteil, geführt und unterstützt von Liebhabern bayerischer Braukultur. Und was wäre eine echte Brauerei ohne eigenes Bräustüberl? Das Wirtshaus am Stammsitz in der Martin-Luther-Straße 2 trägt dazu bei, die Münchner Wirtshauskultur zu erhalten. Hier kommt zusammen,



was zusammengehört: Mensch und Bier, Brauerei und Geschick, Genuss und Nachhaltigkeit. Mit dieser Philosophie erfüllt das Giesinger Bräu die hohen Standards der Klassifizierung „Ausgezeichnete Bayerische Küche“ und setzt ein Beispiel für kulinarische Exzellenz in Bayern.

Was hat die Klassifizierung

„Ausgezeichnete Bayerische Küche“ gebracht?

„Die Klassifizierung mit der Maximalauszeichnung von 3 Rauten bestätigt in eindrucksvoller Weise unseren Einsatz für maximale

Regionalität, Tierwohl und Verantwortung gegenüber Gästen und Produzenten. Den Weg, den wir bereits konsequent und überzeugt seit vielen Jahren gehen, wird nun nach außen hin sichtbar und erfährt eine besondere Anerkennung. Wir platzieren uns damit in der ersten Reihe von Wirtshäusern, die regionaltypische Küchenkultur mit ernsthafter Nachhaltigkeit kombinieren. Darüber hinaus ist die Auszeichnung eine besondere Wertschätzung für unsere Mitarbeiter, sowohl vor als auch hinter den Kulissen.“

Kennzeichnung „Reisen für Alle“

am Beispiel Waldwelt Skywalk Allgäu



Die Waldwelt Skywalk Allgäu in Scheidegg bietet mit ihrem beeindruckenden Baumwipfelpfad und der Panoraplattform ein unvergessliches Naturerlebnis für die ganze Familie. Als vorbildliches

Beispiel für barrierefreien Tourismus wurde der Park nach den Kriterien von „Reisen für Alle“ gekennzeichnet und erfüllt höchste Standards der Barrierefreiheit, sodass auch Menschen mit Mobilitäts- und Sinneseinschränkungen den Park genießen können.

Was hat die Kennzeichnung „Reisen für Alle“ gebracht?

„Jede Zertifizierung ist eine Chance, aktiv die Perspektive des Kunden einzunehmen. Wo können wir uns noch verbessern? Worin sind wir schon sehr stark? Der Dialog mit der Prüfungskommission schärft das



Bewusstsein im Betrieb für die Bedürfnisse unserer Kunden. Als Integrationsbetrieb ist die Kennzeichnung ‚Reisen für alle‘ ein starkes Zeichen nach innen und nach außen. Es zeigt unseren Besuchern und Gästen und unseren Mitarbeitern, dass uns das Thema Barrierefreiheit enorm wichtig ist und wir uns gerne Zeit dafür nehmen.“

4



beiden Geschäftsführerinnen Johanna Mitterer und Christine Christ beim Thema Ausbildung. Mit frischen Ideen und ganz viel Spaß und Teamgeist begeistern sie Auszubildende für die Bereiche Küche, Hotel und Restaurant. Dass das hervorragend funktioniert, belegt die Zertifizierung als TOP-Ausbildungsbetrieb.



Was hat die Zertifizierung als TOP-Ausbildungsbetrieb gebracht?

„Die Zertifizierung zeigt unseren Einsatz für junge Menschen. Damit wird unser Engagement nach außen sichtbar – ein wichtiger Punkt bei der Gewinnung neuer Fachkräfte. Wir pflegen mit unserem Nachwuchs eine offene und persönliche Beziehung. Die Auszubildenden spüren diese Wertschätzung und sind mit viel Elan und Begeisterung bei der Arbeit.“

Zertifizierung TOP Ausbildungsbetrieb

am Beispiel des Altstadthotels Burghausen

Erfolg mit Geschichte: Das Hotel Post in Burghausen blickt auf 500 Jahre Gastronomietradition zurück. Gar nicht retro ist hingegen der Ansatz der

NACHHALTIGE ZERTIFIZIERUNGEN

„GREENSIGN

WILL WIRKLICH ETWAS VERÄNDERN“

Seit 2015 zeichnet das Greensign-Institut Nachhaltigkeitsleistungen mit dem gleichnamigen Zertifikat aus. Was müssen Hoteliers tun, um es zu erhalten, und warum lohnt sich der Aufwand? Das wollte *Gastgeber Bayern* von Dorothea von Droste vom Hotel am Main in Veitshöchheim sowie von Stephanie Lichtmanegger vom Berghotel Rehlegg wissen.

Dorothea von Droste, Hotel am Main in Veitshöchheim



1. Aus welchem Grund haben Sie sich für die Greensign-Zertifizierung entschieden?

Wir haben uns für Greensign entschieden, da sie in Deutschland eine gute Reichweite haben und Schritt für Schritt nach Europa expandieren, was ideal für unsere Gästegruppe ist. Das Auftreten ist sehr professionell, sympathisch sowie partnerschaftlich. Mir gefällt, dass sie für Nachhaltigkeit einstehen und Tipps veröffentlichen. Man merkt, dass

sie Nachhaltigkeit nicht nur als Möglichkeit sehen, um Geld zu verdienen, sondern etwas verändern wollen.

2. Welcher Aufwand war mit der Zertifizierung verbunden?

Der Zertifizierungsprozess ist gut gestaltet und überschaubar. Er motiviert uns, uns weiter im Bereich Nachhaltigkeit zu engagieren. Besonders gut fand ich, dass große Pakete wie

Leitbild und CSR-Report mit aufgenommen und verpflichtend sind, jedoch ein Jahr zur Umsetzung gegeben wird.

3. Welche konkreten Maßnahmen haben Sie im Betrieb ergriffen?

Im Rahmen der Zertifizierung haben wir neue Ideen gewonnen und klar erkannt, in welchem Bereich noch Handlungsbedarf besteht. Aktuell erstellen wir mit den Mitarbeitern ein Leitbild. Ergebnis der Zertifizierung war auch ein Nachhaltigkeitsplan, der uns im Alltag hilft, den Überblick zu bewahren und die angedachten Punkte in die Umsetzung zu bringen.

4. Welche Vorteile oder Verbesserungen haben sich durch die Zertifizierung ergeben?

Dank des detaillierten Fragebogens im Zertifizierungsprozess haben wir neue Impulse für Verbesserungen erhalten. In den letzten Jahren haben wir Basisarbeit im Bereich Nachhaltigkeit geleistet, wie die Umstellung auf ein Biohotel. Durch den CSR-Report können wir unseren Gästen unser Engagement zeigen. Dies verankert das Thema Nachhaltigkeit stärker bei unseren Gästen und im Hotel.

Stephanie Lichtmanegger, Berghotel Rehlegg



1. Aus welchem Grund haben Sie sich für die GreenSign-Zertifizierung entschieden?

Wir arbeiten seit vielen Jahren sehr nachhaltig und waren auf der Suche nach einem

starken Partner, von dem wir möglichst viel Input bekommen, um noch besser zu werden! Es ist toll, dass GreenSign mittlerweile so groß geworden ist. Dadurch wissen viele Gäste, was die Zertifizierung aussagt.

2. Welcher Aufwand war mit der Zertifizierung verbunden?

Natürlich ist so ein Prozess immer mit einem gewissen Aufwand verbunden. Da wir aber bereits seit 2015 in anderen Unternehmen ähnliche Prozesse durchlaufen haben, war es uns leicht möglich, alle gewünschten Zahlen zur Verfügung zu stellen. Toll war auch der Prüfungsbogen, der bereits vorab selbst ausgefüllt wird. So kommt man schnell drauf, was einem noch fehlt.

3. Welche konkreten Maßnahmen haben Sie im Betrieb ergriffen?

Der Zertifizierungsprozess zeigte, dass wir unsere internen Nachhaltigkeitsschulungen ausweiten können. Außerdem haben wir eine Zeitleiste erarbeitet, die die Umsetzung unserer Maßnahmen für Gäste sichtbar macht.

4. Welche Vorteile oder Verbesserungen haben sich durch die Zertifizierung ergeben?

Vor allem unseren Mitarbeitern ist viel bewusster geworden, was wir alles tun und wie stolz man auf das Erreichte sein kann. Aktuell sind wir an einigen Themen im Einkauf dran. Gerade was Textilien angeht ist der Markt groß.

ÜBER DAS GREENSIGN-INSTITUT



Das GreenSign-Institut bewertet seit 2015 Nachhaltigkeitsleistungen mit einem eigenen Zertifikat. Das ursprünglich für die Hotellerie entwickelte Konformitätsbewertungsprogramm deckt heute weitere Branchen unter Beachtung der jeweiligen Besonderheiten ab. Das GreenSign-Institut bietet ebenfalls die Berechnung eines CO₂-Fußabdrucks für den Betrieb an. Dieser ist neben der eigenen Orientierung häufig im Geschäft mit Firmenkunden gefragt. Das vom Global Sustainable Tourism Council (GSTC) anerkannte Zertifikat GreenSign für Hotels ist in Deutschland Marktführer. Insgesamt befinden sich bereits mehr als 850 Betriebe in der Zertifizierung, hauptsächlich in Deutschland aber auch in weiteren 18 Ländern.



FLUCH UND SEGEN VON STERNEN UND HAUBEN

„EIN MICHELIN STERN BRINGT ANERKENNUNG, ERHÖHT ABER AUCH DEN DRUCK“

Sterne Koch Oliver Röder ist Präsident der deutschen Sektion von Jeunes Restaurateurs (JRE). Der Zusammenschluss junger Spitzenköche steht für kulinarische Höchstleistungen. Im Interview spricht Röder über das Anliegen der JRE, über seine eigenen kulinarischen Vorstellungen – und darüber, wie ein Michelin Stern die Dynamik von Restaurants verändert.

Wer definiert bei Ihnen die Ausrichtung der Restaurantküche?

Zur „Landlust Burg Flammersheim“ gehört nicht nur das Gourmetrestaurant „Bembergs Häuschen“, sondern auch das Gasthaus „Eiflers Zeiten“. Während ich als Patron meinem Küchenchef Filip Czmok in unserem bereits seit zehn Jahren mit einem Michelin Stern ausgezeichneten „Bembergs Häuschen“ den nötigen Freiraum für seine kreative Arbeit lasse, ist das „Eiflers Zeiten“ von der kulinarischen Ausrichtung her genauso, wie ich mir ein klassisches Gasthaus vorstelle. Hier gibt es Klassiker wie Wiener Schnitzel mit knusprigen Bratkartoffeln oder Leber Berliner Art. Bei der Ausrichtung spreche ich mich mit meinem Geschäftspartner Johannes von Bemberg und auch dem ganzen Team ab.

Was kennzeichnet für Sie ein gutes Küchenteam und einen guten Küchenchef?

Ein gutes Miteinander zwischen Küchenchef und Küchenteam zeichnet sich durch Augenhöhe und gegenseitigen Respekt aus. Jeder sollte die Möglichkeit haben, neue Ideen einzubringen, die dann auch umgesetzt werden.

Wo haben Sie den Hut auf und wo geben Sie Arbeit und Verantwortung ab?

Ich spreche mich in fast allen Belangen mit meinem Geschäftspartner und dem Führungsteam ab.

Woran orientieren Sie sich, wenn Sie neue Gerichte erarbeiten oder anbieten?

Neue Gerichte entwickeln wir vor allem saisonal und regional. Dabei achten wir auf frische und qualitativ hochwertige Zutaten. Trends beobachten wir natürlich auch und versuchen, sie in unsere eigene kulinarische Identität zu integrieren. Außerdem sind uns die Wünsche unserer Gäste sehr wichtig und wir nehmen ihr Feedback ernst, um unser Angebot ständig zu verbessern.

Gab es Gerichte, die überraschend gut oder überraschend schlecht bei Gästen ankamen?

Es gab in der Tat einige Überraschungen. Unser „Herrengedeck“ zum Beispiel, eine Ochsenchwanz-Zigarre mit Apfel- und Selleriestaub, kam sehr gut an, obwohl es zunächst ein Experiment war. Es gab auch mal einen Käsegang „Handkäs mit Musik“, den wir in der Küche super fanden, die Gäste jedoch nicht so berauschend.

Was konkret leisten die JRE für ihre Mitglieder? Warum gibt es die Vereinigung?

Die JRE-Deutschland bieten ihren Mitgliedern eine Plattform für Austausch und Weiterbildung. Wir organisieren Schulungen, Events und Workshops, um unser Wissen und unsere Erfahrungen zu teilen. Die Vereinigung existiert, um die kulinarische Tradition zu fördern, Innovationen voranzutreiben und den Nachwuchs zu unterstützen.

Was braucht es eigentlich alles, um eine so hohe Auszeichnung wie den Stern zu ergattern?

Um einen Michelin Stern zu erhalten, braucht es viel Hingabe und Einsatz, Liebe zum Detail und kontinuierliche Qualität. Die Planung ist entscheidend – von der Auswahl der besten Zutaten bis zur perfekten Zubereitung der Gerichte. Wichtig ist auch ein starkes und motiviertes Team, das dieselbe Vision teilt. Alles in allem geht es darum, dass jeder Gast immer wieder ein außergewöhnliches Erlebnis hat, egal wann er kommt.

Was macht es aus für die Küche, das Team, das Restaurant, wenn es einen Stern oder Hauben bekommt?

Ein Michelin Stern bringt Anerkennung und erhöht den Druck, die hohen Standards täglich zu erfüllen. Für das Team bedeutet er Stolz und Motivation, aber auch die Verantwortung, die Qualität ständig zu sichern.

Es gibt Köche, die gezielt auf derartige Auszeichnungen verzichten. Können Sie das verstehen?

Ja, das kann ich verstehen. Auszeichnungen bringen viel Druck und Erwartungen mit sich. Manche Köchinnen und Köche möchten sich lieber ganz auf ihre kulinarische Kreativität und den direkten Kontakt mit ihren Gästen konzentrieren, ohne den zusätzlichen Stress einer Auszeichnung.

Was hat sich persönlich für Sie verändert, seitdem Sie einen Stern bekamen?

Der Stern hat unseren Bekanntheitsgrad erhöht und uns viele neue Gäste gebracht. Mich persönlich hat die Auszeichnung stolz gemacht, aber auch ins Bewusstsein gerufen, welche Erwartungen mit ihr verbunden sind. Es ist eine ständige Herausforderung, die Qualität zu halten und sich gleichzeitig weiterzuentwickeln.

Haben Sternerestaurants es wirtschaftlich leichter als Restaurants ohne Stern?

Ein Michelin Stern kann wirtschaftlich vorteilhaft sein, da er mehr Gäste anzieht und das Renommee steigert. Allerdings steigen auch die Erwartungen und der Druck, was zusätzliche Kosten und Investitionen erfordert. Es ist ein Balanceakt, der sorgfältige Planung und ein gutes Management erfordert. ☒



ZU BESUCH BEI SIMON SCHLACHTER IN DEUTSCHLANDS HÖCHST GELEGENEM STERNERESTAURANT

Vom Bergkind zum Sternekoch

Simon Schlachter ist ein Phänomen. Der in Füssen geborene Allgäuer erkochte sich 2020 nach acht Monaten seinen ersten Michelin Stern – und ist einer der jüngsten Sterneköche Bayerns. Bereits als Zwölfjähriger teilte er seiner Familie mit, dass er bereit sei, sich in Zukunft um den Betrieb zu kümmern.



Blick von der „Blauen Burg“ aus ins Allgäuer Voralpenland.

© Paul Meyer

In der siebten Klasse unterzeichnete er seinen Ausbildungsvertrag am Münchner Hotel Königshof und tat sich mit den vorgegebenen Arbeitsstunden schwer, denn Simon wollte partout keinen Feierabend machen. Simon wollte Koch werden – und das auf hohem Niveau. Zehn Jahre lang lernte er das Handwerk – ausschließlich in Sterneküchen, mitunter in einem Drei-Sterne-Betrieb bei Andreas Caminada im Schloss Schauenstein in Graubünden.

Er besuchte die Hotelfachschule, um seinen Küchenmeister und Betriebswirt zu machen und reiste mit seiner Lebensgefährtin durch die Garküchen Asiens. Wohl wissend, dass er im Anschluss an seine Wanderjahre in den elterlichen Betrieb einsteigen würde. Und das tat er 2017 dann auch und läutete zwei Jahre später den Einstieg der neuen Generation ein.

Gastgeber Bayern trifft Simon Schlachter in einer Kulisse, die malerischer nicht sein könnte: im Ostallgäu auf dem Pfrentner Berg „Falkenstein“. Die Blicke ins Tal und auf die Allgäuer Alpen lassen das Herz höherschlagen. Hier auf 1.250 Metern ist Simon im Hotel- und Restaurantbetrieb seiner Eltern aufgewachsen und hier hat er sich 2017 seinen Traum vom eigenen Gourmetrestaurant „Pavo“ erfüllt und 2019 den Umbau des ehemaligen Burghotels Falkenstein zum „Boutiquehotel Blaue Burg“ eingeleitet.

Simon, kannst Du Dich noch an den ersten Moment erinnern, an dem du realisiert hast, dass du Koch werden willst?

Das war für mich laut Erzählung der Eltern eigentlich schon als Kind klar. Ich bin in einem Gaststättenbetrieb aufgewachsen und habe mit drei Jahren die Backofenklappe runter geklappt, um auf die Höhe des Gasherds zu kommen. Da stand ich dann, habe mir Jamie-Oliver-Serien angeschaut und versucht, die Gerichte nachzukochen. Teilweise ist es etwas geworden, teilweise nicht. Ich bin in der Welt der Gastronomie und mit unseren Gästen aufgewachsen, diese Welt macht mir einfach Spaß. Ich habe keinen eintönigen Job, sondern jeden Tag kommt etwas Neues dazu, ich kann mich weiterentwickeln und Veränderungen mitmachen. Ich sag immer: „Let the show begin!“

Wie war denn deine Schulzeit für dich?

Gut! Ich habe so viel gelernt, dass es für eine Drei minus reicht (lacht). In der siebten Klasse hatte ich bereits meinen Ausbildungsvertrag in München unterzeichnet. Es hieß von Zuhause aus nie, dass ich Koch werden muss, ich hatte die freie Wahl. Aber meinen Eltern war es wichtig, dass ich, wenn ich mich für diesen Weg entscheide, raus gehe und die Ausbildung nicht im elterlichen Betrieb mache.

„Das Pavo ist unser Spaßprojekt und das machen wir so lange, wie es uns Spaß macht!“

Wie sind Du und Dein Team mit der ersten Sterneauszeichnung umgegangen?

Da war schon sehr viel Freude dabei, weil wir innerhalb von acht Monaten den Stern erkocht haben. Wir haben es in Zeiten von Corona über den Facebook-Livestream erfahren. Danach stand mein Telefon nicht mehr still, alle haben gratuliert. Mein Team hatte bis zu dem Zeitpunkt keine Sternenerfahrung und reagierte mit „Oh, sch**Be! Jetzt haben wir einen Stern, was müssen wir jetzt alles verändern!?“ Meine Antwort war: „Nichts! Wir machen so weiter wie gestern.“ Es ist ein Miteinander, und das Pavo ist unser Spaßprojekt.

Der Guide Michelin schrieb über Dich: „Simon Schlachter überzeugt mit seinem modern-kreativen ‚Sharing-Konzept‘. Was steckt dahinter?

Zusammenkommen und sich einfach entspannt berieseln lassen. Wir haben nicht das typische „straighte“ Sterne-Restaurant mit Tischdecke und Tischbesen. Ich habe es oft in anderen Restaurants beobachtet. Der Hauptgang wird eingesetzt, dann wird angestoßen und dann wird es beim Essen im Raum sehr ruhig. Im Pavo pflegen wir ein

„Sharing-Prinzip“. Unsere Gäste tauschen sich aus, während sie essen. Wir bringen 18 Kleinigkeiten in sechs Gängen auf den Tisch. Bei uns wird alles in die Mitte gestellt. Mal hast du dein eigenes Schälchen, mal teilst du. Der Gast soll sich wohl fühlen, probieren und einfach entspannen. Das größte Lob sind die wiederkehrenden Gäste. Und weil unser Konzept eben nicht so steif ist, ziehen wir auch viele junge Leute an. Neulich hatten wir zwei jüngere Gäste, die sind mit dem Fahrrad den Berg hochgefahren, haben sich dann kurz im WC umgezogen und saßen dann bei uns im Pavo. Sowas feiere ich (lacht).

Du bist als 15-Jähriger vom Land in die Stadt gezogen und hast im Anschluss an Deine Ausbildung weitere Sterneküchen, Menschen und Orte kennengelernt. Worauf bist Du im Rückblick bis heute dankbar und worauf bist Du besonders stolz?

Auf den super Kontakt zu allen Küchenchefs, von denen ich lernen durfte. Ich sag immer „Du musst das Haus ordentlich verlassen, denn man sieht sich immer zweimal im Leben.“ Und auch wenn es manchmal nicht einfach war: Am Ende sind wir alle Menschen und alle irgendwie gleich. Ich bin dankbar für meine Lehrjahre, die mich mein Leben lang prägen werden. Mir war klar: Das, was man in der Zeit lernt, ist die Basis, auf die man später aufbaut. In Hamburg beim Ali Güngör müs habe ich viel über Fisch gelernt. In Zürich habe ich die Molekularküche kennen gelernt. In Konstanz habe ich mein Wissen über Fleisch und die Patisserie weiter vertieft. Und egal, welchen Posten ich jetzt in der Küche übernehme: Die Abwechslung macht mir Spaß.

2017 hast Du die kulinarische Leitung Eurer Restaurants übernommen und zeitgleich „einen gewaltigen Komplettumbau“ zur Neugestaltung der Hotelzimmer angeregt. Wie hast Du es geschafft, Deine Familie und Dein Team mitzunehmen?

Ich hatte immer den vollen Rückhalt meiner Familie. Bereits in jungen Jahren durfte ich wirtschaftliche Entscheidungen treffen und bestimmen, welchen Ofen wir kaufen. Es ist

„Du musst das Haus ordentlich verlassen, denn man sieht sich immer zweimal im Leben.“

ein Miteinander, alle bringen Ideen ein und manche setzen sich dann durch. Beim Umbau hatten wir dann hatten eine „brutale“ Baustelle und die Baukosten sind übers Ziel hinausgeschossen. Aber wir haben bewusst entschieden zu investieren. Die Eltern haben meiner Freundin Sabrina und mir die Verantwortung zugetraut und wir haben freie Hand bekommen: „Macht was ihr wollt, solange die Zahlen stimmen, ist doch alles gut.“



Simon Schlachter mit GastgeberBayern-Redakteurin Sonja Ruschke



Das Sternelokal „Pavo“ (lat. „asiatischer Pfau“) wurde nach einem Lieblingstier König Ludwigs II. benannt.

„Ein Chef ist nur so stark wie seine Mitarbeiter.“ Würdest Du diese Aussage bestätigen?

Zu 100 Prozent. Das Wichtigste ist die Crew. Man ist nur so stark wie das Team im Hintergrund. Wir haben eingeführt, ein 13. Monatsgehalt zu zahlen. Ich kann noch so tolle Ideen haben, im Hintergrund brauche ich die Top-Leute, die es auch umsetzen können. Ich bin manchmal auch nicht der Einfachste. Aber die wissen, dass ich dann „meine fünf Minuten“ habe, und danach geht's wieder weiter. Wir stehen jeden Tag acht, neun Stunden zusammen, da muss die Atmosphäre harmonisch sein.

Wie ist es dazu gekommen, dass sich Deine Familie mit dem Burghotel bereits im Jahre 1896 ansiedeln konnte und welche Auswirkungen aus der Zeit König Ludwigs II. spürt Ihr heute noch?



Wir beziehen heute noch unser Wasser durch die von Ludwig erbauten Wasserleitungen und in der Ruine steht der Hochbehälter, der den Wasserdruck ausmacht. Die Straße zu uns hat er damals für die Pferdeutschen angelegt. Wir haben sie später ausgebaut und geteert. Nach wie vor ist die Burgruine ein beliebtes Ausflugsziel und Anziehungspunkt, worüber wir uns natürlich freuen. Die Lage ist einfach top.

„Simon Ludwig Schlachter“: Dein Zweitname verweist ebenfalls auf König Ludwig II. Hast Du Zeit für Müßiggang und Träumereien, oder woher beziehst Du Deine Inspiration?

Am Ende durch die Lektionen meiner Wanderjahre. Irgendwann fängt man dann an, seinen eigenen Stil zu entwickeln. Mir war es immer wichtig, keine Kopie zu sein, sondern mein eigenes Ding zu machen, eine eigene Handschrift reinzubringen. In Südostasien habe ich mit meiner Freundin in Garküchen zugeschaut und an Kochkursen teilgenommen. Es war faszinierend, was die Menschen aus den einfachsten Produkten rausholen. Das hat mich dazu inspiriert, in meiner Allgäuer Küche auch einen asiatischen Touch einzubringen. Das ist modern, lässig, funktioniert, macht Spaß und schmeckt mir und den Gästen auch.

„Habt den Mut und traut euch!“

Was würdest du jungen Menschen raten, die sich überlegen, ob sie den Weg in die Sterne-Gastronomie einschlagen sollen?

Den Mut haben, es zu tun und sich zu trauen! Nicht jeder ist für die Sterne-Gastronomie geeignet, da sollte schon ein grundlegender Wille vorhanden sein und es gibt sicherlich noch die „schwarzen Schafe“, aber in der heutigen Zeit ist der Umgang doch schon deutlich humaner geworden. Die Mischung aus Sterneküche und normaler Küche finde ich sehr wichtig. So lernt man die Basis und darüber hinaus noch mehr. Und auch wenn wir gerne unsere eigenen Talente so lange halten, wie es geht, fördern wir sie und unterstützen sie auch auf ihrem eigenen Weg – vielleicht kommen sie ja in ein paar Jahren wieder zu uns zurück.

Wenn Du Dir einen Wunschgast einladen könntest: Wer wäre es?

Darüber habe ich mir noch keine Gedanken gemacht, für mich sind alle Gäste gleich. Wir haben so tolle Gäste, mir ist das echt wurscht. Ich würde vermutlich die wenigsten Promis unter ihnen erkennen (lacht).

Was macht einen „ausgezeichneten Gastgeber“ Deiner Meinung nach aus?

Ich sehe das so: Der Gast selbst hat es daheim sehr schön. Viele haben in der Coronazeit bei sich umgebaut, die Wohnungen schön gemacht. Der Gast will in ein Hotel kommen und erwartet schon ab einem bestimmten Preis, dass das Hand und Fuß hat. Bei uns im Pavo machen wir uns Notizen und versuchen, die wiederkehrenden Gäste auch in ihren Vorlieben zu bedienen. Und dadurch, dass wir auch ein kleineres Boutique Hotel im Angebot haben, können wir uns so manches erlauben. Zum Beispiel freuen sich die Damen über Föhne von Dyson. Manch ein Ehemann muss dann zu Weihnachten einen entsprechenden Föhn für daheim kaufen – das ist schon oft passiert (lacht). ☺

Infos und Reservierungen:
www.blaueburg.com



© Foto: Vivid Angelo

ZUR PERSON:

2007 startete Simon Schlachters Weg mit der Ausbildung im Restaurant Königshof in München (ein Michelin Stern). Danach folgten über einen Zeitraum von sieben Jahren die Stationen: Le Canard bei Ali Güngörmü, Hamburg (ein Michelin Stern), The Restaurant bei Heiko Nieder im The Dolder Grand in Zürich (zwei Michelin Sterne), Ophelia bei Dirk Hoberg in Konstanz (ein Michelin Stern), Schloss Schauenstein bei Andreas Caminada, Fürstenuau (drei Michelin Sterne) und das Restaurant IGNIV by Andreas Caminada in Bad Ragaz (zwei Michelin Sterne). Seit 2017 ist Simon zurück auf dem „heimischen Berg“ in Pfronten und Chef de Cuisine des Fine-Dining Restaurants „Pavo“ und des Gourmetrestaurants „1250“ mit Alpiner Küche. Seit 2022 ist er Mitglied bei Jeunes Restaurateurs (JRE), der Vereinigung junger Restaurantbesitzer und Köche der gehobenen Gastronomie.

Etwas oberhalb des Betriebs gelegen steht die Burgruine Falkenstein, ein Überbleibsel aus dem Mittelalter. Hier wollte König Ludwig II. seinerzeit ein Schloss im Stile Neuschwansteins errichten, verstarb jedoch vor Baubeginn.

Tipp!

Zum Nachkochen und Nachlesen: 80 Rezepte und spannende Geschichten. Simon Schlachters erstes Kochbuch – **Gipfelgenuss: Meine Allgäuer Küche**, erschienen im Südwest Verlag.

GESPRÄCH MIT FOOD-TREND-EXPERTE HENDRIK HAASE

DIGITAL. VIRAL. BANAL? SO PRÄGT DAS INTERNET UNSERE ESSKULTUR

Tech-Konzerne haben schon lang viel mehr Einfluss auf unsere kulinarischen Gewohnheiten als wir annehmen, warnt Food-Trend-Experte Hendrik Haase im Interview. Technologien wie Künstliche Intelligenz böten Gastronomen aber auch interessante Perspektiven.



MITMACHEN + GEWINNEN

Unter allen Lesern, die bis zum 01.10.2024 eine E-Mail mit dem Stichwort „Food Code“ an gewinnspiel@gastgeber.bayern senden, werden drei Exemplare des Buches Food Code von Hendrik Haase und Olaf Deiningner verlost. Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Zeig mir, was Du isst, und ich sage Dir, wer Du bist.“ Klingt nach Küchenpsychologie? Tatsächlich sind Lebensmittel heute nicht nur Mittel zum Leben. Es sind Identitätsmarker. Wer Oma früher mit Punkerfrisur schocken wollte, provoziert heute eher mit der Aussage „Ich bin Veganer!“

Das Gastgeber Bayern Magazin traf einen, der es wissen muss: Hendrik Haase hat Kommunikationsdesign studiert und ist heute gefragter Autor, Redner und Berater rund um das Thema Esskultur. Er sagt: „Lifestyle definiert sich bei jungen Menschen heute stark über das Essen. Das ist für ältere Generationen manchmal schwierig zu verstehen. Oft führt es zu Konflikten und dem Vorwurf, die Jungen machen alles so kompliziert. Gastgeber und Lebensmittelproduzenten sollten diesen Aspekt jedoch beachten, weil sie sonst mit ihren Produkten und Marketingstrategien die neue Zielgruppe nicht erreichen.“

KOCHSHOWS IM TV, REZEPTINSPIRATION IN ZEITSCHRIFTEN – WELCHEN EINFLUSS HAT DENN DA DIE DIGITALISIERUNG AUF ERNÄHRUNGSTRENDS?

Haase: „Drei bis fünf Stunden Zeit verbringen junge Menschen heute auf Social-Media-Plattformen. Davon die größte Zeit auf Tiktok. Diese App wird heute mehr genutzt als YouTube, Netflix, Facebook oder Instagram. Das hat einen immensen Einfluss auf Konsum und Esskultur. Deswegen spreche ich auch von der „digitalen Esskultur“, deren Einfluss wir bislang noch viel zu wenig berücksichtigen. In den USA zeigen Umfragen: Mehr als die Hälfte der Generation Z lässt sich beim Thema Essen von Tiktok inspirieren. Der besondere Unterschied von Tiktok gegenüber Apps wie Facebook: Der Nutzer sieht Inhalte, die eine KI ihm vorschlägt, nicht die Inhalte der eigenen Freunde. Das kann zu erheblichen Verzerrungen führen.“

TIKTOK – EIN UNTERSCHÄTZTER MANIPULATIONS-POOL?

Haase erahnt das unglaubliche Manipulationspotenzial, dass sich hinter derartigen Platt-

formen verbirgt. Der Algorithmus dieser App kann sich rasend schnell auf die Interessen des Anwenders einstellen. Die Software analysiert im Hintergrund eine ganze Fülle an Aspekten: Was wird angeschaut? Wie lange? In welchem Moment wird der Inhalt gewechselt? Testweise werden neue Inhalte vorgeschlagen, um den Nutzer noch besser einschätzen zu können. So entstehen ganz individuelle „Informationsblasen“, die auch Ernährungsgewohnheiten beeinflussen.

Haase: „Ich bringe dazu mal ein praktisches Beispiel: Wenn ich mich als Mensch gesund ernähren will, sehe ich auf Tiktok Fitnessleute. Einer von denen erwähnt, dass Zuckerkonsum ungesund ist. Ich interessiere mich dafür und bekomme weitere Videos eingespielt. Dort erwähnt dann ein anderer, von Milch bekäme man Krebs. Ich verfolge diesen Informationsstrang und lande bei einem, der behauptet, er isst nur noch eine Banane pro Tag. So führt der Weg unter Umständen rasch in eine Filterblase der Mangelernährung.“

Brisant daran: Weder Verbraucher und Politiker noch Wirtschaftsvertreter sind sich bewusst, welchen immensen Einfluss derartige Plattformen auf unser Konsumverhalten haben.

Haase: „In den USA wird das Thema viel schärfer diskutiert. Das wünsche ich mir hierzulande auch. Ich wundere mich über Aktionen wie jene von Cem Özdemir, der ein Verbot großflächiger Werbeplakate vor Kindergärten fordert. Wenn ich Politiker dann frage: ‚Und was ist mit Tiktok?‘, dann kommt zurück: ‚Wissen wir noch nicht.‘ Plakate interessieren die Generation nicht mehr, die vor schädlichem Konsum geschützt werden soll.“

TECH-KONZERNE UND IHR EINFLUSS AUF UNSERE ESSKULTUR

Frage an den Experten: Wie sollte die Politik mit KI-basierten Informationskanälen umgehen? Was kann sie tun, um mit dieser Entwicklung besser Schritt zu halten?

Haase: „Es fehlt in Wirtschaft und Politik an einem grundlegenden Verständnis für die Macht der Tech-Konzerne auf unsere

Esskultur. Sie können völlig frei agieren. Wir kontrollieren weder ihren Zugriff auf die Zielgruppen noch die dargestellten Inhalte. Digitale Kontrolle braucht es aber – und das entlang der gesamten Lebensmittelkette, bis hinunter zu den Landwirten. Elon Musk kooperiert mit dem Landmaschinenhersteller John Deere. Auch in Bayern fahren deren Traktoren auf Feldern, die mittlerweile voll ausgestattet sind mit digitaler Technik. Den nötigen Internetzugang erhalten die Geräte über das Satellitennetzwerk Starlink, das Musk gehört. Das eröffnet ihm einen ungeheuren Handlungsspielraum. Schlimmstenfalls kann er so die Landmaschinen in Deutschland lahmlegen, wenn ihm etwas nicht passt.“

DIE KÜNSTLICHE KULINARISCHE INTELLIGENZ – EIN JOB-KILLER FÜR DEN KOCH?

Zurück vom Acker in die Küche: Auch hier findet man internetfähige Technik. Haase spricht von der „künstlichen kulinarischen Intelligenz“. Müssen sich Köche Sorgen machen um ihren Job? Es gibt keine Ja-Nein-Antwort auf diese Frage. Was sich aber sagen lässt: Standardisierte Prozesse, wie etwa in der Systemgastronomie, werden künftig vielfach automatisiert ablaufen. Kreatives Kochen können Roboter nicht übernehmen. Sie scheitern bereits an der nötigen Feinmotorik, aber auch am sensorischen Verständnis für Zutaten. Doch KI-Technologie lässt sich auch hier sinnvoll einsetzen. Chips, die nicht nur Temperaturen, sondern auch Gerüche analysieren, können helfen, die Lager- und Kühllogistik effizienter und ressourcensparender zu gestalten. Frühzeitig lässt sich damit erkennen, ob Lebensmittel bald verderben. KI-Tools bieten passende Rezeptvorschläge für einen schnellen Verbrauch.

GIBT ES KONKRETE BEISPIELE, WIE GASTGEBER KI NUTZEN KÖNNEN, UM IHRE GÄSTE GLÜCKLICH ZU MACHEN?

Haase: „Wir erleben eine wahnsinnige Personalisierung unserer Lebenswelt. Die Idee aus der Industrialisierung – ein Auto, ein Stuhl, ein Steak für alle – hatte auch Auswirkung auf das Lebensmittelangebot oder die Gestaltung

WEB-SEMINARE effizient und kostensparend

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

PRÄSENZ-SEMINARE

SEPTEMBER

BODY LANGUAGE	09.09.2024
HILARITAS – die Kunst der heiteren Gelassenheit	10.09.2024
FUTURE SERVICE SELLS – Dienstleistung im Wandel	16.09.2024
Einblick in die Vorschriften	16.09.2024
Kalkulation und Einsparungen im Unternehmen	18.09.2024
Aufzeichnungspflichten im Unternehmen	19.09.2024

OKTOBER

Complaint-Management	07.10.2024
HACCP – im Wandel des Gastgewerbes	07.10.2024
Interkulturelle Kommunikation	08.10.2024
Verkauf von Firmenfeiern & Veranstaltungen	10.10.2024
Eventorganisation im eigenen Betrieb	10.10.2024
GASTGEWERBLICHE BETRIEBSWIRTSCHAFT BAUSTEIN II, Tag 1+2	14.-15.10.2024
GASTGEWERBLICHE BETRIEBSWIRTSCHAFT BAUSTEIN II, Tag 3	17.10.2024
FÜHRUNGS-AKADEMIE IN MEHREREN MODULEN – FÜHRUNGS-KOMPETENZ III	21.-22.10.2024
Qualitäts- und Konfliktmanagement	23.10.2024

NOVEMBER

Einblick in die Vorschriften	05.11.2024
EFFIZIENTERE PROZESSE DURCH DIGITALISIERUNG	06.11.2024
Persönlichkeitsentwicklung für Führungskräfte Teil II	11.11.2024
Erfolgsfaktor Feedback / Management	19.11.2024
HOUSEKEEPING – ZEIT- & SELBSTMANAGEMENT – PRODUKTIVITÄT AUF EINEM NEUEN LEVEL	19.11.2024
Start up – Tipps und Tricks	21.11.2024
Resonanztourismus Teil II	25.11.2024
DIE NÄCHSTE BETRIEBSPRÜFUNG KOMMT GEWISS!	
WORAUF KOMMT ES AN UND WIE KANN ICH MICH DARAUF VORBEREITEN?	28.11.2024

DEZEMBER

Souverän mental	02.12.2024
Geheimnisse echter Kundenbindung	11.12.2024

Veranstaltungsort
Prinz-Ludwig-Palais
Türkenstraße 7
80333 München

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




Alle aktuellen Seminarangebote finden Sie auch hier!

der Speisekarten in Restaurants. Das wirkt heute nicht mehr. Gäste tragen ihre individuellen Wünsche in die Hotels und Restaurants. Gastronomen können dieser Entwicklung auf zwei Arten begegnen: Sie individualisieren ihr Konzept oder beschränken sich auf ein einheitliches hochqualitatives Angebot. Digitale Helfer bieten die nötige Unterstützung, um individuellen Wünschen gerecht zu werden, etwa bei der Koordinierung von Lieferanten, Zimmerbuchungen, Bestellsystemen.“

FOOD-STARTUPS – FREUND ODER FEIND?

Junge Food-Startups bilden oft die Speerspitze, wenn es darum geht, neue Technologien für Konsumenten nutzbar zu machen. Doch sind sie Freund oder Feind traditioneller Betriebe im Gastgewerbe? Haase sieht darin viel positives Potential. Sein Appell: Nehmt Startups ernst! Nicht nur etablierte Startup-Unternehmen, sondern auch kleine Gruppen innovativer Denker. Sein Wunsch: Mehr Möglichkeiten zum Netzwerken zwischen Gastgewerbe und innovativen Startups. Denn Letztere sitzen oft in Städten, wobei sich Betriebe, die von deren Technologie profitieren können, vielfach auf dem Land befinden. „Dabei ist völlig klar, dass hier zwei Welten aufeinanderprallen“, betont Haase. „Startups wollen Veränderung, etwas neu und besser machen. Dass die dann aber keine Ahnung von Landwirtschaft oder einem Wirtshaus auf der Alm haben ist verständlich. Ich will Brücken bauen zwischen innovativen Gründern und Gastgebern. Ich bin überzeugt, dass sich daraus unglaublich wertvolle Synergieeffekte ergeben, um eine traditionelle, regionale Genusskultur zu erhalten. Gerade kleine Betriebe laufen sonst Gefahr, in den Algorithmen oder der neuen Kommunikationskultur – Stichwort Tiktok – nicht mehr vorzukommen.“

GENUSSTREND: ERLEBNISSE ZUM RIECHEN, FÜHLEN, SCHMECKEN

Die Digitalisierung nimmt in unserem Leben, privat wie beruflich, einen enorm großen Raum ein. Das Smartphone ist nie weit entfernt. Wie ein amerikanisches Forschungsunternehmen vor einigen Jahren herausgefunden hat, berühren wir es mehr als 2.600 Mal am Tag, manche sogar mehr als 5.400 Mal. Darin verbirgt sich für Haase eine Riesenchance für die Gastronomie und Hotellerie: „Etwas ganz real zu erleben, zu genießen – dem kommt künftig eine große Bedeutung zu. Ein Restaurant in Berlin zielt genau darauf ab mit dem Motto: ‚Fass dein Essen wieder an.‘ Front Cooking, Schnupperkurse, sensorische Erlebnisse gehen genau in die richtige Richtung und holen den Gast aus seiner digitalen Welt. Für mich ist das ein Zweiklang: Wo kann ich digitaler werden, um Lebensmittel und Arbeitskraft zu sparen? Wo kann ich analoger werden, um meine Gäste zu begeistern? Riechen, fühlen, schmecken, Natur- und Gemeinschaftserlebnisse – das ist das, wonach sich Gäste künftig verstärkt sehnen werden.“ 

ERLEBEN SIE
HENDRIK HAASE LIVE
auf unserem Gastgebertag
am 5. November in Amberg.





STEFAN FUSS GIBT EINBLICKE IN SEINE KÜCHE

„FEIN-HEIMISCHER“ Gemüse!

Die bayerische Küche moderner, feiner und leichter präsentieren, das ist der Anspruch von Stefan Fuß vom Goldenen Stern in Rohrbach. Der Spaß an der Veränderung treibt ihn an – und Nachhaltigkeit ist ihm ein Herzensanliegen.

Küchenchef Stefan Fuß aus dem Wittelsbacher Land bei Augsburg setzt mit seinem Netzwerk lokaler Produzenten konsequent auf regional-nachhaltige Küche – und entwickelt dabei innovative Produkte und Rezepte. Landauf, landab hat er sich dabei mit seiner regionalen Küche und mit seinem innovativen Touch einen exzellenten Ruf erarbeitet. „Wenn Gäste aus dem Ausland kommen, sollen sie die ortstypische Küche wie den klassischen Schweinebraten kennenlernen können“, sagt der junge Wirt, der mit seiner Familie den Gasthof „Goldener Stern“ in Rohrbach bei Augsburg betreibt. „Aber mich treibt auch der Spaß an der

Veränderung an. Es erfüllt mich, neue Gerichte zu entwickeln.“

SCHWEINSHAXE, NEU INTERPRETIERT

Am besten drückt sich Stefans Philosophie wohl in seinen „Pig Wings“ aus. Was zunächst nach Fast Food klingt, ist tatsächlich super-slow: Der Chef pökelt das Innere der Schweinshaxe, gart es zehn Stunden bei 80 Grad, mariniert es mit hausgemachter Sojasoße und backt es schließlich in Tempura aus. Dazu gibt es frisch gehobelten Meerrettich und hausgemachtes Kimchi. Eine revolutionäre Umdeutung eines Gerichts, das bisher nur selten neu interpretiert wurde. Für solche

Kreationen hat Stefan deutsche und bayerische Küchentraditionen analysiert und überlegt, wie er etablierte Gerichte feiner, individueller und interessanter machen kann: „Ich möchte die bayerische Küche moderner, feiner und auch leichter präsentieren“, sagt er und hat dafür wortspielerisch den Begriff „fein-heimische Küche“ geprägt.

KINDHEIT IM WIRTSCHAUS

Die Familientradition des „Goldener Stern“ reicht rund 120 Jahre zurück: „Ich bin die dritte Generation“, sagt Stefan, dessen Großeltern die Gastronomie noch neben der Landwirtschaft betrieben. „Das war damals eher eine

Wirtschaft für Kartenspieler.“ Seine Eltern konzentrierten sich ganz auf den Gasthof, sodass Stefan mit dem Klappern von Geschirr, dem Bratenduft und dem Arbeitsrhythmus der Gastronomie groß wurde.

„Als Wirtshausbub bin ich aufgewachsen“, sagt er. „Es war daher immer klar für mich, dass ich einmal Koch werde.“ Nach der Ausbildung im Restaurant „Herzog Ludwig“ in Friedberg folgten Stationen im Münchner „Tantris“ und im „L’Enclume“ in England, das damals schon zwei Michelin-Sterne hatte. „Ich arbeitete mit Simon Rogan, einem echten Vordenker“, erzählt der Jungunternehmer.

HEIMATLIEBE STATT EXOTIK

Schon früh machte er sich mit einem Cateringbetrieb selbstständig, betreute Veranstaltungen in Tokio, Moskau und im Vatikan. Kein Wunder, dass ihn zeitweise auch die Ferne lockte, doch der Ruf war nie laut genug. „Es hat mich zwischenzeitlich schon gereizt, als Küchenchef in anderen Städten zu arbeiten“, sagt Stefan. „Aber ich habe das Ziel unseres Familienbetriebs nie aus den Augen verloren und es dann strikt verfolgt.“

Die Familie ist auch heute in den Betrieb eingebunden, von Stefans Frau Susanne bis zu seinen Eltern, die hinter dem Tresen und in der Küche aktiv sind. Der Schwiegervater liefert das Fleisch aus der eigenen Jagd. Das ist wichtig für den Gastronomen, der sich ein dichtes Netzwerk aus Zulieferern in der Region aufgebaut hat, von Fisch über Biogemüse bis zum Fleisch.

NACHHALTIGKEIT MIT MENSCHENVERSTAND

Manche Produzenten versorgen ihn exklusiv mit ausgefallenen Zutaten: „Ein Gärtner zieht für uns besondere Gemüsearten, zum Beispiel die Haferwurzel, eine wunderbar nussig schmeckende Vorreiterin der Schwarzwurzel.“ Teilweise entstehen beim gemeinsamen Brainstorming völlig neue Produkte wie das Steber Beef mit einer besonderen Qualität dank einer

bestimmten Haltung und Fütterung. Dabei spielt auch das Thema Tierwohl eine Rolle, wie beim „Steinacher Stroh-Wellness-Schwein“, das in besonders großen, offenen Ställen mit Stroh und sogar Spielzeug aufwächst.

So lobte der „Guide Michelin“ nicht nur die regional-saisonale Küche, sondern vergab auch einen grünen Stern für nachhaltiges Wirtschaften. Stefan selbst drückt es bodenständig aus: „Nachhaltigkeit ist für mich der gesunde Menschenverstand, mit allen Materialien und auch miteinander vernünftig umzugehen und vor allem langfristig zu denken.“ ♻️



DIE NEUE NEUE
„HOCK DI HER-“
PODCASTFOLGE
MIT STEFAN FUSS
GIBT'S HIER





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



GASTBEITRAG VON ISABELLA HREN, VORSTAND DER BAYERISCHEN GASTGEBER AG UND GESCHÄFTSFÜHRERIN DER BTG

PERFEKTE GASTGEBER: *Die Zauberformel des Unvergleichlichen*

Isabella Hren, Vorstand der Bayerischen Gastgeber AG und Geschäftsführerin der BTG, über das Wohlbefinden der Gäste von heute und darüber, wie unvergessliche Erlebnisse entstehen.

Viele lieben es, Gastgeber zu sein. Gäste schwärmen, wenn sie von Erlebnissen berichten meist zuerst von herzlicher, authentischer Betreuung. Doch was genau macht den perfekten Gastgeber aus? Wir beleuchten die wichtigsten Merkmale und Fähigkeiten, die einen exzellenten Gastgeber definieren, und warum diese so entscheidend für den Erfolg in der Dienstleistungsbranche sind.

Zuallererst liebt ein perfekter Gastgeber, was er tut, und diese Leidenschaft spüren auch die Gäste. Die Bereitschaft, jederzeit das Beste zu

geben und auch darüber hinaus für die Gäste da zu sein, zeichnet einen engagierten Gastgeber aus. Im Wort „Gastgeber“ steckt bereits eine wunderbare Definition – dem Gast zu geben, seine Erwartungen zu erfüllen, im Bestfall sogar zu übertreffen. Erwartungen sind so unterschiedlich wie die Menschen selbst. Deshalb ist es wichtig die Brille der Gäste aufzusetzen und das eigene Angebot sowie die gebotenen Leistungen aus deren Blickwinkel zu betrachten. Das gilt ebenfalls für strategische und konzeptionelle Entscheidungen oder Investitionen.

KREATIVITÄT UND INNOVATION

Dabei stets auf das Feedback der Gäste, schriftliche Rückmeldungen und Online-Bewertungen zu achten, ist ein gewichtiger Erfolgsfaktor. Beispielsweise hat man als Unternehmer vielleicht den Eindruck, die in die Jahre gekommenen Stühle erneuern zu müssen, weil man sie selbst jeden Tag sieht und ihrer überdrüssig ist. Bei strukturierter Prüfung der Gästekommentare stellt sich jedoch heraus, dass diese in keiner einzigen Bewertung negativ kommentiert wurden und die Gäste sie mitunter sogar als charmant oder als Markenzeichen wahrnehmen. Eine Investition in neue Stühle hätte also keinen Mehrwert für die Gäste, die wiederum andere Punkte vermehrt angeführt haben, die verbesserungsfähig wären. In einer Branche, die ständig im Wandel ist, ist es wichtig, innovativ zu sein und frische Ideen einzubringen. Perfekte Gastgeber haben ein Gespür für Trends und entwickeln neue Konzepte, um die Gäste zu begeistern. Sei es ein thematisch gestalteter Abend, eine besondere Eventveranstaltung oder ein exklusives Menü – Kreativität hilft dabei, sich von der Konkurrenz abzuheben und den Gästen ein einzigartiges Erlebnis zu bieten.

DIE ZAUBERFORMEL DER UNVERGLEICHLICHEN 3: EMPATHIE, HERZLICHKEIT UND ACHTSAMKEIT FÜR DETAILS

Perfekte Gastgeber sind äußerst aufmerksam und achten auf die kleinsten Details. Sie wissen, dass es oft die kleinen Dinge sind, die



den Unterschied ausmachen. Ob es sich um die genaue Temperatur des Zimmers, die bevorzugte Sitzgelegenheit im Restaurant oder die Lieblingsspeise eines Stammgasts handelt – ein guter Gastgeber nimmt diese Details wahr und setzt sie um. Diese Präzision zeigt den Gästen, dass sie geschätzt und respektiert werden. Herzlichkeit ist nicht nur eine Frage des Auftretens, sondern zeigt sich auch in kleinen Gesten, wie einem persönlichen Gespräch oder einer unerwarteten Aufmerksamkeit, denn auch Großzügigkeit wird von Gästen sehr geschätzt und meist auch positiv hervorgehoben, beispielsweise in den sozialen Medien. Ein exzellenter Gastgeber versteht es, auf die Gäste zuzugehen, sowohl verbal als auch nonverbal zu kommunizieren. Eine offene Körperhaltung, Blickkontakt und ein höflicher Umgangston tragen maßgeblich dazu bei, dass sich Gäste wohl und willkommen fühlen. Zudem sollte ein Gastgeber immer ein offenes Ohr für Feedback haben, sei es positiv oder negativ.

PROBLEMLÖSUNGSFÄHIGKEIT UND FLEXIBILITÄT

In einer Welt des Individualismus, in der im Alltag vieles nach Plan laufen muss, ist es von unschätzbarem Wert, wenn sich die Gastgeber für die Herausforderungen und besonderen Anliegen ihrer Gäste verantwortlich fühlen und mit Flexibilität aktiv individuelle Lösungen anbieten. Das ist ein hoher Bindungsfaktor und unterscheidet die privaten Gastgeber von den Kettenhotels sowie Systemrestaurants, deren Betreiber überwiegend nach Handbuch und Checklisten arbeiten.


QUALITÄTSBEWUSSTSEIN UND PROFESSIONALITÄT

Gute Gastgeber setzen auf Qualität. Doch wie definiert der Gast Qualität? Er vergleicht automatisch, und oftmals unbewusst, seine Erwartungshaltung vor dem Besuch mit dem tatsächlich Erlebten. Deshalb ist es entscheidend, den Außeneindruck auf Printmaterialien, Bildern, Webseiten und in den sozialen Medien stets professionell und authentisch zu gestalten. Dasselbe gilt für aktuelle Informationen, zum Beispiel auf Speisekarten. Bekannte Siegel und Zertifizierungen erhöhen die Wahrnehmung und das Qualitätsempfinden der Gäste.

TEAMFÄHIGKEIT UND FÜHRUNGSQUALITÄTEN

Gastgeber ist man nicht allein. Selbst als Unternehmer ist man Teil eines Teams für das es ein angenehmes Arbeitsumfeld zu schaffen gilt, in dem Wertschätzung und gegenseitiger Respekt dominieren. Eine Atmosphäre in der sich Gäste wohlfühlen, ist geprägt von guter Stimmung, die das Team automatisch ausstrahlt. Das gelingt meist nur nachhaltig, wenn Abläufe und das Miteinander gut organisiert sind. Somit könnte man sagen: ein guter Gastgeber ist, wer im Betrieb viele gute Gastgeber vereint und somit auch ein exzellenter Arbeitgeber mit Führungskompetenzen ist.

FAZIT

All die beschriebenen Fähigkeiten tragen dazu bei den Gästen ein unvergleichliches Erlebnis zu bereiten und sie dazu zu bringen immer wiederzukommen. In einer Branche, die von Menschen lebt sind es die perfekten Gastgeber, die den entscheidenden Unterschied machen und die Grundlage für den Erfolg eines jeden Hauses bilden. 

DIENSTLEISTUNGEN DER BAYERN TOURIST GMBH

ZERTIFIZIERUNGEN & KLASSIFIZIERUNG

QUALITÄT MACHT DEN UNTERSCHIED

- Hotelsterne
- Ausgezeichnete Bayerische Küche & Bierkultur
- Motorradfreundliche Betriebe
- iMarke Zertifizierung für Tourist Informationen
- ServiceQualität Deutschland
- Wohlfühl-Siegel
- Reisen für Alle

QUALIFIKATION

AUS- UND WEITERBILDUNGSPROGRAMM

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

KOOPERATIONEN

STARKE PARTNER AN DER HAND

- Qualitätsgeprüfte Partnerfirmen
- Gewinnbringende Kooperationen
- Innovationen und Informationen
- Veranstaltungen
- Vorteile auf einen Blick:
www.dehoga-branchenpartner.bayern

BERATUNGS-SERVICE

MEHR WISSEN, MEHR ERFOLG

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

aroma*tisch*

bombas*tisch*

fantas*tisch*

kosmopolit*tisch*

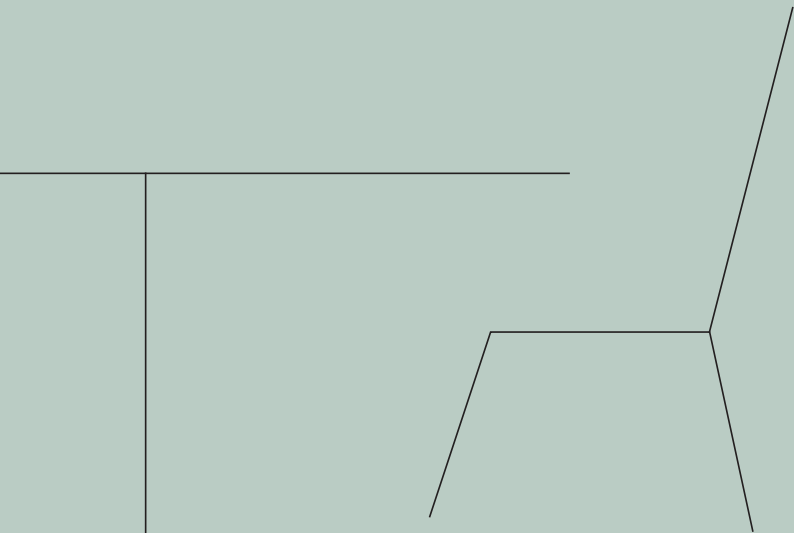
empath*tisch*

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

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

Jetzt mitmachen!
Weitere Informationen
unter misch-tisch.de

MISCH*tisch*
www.misch-tisch.de



„ZEIT FÜR FLEISCH“

FRISCHE-EVOLUTION: SO DENKT KRÖSWANG SEIT 50 JAHREN LEBENSMITTELHANDEL NEU

Kröswang feiert heuer 50-jähriges Firmenjubiläum. Als einer der innovativsten Lebensmittelhändler Österreichs hat die Firma die die qualitativ besten Produkte im Angebot und bleibt dabei trotzdem preislich konkurrenzfähig.

Kröswang ist anders. Das erkennt sofort, wer die Firmenzentrale in Grieskirchen ansteuert.



Denn sie ist nicht etwa in einem nüchternen Industriegebiet zu finden, sondern in einem typischen Vierkanthof aus dem Jahr 1762. Umgeben von ausufernden Feldern, einem eigenen Wald und vielen anderen Bauernhöfen hatte Manfred Kröswang senior hier in den 1970er Jahren die Idee, seinen landwirtschaftlichen Betrieb um eine Hendlmast zu erweitern.

Bereits die ersten Kröswang-Kunden wurden direkt mit dem LKW beliefert. Schon die Ursprünge des Unternehmens sind somit eng mit allem verknüpft, was Kröswang heute noch ausmacht: Direkte Zustellung bis ins Kühlhaus, Liefertreue und höchste Ansprüche an Frische und Qualität. Denn schließlich wurde das Unternehmen vom landwirtschaftlichen Lebensmittel-Produzenten zum Händler.

„Die Qualitätskontrolle bei Artikellistungen ist bei Kröswang viel anspruchsvoller als zum Beispiel in C&C-Märkten“, erklärt Manfred Kröswang, der heutige Firmenchef. „Unsere Kunden sehen die Ware beim Einkauf nicht. An der Qualität der Produkte und an der Liefertreue dürfen deshalb nie Zweifel aufkommen“, unterstreicht er, wie viel wichtiger das Kröswang Qualitätsversprechen für die Zufriedenheit der Kunden bei einem reinen Zustellgroßhändler ist.

Das ist auch einer der Gründe, warum Kröswang derzeit erneut mit einer Innovation aufhorchen lässt. Unter dem Motto „Zeit für Fleisch. Aus Österreich“ bietet Kröswang 500 Produkte aus der gesamten Bandbreite an österreichischem Frischfleisch an. Das Besondere daran: Gastronomen können im gesamten Liefergebiet bis 12 Uhr bestellen und werden bereits am nächsten Tag bis 12 Uhr beliefert. „Möglich wird das durch ein einzigartiges Logistiksystem, durch das wir direkt auf die Lager österreichischer Top-Produzenten zugreifen können“, erklärt dazu Eigentümer Manfred Kröswang.



Zeit für Frische

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

Frische bringt's.

IM GESPRÄCH MIT DR. MARC MAISCH, FACHANWALT FÜR IT-RECHT

„JEDES UNTERNEHMEN BRAUCHT EINEN IT-ERSTHELFER“

Schwache Passwörter, mangelnde Sensibilisierung für Phishing-E-Mails, veraltete Software und der Glaube, dass einem selbst schon nichts passieren wird: Die Liste der schlechten Gewohnheiten in Sachen IT-Sicherheit ist lang. Kein Wunder, dass der Fachanwalt für IT-Recht, Marc Maisch, den Menschen als größte Schwachstelle bezeichnet. Dennoch macht er im Interview auch Hoffnung: Wer ein paar Grundregeln beachtet, kann das Risiko eines Angriffs drastisch senken.

Herr Maisch, welche Fehler sollten Unternehmen oder ihre Mitarbeiter in Bezug auf IT-Sicherheit vermeiden?

Der größte Fehler ist, zu glauben, dass nichts passieren wird oder dass die IT-Lösung eines lokalen Systemhauses dauerhaft sicher ist. Angriffe entwickeln sich täglich weiter, vor allem durch die Fortschritte in der Künstlichen Intelligenz. Es geht nicht nur um Identitätsdiebstahl, sondern auch um Dinge wie „Voice Cleaning“. Dabei ruft jemand an und ahmt die Stimme eines Geschäftsführers nach. Uninformierte Mitarbeiter, besonders an der Rezeption, sind dabei besonders gefährdet.

Was sind Ihrer Meinung nach die größten Schwachstellen in der IT eines Unternehmens und warum?

Der Mensch ist die größte Schwachstelle. Phishing-E-Mails sind das größte Einfallstor



für Cyberkriminalität, oft um Bankdaten zu stehlen. Menschen tendieren dazu, schwache Passwörter zu verwenden, und das nutzen Täter aus. Ein weiteres Problem ist die veraltete Software, die immer noch eingesetzt wird, weil Investitionen gescheut werden. Technische Schwachstellen wie unzureichende Netzwerksicherheit und fehlendes Rechte- und Rollenkonzept verschärfen die Situation. Ein Azubi sollte keine Adminrechte haben. Auch fehlendes Patchmanagement und Sicherheitsrichtlinien sind große Schwachstellen.

Welche Sicherheitsmaßnahmen empfehlen Sie für Unternehmen?

Die Schulung der Mitarbeiter ist entscheidend. Passwörter sollten nur einmal verwendet und regelmäßig ausgetauscht werden. Ein Passwortmanager kann helfen. Technik muss aktuell sein. Betriebssysteme, die keine Sicherheitsupdates mehr bekommen, sollten ersetzt werden. Regelmäßige Backups sind essenziell, idealerweise in der Cloud. Jedes Unternehmen braucht einen IT-Ersthelfer und einen Notfallplan, ähnlich wie bei der Brandbekämpfung.

Gibt es rechtlich bindende Vorgaben für Unternehmen in Bezug auf IT-Sicherheit?

Ja, die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) enthält Mindestanforderungen an die Datensicherheit. Der BSI-Grundschutzkatalog [Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik, Anm. d. Redaktion] bietet detaillierte Empfehlungen, ist aber freiwillig. Große Unternehmen und kritische Infrastrukturen unterliegen strengeren Vorschriften wie der NIS-2-Richtlinie, die zum Beispiel jährliche Schulungen für Geschäftsführer vorschreibt.

Können Sie einen skurrilen Vorfall aus Ihrer Arbeit erzählen?

Eine Frau hatte alle wichtigen Daten in einem E-Mail-Postfach gespeichert, das sie mit Platzhalterdaten registriert hatte, nämlich als Frau Musterfrau in Musterhausen und so weiter. Als ihr Account gehackt wurde, konnte

sie sich nicht mehr einloggen, und alle Daten waren verloren. Außergerichtlich haben wir uns daran die Zähne ausgebissen. Denn wie sollten wir denen erklären, dass wir „Frau Musterfrau“ vertreten, obwohl sie eine echte Identität hat? Das zeigt, wie wichtig echte Daten und eine Recovery-Strategie sind. Zwei-Faktor-Authentifizierung ist ebenfalls unerlässlich, besonders für wichtige Accounts wie E-Mail, Social Media und Online-Banking.

Was wollen Hacker erreichen, und warum sollten Unternehmen sich schützen?

Im Wesentlichen geht es immer um Geld. Entweder durch direkten Zugriff auf Bankkonten oder durch Erpressung. Täter könnten auch über Social Media an sensible Informationen gelangen und diese zur Erpressung nutzen. Unternehmen sollten ihre Mitarbeiter nicht nur im geschäftlichen, sondern auch im privaten Bereich schulen, da das Privatleben Einfluss auf die Sicherheit am Arbeitsplatz hat.

Was tun bei einem Cyberangriff?

Zuerst Panik vermeiden. Das Problem identifizieren und isolieren, eventuell das Netzwerk vom Internet trennen. Ein Incident Response Team kontaktieren und den Vorfall dokumentieren. Der Schaden muss bewertet und die Bedrohung beendet werden. Behörden müssen bei Datenschutzverletzungen innerhalb von 72 Stunden informiert werden. Prävention durch regelmäßige Übungen und Schulungen ist entscheidend, um vorbereitet zu sein.

Wie hat sich die Bedrohungslage in den letzten Jahren verändert?

Vor zehn Jahren wurden mehr große Unternehmen angegriffen. Heute sind auch kleine Betriebe betroffen. Cybercrime ist ein Geschäftsmodell geworden, und Angriffe können über das Darknet gebucht werden. Die Pandemie hat den Tätern Zeit gegeben, neue Methoden zu entwickeln. Heutzutage werden auch Bewerbungsschreiben als Word-Dokumente verschickt, die Schadsoftware enthalten können.

kumente verschickt, die Schadsoftware enthalten können.

Sind jüngere Menschen gewiefter im Umgang mit IT-Sicherheit?

Jüngere Menschen sind oft ein größeres Risiko, da sie hauptsächlich mit Handys aufgewachsen sind und wenig Erfahrung mit PCs haben. Sie sind oft Betrugsopfer im Internet, da sie daran gewöhnt sind, dass alles online und ohne menschlichen Kontakt funktioniert. Ältere Menschen haben mehr Geld auf dem Konto und werden deshalb häufiger Opfer von Anlagebetrug.

Wie kann man die Sensibilisierung für IT-Sicherheit verbessern?

Sensibilisierung muss unterhaltsam und praxisnah sein. Wir halten Vorträge in Betrieben für Geschäftsführer, Mitarbeiter und Azubis, um das Bewusstsein zu schärfen. Schulungen sollten humorvoll und praxisnah gestaltet werden, damit die Teilnehmer nicht das Interesse verlieren.

Haben Sie selbst einmal einen IT-Fehler gemacht?

Ja, bei einem Penetrationstest wurden meine Instagram-Zugangsdaten unverschlüsselt im Browser gefunden. Das zeigt, wie wichtig Zwei-Faktor-Authentifizierung ist. Man muss sich ständig fragen, was als nächstes passieren könnte, und darauf vorbereitet sein. 🛡️

ZUR PERSON:

Dr. Marc Maisch ist Rechtsanwalt und Fachanwalt für IT-Recht in seiner Kanzlei in München (www.maisch.law). Er berät im IT- und Datenschutzrecht und unterstützt Unternehmen bei der Prävention und Abwehr von Cybercrime. Dr. Maisch ist Gründer der Plattform www.datenklaue-hilfe.de, ist regelmäßig als Cybercrime-Experte im Fernsehen zu Gast und hält spannende Vorträge über die kriminellen Maschen der Täter aus dem Darknet.



WAS ONLINE-BEWERTUNGEN BEWIRKEN

VOM GAST ZUM MARKENBOTSCHAFTER: DIE MACHT DER BEWERTUNGEN IM HOTEL ONLINE-MARKETING

Carolyn Schuhmann von der Agentur Online Birds erklärt, welche Macht Online-Bewertungen von Hotelgästen mittlerweile entfalten – und wie Gäste zu authentischen Markenbotschaftern werden.

Warren Buffett, einer der reichsten Menschen der Welt, sagte einst: „Es braucht 20 Jahre, um eine Reputation aufzubauen und nur fünf Minuten, um sie zu ruinieren.“

Wenn Sie das im Hinterkopf haben, werden Sie die Dinge anders machen.“ Dieses Statement bestätigt sich auch in der Hotellerie, in der Online-Bewertungen den Erfolg eines Hotels maßgeblich beeinflussen können. Studien zeigen, dass 81 Prozent der Reisenden regelmäßig Bewertungen lesen, bevor sie ein Hotel buchen. Entsprechend sind Bewertungen ein unverzichtbarer Vertrauensfaktor, der durch die persönlichen Erfahrungen anderer Gäste Sicherheit bei der Hotelbuchung vermittelt.



Um dieses Bewertungsvertrauen gewinnbringend zu nutzen, sollte es für Hotels unerlässlich sein, ein systematisches Reputationsmanagement zu etablieren. So kann die Online-Wahrnehmung der Marke kontrolliert, analysiert und beeinflusst werden. Zu „online“ zählen in diesem Fall Social Media, Google-Ergebnisse, Blog-Posts, branchenspezifische Nachrichtenseiten wie auch Bewertungsportale. Um die Online-Positionierung eines Hotels nachhaltig zu verbessern, sollten außerdem Bewertungen zufriedener Gäste gesammelt, beantwortet sowie geteilt werden – beispielsweise durch Veröffentlichung auf der eigenen Website. Auch eine Bewertungs-Analyse sollte stets durchgeführt werden, um Stärken und Schwächen zu identifizieren, Feedback intern zu teilen und Anpassungen vorzunehmen.

Weiterhin ist zu beachten, dass Online-Bewertungen nicht nur das Vertrauen potenzieller Gäste beeinflussen, sondern auch einen Anteil von etwa 17 Prozent zum lokalen Suchmaschinen-Ranking beitragen und somit die Sichtbarkeit im Netz erheblich erhöhen. Eine bedeutende Alternative zu Bewertungsplattformen stellen soziale Medien wie Instagram und TikTok dar. Hier können Gäste zu authentischen Markenbotschaftern werden, die durch reale Erlebnisse die Reichweite und Glaubwürdigkeit eines Hotels erhöhen. Mit einer Kombination aus Bewertungsportalen und sozialen Medien können Hotels ihre Online-Präsenz und das Vertrauen potenzieller Gäste signifikant stärken.



GASTRO-TRENDS

HOGA 2025

BAYERNS GASTGEBER-MESSE IM ZEICHEN VON INNOVATION UND GASTLICHKEIT

Die Vorbereitungen für die HOGA 2025 laufen auf Hochtouren. Vom 12. bis 14. Januar 2025 findet Bayerns Gastgeber-Messe in der Messe Nürnberg statt. In vier Hallen präsentieren Aussteller aus den Bereichen Hotellerie, Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung ihre neuesten Angebote und Lösungen. Partner wie die BÄKO Franken-Oberbayern Nord, der Bund Deutscher Innenarchitekten (bdia) und Branchenverbände gestalten das vielfältige Angebot mit. Fachlicher Träger der Messe ist der DEHOGA Bayern.

An allen drei Messetagen wird die HOGA von der FOODSpecial des Service-Bundes begleitet. Die HOGA bietet Besuchern alles, was sie für ihre tägliche Arbeit benötigen. Experten diskutieren aktuelle Herausforderungen der Branche, während Workshops, Diskussionsrunden, Vorträge und Kochshows das Messeerlebnis abrunden.

In den Bereichen Food & Beverage, Gastlichkeit, Interieur und Küchentechnik sowie Dienstleistung, IT-Lösungen und Start-ups

präsentieren sich innovative Lösungen und Produkte für die Gastronomie. Trendthemen wie regionale Spezialitäten, vegetarische oder vegane Ernährung sowie digitale Innovationen stehen dabei im Fokus.

GASTRO INNOVATION AWARD 2025

Der Gastro Innovation Award geht in die nächste Runde: Interessierte Start-ups und Unternehmen können sich ab sofort mit ihren innovativen Ideen für das Gastgewerbe unter wettbewerb@hoga-messe.de bewerben.

Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus



AKTUELLE TERMINE DES STAATSMINISTERIUMS

15. August bis 30. September 2024:

Zwetschgenwochen in der Fränkischen Gastronomie (<https://feinesausfranken.de>)

8. September 2024: „Fest der Nationen“, Spezialitätenmarkt im Innenhof des Landwirtschaftsministeriums, Ludwigstraße 2, München (Öffnungszeiten: 10.00-17.30 Uhr, Eintritt kostenlos)

10. Oktober 2024: 3. Treffen der kulinarischen Schatzbewahrer mit dem Schwerpunkt Alte Getreidesorten

25. November 2024: Gastroregio Tag (www.kern.bayern.de/gastroregiotag)



Trinkst was mit?

Entdecke
die Sinalco
Geschmacks-
vielfalt.

Oder willst
du weitermachen
wie bisher?



GASTGEBER BAYERN

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

IHR KONTAKT ZUM DEHOGA BAYERN

BEZIRKS- UND REGIONALGESCHÄFTSSTELLEN

Bezirksgeschäftsstelle Oberbayern

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

Bezirksgeschäftsstelle Niederbayern

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

Bezirksgeschäftsstelle Oberpfalz

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

Bezirk Oberfranken

Regionalgeschäftsstelle Franken

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

Bezirksgeschäftsstelle Mittelfranken

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

Bezirksgeschäftsstelle Unterfranken

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

Bezirksgeschäftsstelle Schwaben

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

LANDESGESCHÄFTSSTELLE

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

AUSSENDIENST



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



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



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



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



Herbert Bittner
Oberpfalz & nördl. Niederbayern
h.bittner@dehoga-bayern.de
Tel. +49 160 90956334



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

IMPRESSUM

Gastgeber Bayern
Das Magazin für Gastronomie und Hotellerie

Hier finden Sie uns online:
www.gastgeber.bayern

Herausgeber:

Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband
DEHOGA Bayern e.V.

Prinz-Ludwig-Palais | Türkenstr. 7
80333 München
Telefon: 089 / 28760-0
Telefax: 089 / 28760-111
E-Mail: info@dehoga-bayern.de
Internet: www.dehoga-bayern.de

PresseCompany GmbH
Kommunikationsagentur

Reinsburgstr. 82
70178 Stuttgart
Telefon: 0711 / 23886-27
Telefax 0711 / 23886-31
E-Mail: info@pressecompany.de
Internet: www.pressecompany.de

Preis:

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

Chefredaktion:

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

CvD:

Johannes Ohnesorg (jo), Tilman Baur (tb)
Reinsburgstr. 82 | 70178 Stuttgart

Redaktion:

Melanie Walz (mw), Karolina Wojdyla (kw),
Juliane Jerin (jj), Verena Jäger (vj),
Lena Jaunik (lj), Sonja Viktoria Rüsckhe (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 Ver-
wertung außerhalb der durch das Urheberrechtsge-
setz festgelegten Grenzen ist ohne Zustimmung des
Herausgebers unzulässig. In der unaufgeforderten
Zusendung von Beiträgen und Informationen an
den Herausgeber liegt das jederzeit widerrufliche
Einverständnis, die zugesandten Beiträge bzw.
Informationen in Datenbanken einzustellen, die vom
Herausgeber oder von mit diesem kooperieren-
den Dritten geführt werden. Mit dem Namen des
Verfassers gekennzeichnete Beiträge stellen nicht
unbedingt die Meinung der Redaktion dar. Beiträge
in unserer Zeitschrift, in denen speziell Erzeugnisse
von Firmen besprochen werden, dienen lediglich der
Information unserer Leser, um sie über Neuheiten
auf diesem Gebiet aufzuklären. Eine Garantieer-
klärung für Produkte und Firma ist damit nicht
verbunden. Rückfragen bezüglich firmengebunde-
ner Produkte sind deshalb direkt an die Hersteller
zu richten.

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



NEU UND ANGESAGT:

Blätterteig- häppchen für Genießer

Mit der herzhaften, veganen Mini Blätterteig-Kiste pikant, 3-fach sortiert (Art. 309) bringen Sie ein absolutes Trendgebäck auf den Tisch. Die kleinen, attraktiven Häppchen sind in 100% natural-Qualität hergestellt und mit hausgemachten Rezepturen in den beliebten Geschmacksrichtungen Tomate, Spinat und Gemüse gefüllt. Jede Sorte überzeugt durch ihren einzigartigen Geschmack und die sorgfältige Auswahl der Zutaten.

Diese knusprigen Leckereien in attraktiver Optik sind bereits fertig gebacken und eignen sich perfekt für Fingerfood- und Tagungsbuffets, bei Events und sorgen auch auf jedem Frühstücksbuffet für einen gelungenen Start in den Tag. Sie sind nicht nur ein Genuss für Veganer, sondern für alle, die hochwertige und schmackhafte Snacks schätzen.

Für diejenigen, die es lieber süß mögen, bietet EDNA mit der beliebten Mini Blätterteig-Mischkiste, 3-fach sortiert (Art. 270) ein echtes Highlight. Die süßen Häppchen mit angesagten Frucht-füllungen in den Sorten Erdbeer-Rhabarber, Pfirsich und Mango sorgen für eine fruchtige Abwechslung in Ihrem Sortiment und überzeugen selbst anspruchsvollste Gaumen.

Dabei sind sowohl die pikante als auch die süße Mischkiste einfach und schnell im Handling - nur noch bedarfsgerecht entnehmen, auftauen lassen und schon begeistern Sie mit einzigartigem, veganem Genuss!



© EDNA

Finger Food

Art. 3040*
SG-Mini-Apfelschnecke
Maße: Ø 5,0 x H 3,0 cm
Gewicht: 40 g, 69 St. /Kt.
❄️ fertig gebacken

Art. 2793*
**Mini Mix Schnecken
gesalzen, 3-fach**
Maße: L 5,5 x B 5,0 x H 2,5 cm
Gewicht: 33 g, 225 St. /Kt.
❄️ Teigling

Art. 1960*
**FF-Mini-Schnecken-
Mischbox, 3-fach**
Maße: Ø 7,0 x H 3,0 cm
Gewicht: 40 g, 120 St. /Kt.
❄️ fertig gebacken

► für Empfänge & Tagungen

► Buffet-Highlights

► für Hotel & Gastronomie

► Mini-Vielfalt

Die **EDNA** App

Jetzt schnell und einfach mit der EDNA App bestellen!

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

EDNA.de

EDNA International GmbH
Collenhofstraße 3 · 86441 Zusmarshausen

**EDNA-Hotline
GEBÜHRENFREI**

☎ 0800 722 722 4

E-Mail info@edna.de

☎ 01522 179 55 81



❄️ Lieferung per Tiefkühl-LKW.

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



DEHOGA BAYERN-BRANCHENPARTNER

EIN VIERTELJAHRHUNDERT EINKAUFEN MIT HOGAST DEUTSCHLAND

Seit 25 Jahren unterstützt HOGAST Deutschland als Einkaufsgesellschaft Hoteliers und Gastronomen dabei, ausgezeichnete Gastgeber zu sein – ein Meilenstein, der beim Jubiläumssymposium im Kongress am Park in Augsburg gefeiert wurde – mit Mitgliedern, Lieferpartnern, HOGAST-Mitarbeitern und renommierten Referenten.

bewege sich weiterhin in einem stagnierenden Umfeld. Seiner Ansicht nach könnten die Triebfedern für künftiges Wirtschaftswachstum vor allem private Investitionen in Kombination mit dem Außenbeitrag sein.

Andreas Klein, Geschäftsführer von HOGAST Deutschland, beschreibt die letzten Jahre mit einem Wort: erfolgreich!

„Wenn man mal bedenkt, wo wir herkommen und wo wir heute stehen, ist das unglaublich – wir sprechen heute von 1.300 Betrieben, die gemeinsam arbeiten, von einem fakturierten Umsatzvolumen von 300 Millionen Euro und einer Mitglieder-Bonifikation von 15 Millionen Euro, welche für das Jahr 2023 an alle Mitglieder in Deutschland ausbezahlt wurde“, so Klein.

Doch nicht nur das: Die umfangreichen Leistungen der HOGAST wirken auf viele Prozesse und Bereiche der Hotels vereinfachend. Wodurch sich ein Effekt klar herausbildet: Zeit. Dank der Unterstützung der HOGAST ergeben sich für Hoteliers und Gastronomen zeitliche Ressourcen, die sie direkt in die Betreuung ihrer Gäste investieren können. „Seit

25 Jahren unterstützen wir unsere Mitglieder dabei, ausgezeichnete Gastgeber zu sein“, freut sich Klein.

25 Jahre – eine Zeit voller Veränderungen. Unter diesem Motto stand auch das Symposium, das unter anderem spannende Einblicke in Unternehmerfamilien gewährte – so wie die Familie Buhl. Aus bescheidenen Anfängen – Hermann Buhl machte sich mit nur 18 Jahren mit der Wertinger Schmankerlstube selbstständig – ist Großes entstanden. Zusammen mit seiner Frau Charlotte leitete er erfolgreich die Augsburger Kongresshallen- und Messegastonomie und gründete später die BUHL-Unternehmensgruppe. Heute ist die Firma ein Komplettanbieter für gastronomische Personallösungen auf bundesweiter Ebene.

Der renommierte Ökonom Lars P. Feld aus Freiburg gewährte Einblicke in das aktuelle Wirtschaftsklima und betonte, Deutschland

HOGAST[®]

Mein Plus

DIE HOGAST

Seit der Gründung 1998 hat sich die HOGAST Deutschland zu einem erfolgreichen Gesamtdienstleister für Hotellerie und Gastronomie entwickelt. Inzwischen profitieren rund 1.300 Mitglieder in ganz Süddeutschland und darüber hinaus von den exklusiven HOGAST-Dienstleistungen und den Top-Konditionen der 700 Lieferpartner – und all das mit einer einzigartigen regionalen Ausrichtung im Beschaffungsprozess. Zur breiten Palette an Dienstleistungen gehören die Bereiche Food & Beverage, Investitionsgüter, Energie, Verbrauchsgüter, Personaldienstleistungen und Versicherungen.

In jeder Region kümmert sich ein HOGAST-Ansprechpartner gerne um Ihr Anliegen. Kontaktieren Sie uns unter +49 (0)89 401144 611 oder besuchen Sie unsere Website auf www.hogast.de




LONGNECK-FLASCHEN

SINALCO MACHT EINEN SCHLANKEN HALS

Seit April bringt Sinalco seine Lieblingssorten zusätzlich zu den bereits etablierten Gebindeformen als 0,33 Liter Longneck-Glas-Mehrwegflasche in den Außer-Haus-Markt. Deutschlands erste Limo-Marke bietet damit den unverwechselbaren Sinalco Geschmack – passend zur jungen Zielgruppe – im kultigen Longneck Design für Bars und Gastronomiebetriebe.

Besonders die Leichten Limos von Sinalco wurden im Außer-Haus-Bereich bereits sehnsüchtig erwartet, da das fruchtige Duo bislang nur im Handelsgebilde erfrischte. Im Vergleich zu marktüblichen Limonaden hat Sinalco Leichte Limo nicht nur weniger Zucker, sondern verzichtet auch auf Süßungsmittel und ist kalorienarm. Basierend auf natürlichem Mineralwasser haben die beiden Varianten jeweils fünf Prozent Saftgehalt, enthalten weder Gluten, Laktose noch Milcheiweiß und sind für vegane Ernährung geeignet.

Das ist auch in der Gastronomie stark gefragt. Das kultige Trendgebilde wird im 24er Gruppenkasten angeboten. „Das ansprechende Design ist hip und elegant zugleich. Es steht für exklusive Erfrischung und liegt perfekt in der Hand“, so Olaf Hartmann, Leiter Außer-Haus-Markt der Getränkegruppe Hövelmann. Der rote Punkt sorgt wie immer für den hohen Wiedererkennungswert und dafür, dass der prickelnde Look im Gedächtnis bleibt.

ONLINE-SHOP  WWW.BIRKENHOF-BRENNEREI.DE

TRADITIONELL
FEINE SPIRITUOSEN

holz fassgereift



Birkenhof
Brennerei

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



EXZELLENZ IST EINE TEAMLEISTUNG

INTEGRITÄT ALS SCHLÜSSEL ZUR TOP-PERFORMANCE

Die Grundvoraussetzung für exzellentes Gastgebertum ist eine loyale und engagierte Belegschaft, die funktioniert wie ein Uhrwerk, wenn es darauf ankommt. Sie ist der Pulsschlag, der Häuser lebendig macht und außergewöhnliche Erlebnisse ermöglicht. Es ist Aufgabe des Managements, auf seine Teams zuzugehen, Feedback einzuholen und ein Umfeld zu schaffen, in dem Spitzenleistungen möglich sind. Und das nicht erst, wenn Schwierigkeiten auftauchen, sondern strategisch, proaktiv und zukunftsorientiert.

MITARBEITER ALS PRIO #1

Die Hotellerie steht vor vielfältigen Herausforderungen. Es brennt an allen Ecken und Enden, und als Hotelier ist man mit Löscharbeiten beschäftigt – ist viel zu eingespannt an der Front, um sich Gedanken über strategische Schritte oder die nächste Saison zu machen. In Anbetracht dessen braucht es ein hohes Maß an Resilienz und Mut, dem Thema Mitarbeiter oberste Priorität einzuräumen.

Es ist eine bewusste Managemententscheidung, den Fokus zu verlagern und aus der Reaktions-



Persentis:
**15% Preisvorteil
für DEHOGA Bayern
Mitglieder**



Weitere Informationen:
+43 664 4611774
office@persentis.com
www.persentis.com

Spirale auszusteigen: sich Zeit zum Zuhören zu nehmen und auf langfristiges Bindungsmanagement zu setzen anstatt auf akute Personalbeschaffung. Schließlich gibt es keine Standby-Taste, mit der man kurz einmal aus dem Tagesgeschäft aussteigen und sich strategisch neu aufstellen kann.

ERWARTUNGEN UND BEDÜRFNISSE VERSTEHEN

Auch wenn ein perfektes Team funktioniert wie ein Uhrwerk, sind die Einzelnen doch alles andere als ein „Rädchen im System“. Es sind Menschen – Individuen in unterschiedlichen Lebenslagen, mit unterschiedlichen Zielen und Bedürfnissen. Wer diese versteht, weiß, wie sie zu motivieren und ans Unternehmen zu binden sind.

Der psychologische Vertrag ist der Schlüssel, der sichtbar macht, wo die Hebel für Verbundenheit, Motivation und Leistungsfreude liegen: die unausgesprochene Vereinbarung, die Arbeitgeber und Arbeitnehmer miteinander eingehen. Nie verhandelt, nie unterzeichnet, und dennoch so stark und einflussreich.

INTEGRITÄT: DAS KONZEPT DES PSYCHOLOGISCHEN VERTRAGS

Menschen, die einen Arbeitsvertrag unterschreiben, gehen neben dem tatsächlichen Beschäftigungsverhältnis immer auch einen psychologischen Vertrag ein. Dieser beschreibt die wechselseitigen Erwartungen und Verpflichtungen zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer - implizite Vereinbarungen, die meist unbewusst und unaus-

gesprochen bleiben, aber einen erheblichen Einfluss auf die Motivation und Zufriedenheit der Mitarbeiter haben.

Während die Arbeitgeberseite „selbstverständlich“ Fleiß, Eigeninitiative, Lernbereitschaft und vieles mehr von den Mitarbeitern erwartet, geht die andere Seite davon aus, dass sie bekommt, was ihr versprochen wurde: in der Stellenausschreibung, in der Recherche, im Onboarding. Können die geschürten Erwartungen nicht erfüllt werden, kommt es unweigerlich zur Enttäuschung – mit fatalen Auswirkungen auf Loyalität und Leistungsbereitschaft, bis hin zur inneren Kündigung.

Der Knackpunkt einer gelungenen Arbeitsbeziehung ist also Integrität. Nicht Mitarbeiterzufriedenheit, nicht Extra-Boni und auch nicht Work-Life-Balance. Es geht schlicht und einfach darum, als Arbeitgeber authentisch zu sein und Erwartungen und echte Bedürfnisse zu verstehen und zu berücksichtigen.

FAZIT

Angesichts der aktuellen Herausforderungen in der Hotellerie ist es unerlässlich, neue Wege zu gehen und innovative Lösungen zu nutzen. Der DEHOGA Bayern-Partner Persentis bietet hierbei eine fundierte Grundlage, um den Psychologischen Vertrag sichtbar zu machen und die Verbundenheit und Leistungsfreude der Mitarbeiter nachhaltig zu fördern. So wird aus der Notwendigkeit der Personalbeschaffung eine strategische Personalentwicklung, die auf einer Unternehmenskultur des Zuhörens und der aufrichtigen Wertschätzung basiert, um auch in Zukunft exzellente unternehmerische Leistungen bringen zu können.

ZU PERSENTIS:

Persentis, das führende Analysetool für die Hotellerie, schlüsselt Bedürfnisse und Erwartungen der Belegschaft auf und macht sichtbar, wie die Verbundenheit gestärkt und Fluktuationskosten nachhaltig gesenkt werden können. Durch detaillierte Analysen

VORTEILE:

- Maßgeschneidert für die Hotellerie
- Digitale Umfrage in 32 Sprachen
- Schnelle und einfache Durchführung
- Anonym und sicher
- Praxisorientierte Ergebnisse

auf Abteilungsebene werden Faktoren wie Mitarbeiterbindung, Engagement, Arbeitgeberattraktivität, Weiterempfehlung (eNPS) und vieles mehr mess- und gestaltbar.

JETZT NEU – Schnittstelle für Hotelkit

Anwender: Ab sofort können Sie schnell und direkt innerhalb der gewohnten Hotelkit-Umgebung zur Persentis Umfrage einladen, die Performance beobachten und auf Ihre Ergebnisse zugreifen.

Isabella Hren,

CEO Bayern Tourist GmbH (BTG):

„Gerade in unserer Branche, wo Emotionen von Seiten des Gastes den Unterschied machen fürs Geschäft, sind die Mitarbeitenden unser wichtigstes Gut. Sich intensiv mit den Teams auseinanderzusetzen ist lebens- und überlebensnotwendig. Für mich ist das Besondere an Persentis die hohe Professionalität und gleichzeitig die Praxisnähe – für die Hospitality super einsetzbar.“

Julia Reingruber,

Director Talents & Culture – Familux Resorts:

„Wir haben Persentis schon seit zwei Jahren im Einsatz und sind super-happy damit. Ich würde Persentis jedem empfehlen – nicht erst, wenn man schon merkt, dass es kriselt, sondern auch, wenn die Stimmung gut ist.“



HIER GEHT'S
ZU DEN
VIDEOINTERVIEWS!



AUF EINEN CAPPUCCINO MIT...

...ALMA DJ und Eventmanagerin

WAS HAT SICH IN DER CLUBSZENE IN DEN VERGANGENEN JAHREN AM MEISTEN VERÄNDERT?

Als ich im Jahr 2007 anfang selbst aufzulegen, war das Business noch eine Männerdomäne. Als Frau musste man sich langsam herantasten und die Platten besorgen. Das ist heute auch dank der Digitalisierung und sozialen Medien anders. Das Abtauchen in eine andere Welt, das Loslassen, das Genießen stand früher im Vordergrund. Heute machen die Leute Fotos beim Feiern. Es ist wichtiger geworden zu zeigen, was man macht, anstatt im Hier und Jetzt zu sein und den Moment zu fühlen.


DU LEGST AUCH IM RAHMEN VON UNTERNEHMENS-EVENTS AUF. WAS ZEICHNET DEINEN STIL AUS?

Ja, ich mache gerne Corporate-Events, bin jedoch nicht der klassische „Hochzeits-Firmen-Party-DJ“. Mein Stil ist es eher, dem Unternehmens-Event den richtigen Rahmen zu geben und zwischen dem IAA-Messestand, einer Afterwork-Party oder einem Festival zu unterscheiden. Musikalisch reicht die Range von der Ibiza-House-Sonnenuntergangsstimmung über elektronische Musik, Funk bis zu Italo-Disco und Housemusik.

GASTRONOMIE UND NACHTLEBEN – DU HAST ERFAHRUNG IN BEIDEN BEREICHEN. WIE NUTZT DU DIESE IN DEINER TÄTIGKEIT ALS EVENTMANAGERIN?

Beides gehört für mich zusammen. Ich habe zuletzt das Greenfields-Festival mit organisiert und bin offen für tolle Ideen. Besonders im ländlichen Bayern stelle ich mir die Frage, wie man die Gegend beleben kann. Da herrscht ja zum Teil tote Hose, auch bedingt durch die Schneeproblematiken. Ein positives Beispiel ist das „Rave on Snow“ in Saalbach. Techno bringt die Leute eben auch an entlegeneren Orten zusammen und das in Teilen sehr erfolgreich.

WAS BEDEUTET HEIMAT FÜR DICH?

Den Ort, an dem meine Liebsten sind. München ist meine Heimat, auch wenn es mich manchmal stresst, dass die Bayern halt so sind wie sie sind (lacht) und ähnlich wie andere Bergvölker scheinbar sehr lange brauchen, um Emotionen zu zeigen. „Der Bayer“ schluckt eher seine Gefühle. Wenn er dann aber zu mir kommt oder mal auf die Wiesen geht, sprudelt es plötzlich aus ihm heraus. Das ist beim Rave eigentlich genauso. Die Wiesen ist ein Groß-Rave, ich glaube die Wiesen ist eigentlich der größte Rave den wir haben! (lacht) 



alma_dj_official

HINTERGRUND:

The Garden Club Munich, Harry Klein, Die Registratur, Bahnwärter Thiel, Pacha u.v.m.: ALMA kennt die Mischpulte in jedem großen Münchner Club und ist seit vielen Jahren als DJ auf diversen Festivals unterwegs. Aktuell steht sie für das Format „Studio LIT“ im ehemaligen Gasteig am DJ-Pult und beschert ihren Besuchern mit „happy Sounds“ im Studio 54 Stil einen guten Abend.

Buchungsanfragen gerne an:
booking.alma.dj@gmail.com

12

GRÜNDE FÜR EINE MITGLIEDSCHAFT BEIM DEHOGA BAYERN

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



DEHOGA Bayern

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

Mehr erfahren,
hier klicken!



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

Jetzt beraten
lassen!

VER | SICHER | UNGS
KAMMER
BAYERN

Unser Schutzschirm für Ihren Hotellerie- und Gastronomiebetrieb.

Sie kümmern sich um Ihre Gäste –
wir um den digitalen Schutz Ihres Betriebs.



Einfach QR-Code scannen
und mehr erfahren.

 Finanzgruppe