

Gastgeber Bayern

Das Magazin
für Gastronomie und
Hotellerie

#01

Ausgabe 2025

DEHOGA Bayern

**ZEIT FÜR
ECHTE LÖSUNGEN**

Ein Rückblick auf die
DEHOGA-Kampagne
zur Bundestagswahl

Seite 14

Lösungen für die größten
Herausforderungen
gastgewerblicher Betriebe

Seite 16

Stille Stars:
Wie Türsteherin
Jessi Sanders sich
in einem Männerberuf
behauptet

Seite 42



Auch so kann ein *wertvolles Erbe* aussehen

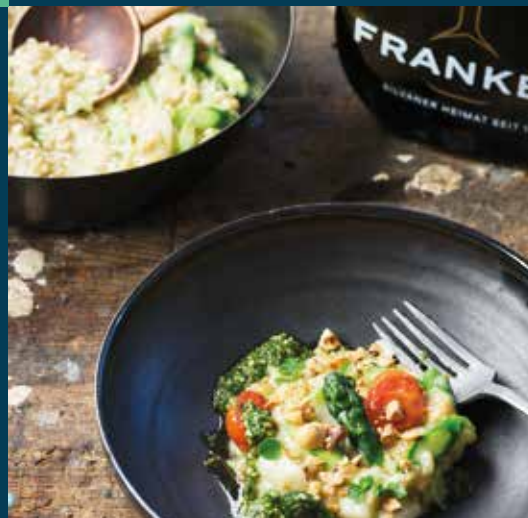
Genuss bewahren, damit es uns
auch in Zukunft schmeckt.

WeltGenussErbe

Aktuell sind mehr als **50 bayerische Spezialitäten** von der **Europäischen Union vor Nachahmung geschützt**. Hinter **Abensberger, Fränkischer** und **Schrobenhausener Spargel g.g.A.** und jedem weiteren dieser unverwechselbaren Originale stehen **festgelegte Qualitäts- und Herkunftsstandards**, die von einem staatlich geprüften Kontrollsystem überwacht werden. Somit ist gesichert, dass der **Abensberger, Fränkischer** und **Schrobenhausener Spargel g.g.A.** auch für künftige Generationen als Teil der **europäischen Genusskultur** erhalten bleibt.


**Genuss
Bayern**

Heimat des Guten



Der perfekte Begleiter
zu **Spargel** ist
natürlich ein Silvaner
aus Franken!



Silvaner
Heimat.

Genießen Sie unser kulinarisches Erbe auf vielfältige Weise

Probieren Sie Spargel doch mal in einer ganz neuen Variante:
Spargel-Grünkern-Risotto

Dieses und zahlreiche weitere Rezepte und Steckbriefe zu
den mehr als 50 bayerischen Originalen finden Sie unter



www.weltgenusserbe.bayern

Bayerisches Staatsministerium für
Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus





Zum Redaktionsschluss dieses Magazins stand das Ergebnis der Bundestagswahl noch nicht fest. Fest steht jedoch bereits jetzt: Die neue Regierung muss Antworten auf alte Fragen finden. Denn die Herausforderungen für das Gastgewerbe sind unverändert groß. Unsere Forderungen sind klar und haben es vielfach in die Parteiprogramme geschafft. Nun geht es in den Koalitionsverhandlungen um deren konkrete Umsetzung und die Frage: Wer hält, was er verspricht? Christian Lindner bezieht im Interview mit uns Stellung, die Union hat unsere Forderungen sogar in ihrem 100-Tage-Sofortprogramm aufgenommen. Mit einer eigenen Kampagne unter dem Titel „Zeit für echte Lösungen“ hatten wir bundesweit den Wahlkampf mit unseren Kernforderungen flankiert und werden deren Umsetzung weiterhin mit aller Kraft einfordern.

„Zeit für echte Lösungen“ lautet auch der Schwerpunkt dieser Ausgabe. Genau unter diesem Aspekt möchten wir Inspiration und konkrete Hilfestellung bieten zu den drängendsten Herausforderungen der Branche. Dazu zählen neue Geschäftskonzepte, Hilfe bei Kreditanträgen oder Marketing, Tipps zur Mitarbeiterfindung oder der Einsparung von Kosten.

Wir sprachen mit der IHK zur Frage: Warum dauern Corona Schlussabrechnungen so lange? Und wir zeigen in Praxisbeispielen, wie die Rechtsschutzversicherung allen DEHOGA Bayern Mitgliedern konkret helfen kann. Wir trafen den „Koch des Jahres 2025“ Benjamin Pfeifer und sprachen mit einer Türsteherin über ihren Arbeitsalltag.

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 01/2025

06 **Aus dem Landesverband**

DEHOGA Bayern im Gespräch	Seite 06
CDU-Sofortprogramm im Praxis-Check	Seite 10
Interview mit Christian Lindner	Seite 12
Ein Rückblick auf die DEHOGA Bundestagswahlkampagne 2025	Seite 14

Storytelling als Schlüssel zur Gästebindung	Seite 32
Wie das Gastgewerbe um seine Zukunft kämpft	Seite 34
Martin Drognitz von der IHK im Interview	Seite 36
Dankbarkeit und Akzeptanz als Schlüssel zur Resilienz	Seite 38
Rechtsschutz in der Praxis	Seite 40

16 **Zeit für echte Lösungen**

Es wird Zeit für echte Lösungen	Seite 16
Rezepte gegen Mitarbeitermangel	Seite 18
Motivierte Mitarbeiter sind das A und O	Seite 20
Steigende Kosten, schrumpfende Margen	Seite 22
Wie Bürokratieabbau gelingt	Seite 24
Bezahlbare Energie	Seite 26
So füllt die Gastronomie wieder Tische und Kassen	Seite 28
Neue Wege, um Gäste zu gewinnen	Seite 30

Bayern und die Welt

42

Stille Stars: Ein Blick hinter die Tür	Seite 42
Seminarangebote der Bayern Tourist GmbH	Seite 46
Echtes Urlaubserlebnis vs. virtuelle Welt	Seite 48
Die HOGA Nürnberg begeistert Gastgeber	Seite 51
Nacht der Gastgeber feiert Premiere	Seite 52
Ansprechpartner Impressum	Seite 56

Auf einen doppelten Espresso mit...

58

Benjamin Pfeifer, Koch des Jahres 2025 bei Gault&Millau	Seite 58
---------------------------------------------------------	----------

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

Wussten Sie schon...

..., dass im Durchschnitt

rund **46,1 Millionen Menschen** in Deutschland erwerbstätig waren? Im Vergleich zum Vorjahr ist dies ein Anstieg von **72.000 Personen.** (Mehr zum Thema Personalmangel ab Seite 18)

..., dass die Touristenaktivitäten seit 2022 wieder zunehmen?

Die Übernachtungszahlen, die durch Corona stark litten, erreichten

2023 mit **487 Millionen** schon fast wieder das Vorkrisenniveau von 2019.

(Mehr zur Entwicklung der Gästezahlen ab Seite 30)

..., dass die Corona-Pandemie zu einem Digitalisierungsschub im deutschen Gastgewerbe geführt hat?

Bereits 2020 passten rund

50 Prozent der Unternehmen ihre

Business-Modelle an, indem sie beispielsweise Lieferservice oder ihre Hotelzimmer als Home-office-Möglichkeit anboten.

In den darauffolgenden zwei Jahren führten 48 Prozent des Gastgewerbes auch Online-Reservierungs- und Buchungssysteme ein.

(Mehr zu den wirtschaftlichen Folgen von Corona ab Seite 38)

..., dass Unternehmen in Deutschland 2023 durchschnittlich

41,30 Euro für eine geleistete Arbeitsstunde zahlten?

(Mehr zum Thema Personalkosten ab Seite 20)

..., dass pro Jahr fast

drei Millionen Stunden

lästiges Zettel-Ausfüllen für deutsche Hotelgäste entfallen? Grund dafür ist die Streichung der Hotelmeldepflicht im Rahmen des Bürokratieentlastungsgesetzes.

(Mehr zum Thema Bürokratie ab Seite 24)

..., dass kein EU-Land so viel Corona-Hilfen ausgezahlt hat wie Deutschland? Bis Juni 2022

investierte Deutschland

71 Milliarden

Euro an Corona-Wirtschaftshilfen. Allein **14,2 Milliarden Euro** davon gingen an Betriebe in Bayern.

(Mehr zum Thema Corona-Hilfen ab Seite 36)





50 Hotels und fünf Gasthöfe mit Sternen ausgezeichnet

Neue Sterne leuchten am bayerischen Tourismushimmel. Der DEHOGA Bayern hat gemeinsam mit Staatsministerin Michaela Kaniber in München die begehrten Sterne-Klassifizierungen verliehen. (v.l.) DEHOGA Bayern-Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert, Geschäftsführerin der BayTM Barbara Radomski, Tourismusministerin Michaela Kaniber und ADAC-Tourismuspräsident Karlheinz Jungbeck. (Foto: Hendrik Steffens)



Politischer Austausch beim DEHOGA Bayern

Der Vorsitzende der CSU-Landtagsfraktion Klaus Holetschek und der Tourismuspolitischer Sprecher der CSU-Landtagsfraktion Thomas Holz waren zu Gast beim Großen Vorstand des DEHOGA Bayern. Holetschek und Holz betonten, dass sie die politischen Forderungen des Verbandes voll und ganz unterstützen und ihren Einfluss weiter nutzen werden, um die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für die Branche zu verbessern.

Neujahresempfang des Bayerischen Ministerpräsidenten Markus Söder

Auf Einladung des Bayerischen Ministerpräsidenten kamen Präsidentin Angela Inselkammer und Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert in die Münchner Residenz.

DEHOGA Bundesdelegiertenversammlung

Im Rahmen ihrer Bundesdelegiertenversammlung haben die Delegierten des DEHOGA Bundesverbandes DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer zur neuen Vizepräsidentin gewählt. Guido Zöllick wurde als Präsident des Bundesverbandes in seinem Amt bestätigt.



Parlamentarisches Frühstück

Beim parlamentarischen Frühstück in Berlin mit der Vorsitzenden der Mittelstands- und Wirtschaftsunion, Gitta Connemann, stand die Entlastung der Branche im Mittelpunkt der Gespräche. Thematisiert wurden unter anderem die dauerhafte Reduzierung der Mehrwertsteuer auf 7 Prozent sowie Fragen zur Regelung der Wochenarbeitszeit.



Gesellschafterversammlung der Europa Miniköche

In der jährlichen Gesellschafterversammlung der Europa Miniköche wurde gemeinsam mit deren Geschäftsführerin Susanne Droux auf das vergangene Jahr zurück geblickt und an Projekten für das kommende Jahr gearbeitet. (v.l.): Gereon Haumann, DEHOGA Rheinland-Pfalz, Catherine Karanja, DEHOGA Bayern, Romy Mayer, DEHOGA Hessen, Susanne Droux, DEHOGA Bayern, Kerstin Junghans, DEHOGA Hessen, Kurt Wehner, DEHOGA NRW, Christina Friedrich, DEHOGA Südhessen, Anje Mikoleit, Geschäftsführerin Saxonia, Dr. Thomas Geppert, DEHOGA Bayern, Axel Klein, DEHOGA Sachsen.

Musikantenfreundliches Wirtshaus: 25 Betriebe erhalten Auszeichnung

Im November 2024 wurden in Wolnzach wieder neue teilnehmende Wirtshäuser aus ganz Bayern ausgezeichnet, darunter vier aus Niederbayern (v.l.): Rita Mautz, DEHOGA Niederbayern, Veronika Keglmaier und Dr. Clemens Knobling, Kulturreferat Bezirk Niederbayern, Heimatminister Albert Füracker, Familie Geigenberger-Malik vom Julbacher Gasthaus Zum Neuen Kirchenwirt, Anna Pauli vom Bräustüberl Freyung und Dr. Rudolf Neumaier vom Bayerischen Landesverein für Heimatpflege e.V. (Foto: StMFH/Christian Blaschka)

Neujahrsempfang

DEHOGA Bezirk Oberbayern

Sie blicken positiver in die Zukunft (v.l.): Bezirksvorsitzender Christian Bär, DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer, Staatsministerin Ulrike Scharf, Regionalgeschäftsführer Thomas Quiram und Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert zeigten im Wirtshaus am Bavariapark eine klare Haltung für die touristischen Leistungsträger in Bayern: Das Gastgewerbe muss ent- statt belastet werden. (Foto: Mike Müller)

Bayerischer Gastgebertag

Mehr als 650 Gäste besuchten den Bayerischen Gastgebertag am 5. November im Kongresshaus ACC-Amberg. Der Bayerische Gastgebertag gilt als *der* Branchentag von Bayerns Hoteliers und Gastronomen und wird vom Bayerischen Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern ausgerichtet. (Foto: Hendrik Steffens)



6. Jahrestagung

Forum Junge Gastgeber mit Neuwahlen

Das Forum Junge Gastgeber des DEHOGA Bayern hat am 18. November auf ihrer Tagung turnusgemäß die neuen Sprecher für die nächsten drei Jahre gewählt. Dennis Imhof wurde mit großer Mehrheit neuer Sprecher des Forums, die Stellvertretung übernimmt Stephanie Schreiner. Verabschiedet wurde u.a. Muk Röhl, der altersbedingt sein Amt abgeben musste. Als ehemaliger Sprecher hat Röhl das Forum seit der Gründung 2018 begleitet und maßgeblich geprägt.

Landesdelegierten- versammlung des DEHOGA Bayern

Im Zuge der Landesdelegiertenversammlung des DEHOGA Bayern ging der Dank an den Großen Vorstand des DEHOGA Bayern für seine hervorragende Arbeit. Darüber hinaus verabschiedeten die Delegierten eine wegweisende „Gastro-Agenda“, mit der der Verband auf Bundesebene dringliche Sofortmaßnahmen zur Sicherung und Rettung der Gastronomie sowie der Hotellerie einfordert.
(Foto: Stefan Michalk)



ÖHV-Kongress in Innsbruck

DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer und Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert zusammen mit dem Präsidenten der Österreichischen Hotelvereinigung (ÖHV) Walter Veit und dem Präsidenten des Südtiroler Hoteliers- und Gastwirteverbandes (HGV) Manfred Pinzger auf dem ÖHV-Kongress in Innsbruck. Unter dem Motto „Neue Wege, neue Gäste“ gab es spannende Einblicke in die Zukunft des Tourismus.



Sternstundengala

DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer überreichte stellvertretend für die bayerischen Hoteliers und Gastronomen einen Spendenscheck in Höhe von über 42.000 Euro an Sternstunden, die Benefizaktion des Bayerischen Rundfunks.

Bayerischer Tourismustag

Tourismusministerin Michaela Kaniber zusammen mit DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer und Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert auf dem Bayerischen Tourismustag: Trotz positiver Tourismuszahlen wurde erneut von dem enormen Druck gesprochen, unter dem die Hauptleistungsträger Hotellerie und Gastronomie stehen.



CDU-SOFORTPROGRAMM IM PRAXIS-CHECK

7 Prozent, weniger Bürokratie, mehr Netto: So kann das Gastgewerbe durchstarten

Die CDU/CSU hat in ihrem Sofortprogramm zentrale Maßnahmen angekündigt, die das Gastgewerbe dringend braucht – von der Rückkehr zur 7-Prozent-Mehrwertsteuer auf Speisen bis zum Bürokratieabbau und steuerfreien Überstunden. Ein gutes Signal für die Branche. Doch entscheidend wird sein, dass aus Ankündigungen auch Taten werden.

Die vergangenen Jahre waren für das Gastgewerbe eine Zerreißprobe. Erst die Pandemie, dann die Inflation, dazu steigende Energie- und Personalkosten – und obendrauf die Rückkehr zur vollen Mehrwertsteuer von 19 Prozent. Viele Betriebe kämpfen ums Überleben, Investitionen werden auf Eis gelegt, Gäste zeigen sich angesichts steigender Preise zurückhaltend.

Die CDU/CSU hat erkannt, dass hier Handlungsbedarf besteht. In ihrem Sofortprogramm (siehe Grafik) verspricht sie eine Rückkehr zur reduzierten Umsatzsteuer auf Speisen in Restaurants. Ein überfälliger Schritt, der die Betriebe entlastet, Arbeitsplätze sichert und die Attraktivität des Gastgewerbes stärkt. Damit könnte die Branche eine dringend benötigte Perspektive erhalten.

WENIGER HÜRDEN, MEHR FLEXIBILITÄT

Doch es geht nicht nur um die Mehrwertsteuer. Ein weiteres wichtiges Thema ist der

Bürokratieabbau. Die Abschaffung der Bonpflicht, der Wegfall überflüssiger Betriebsbeauftragter und eine Entschlackung der Lieferkettenregulierung sind Maßnahmen, die unnötigen Aufwand reduzieren und mehr Zeit für das Kerngeschäft lassen. Gerade für familiengeführte Betriebe ist das ein entscheidender Faktor.

Auch steuerliche Anreize spielen eine Rolle: Die CDU/CSU verspricht, Überstundenzuschläge steuerfrei zu stellen. Das würde es Beschäftigten ermöglichen, mehr Netto vom Brutto zu erhalten – ein wichtiger Anreiz in Zeiten des Fachkräftemangels. Besonders im Gastgewerbe, wo flexible Arbeitszeiten zum Alltag gehören, wäre das eine spürbare Entlastung.

Positiv zu bewerten ist zudem die geplante Flexibilisierung der Arbeitszeit. Die Umstellung von einer täglichen auf eine wöchentliche Höchstarbeitszeit könnte für viele Betriebe eine echte Erleichterung sein. Unternehmen könnten Schichten besser planen, während Arbeitnehmer mehr

Einfluss auf ihre Arbeitszeiten erhalten. Das Gastgewerbe braucht praxisnahe Lösungen statt starrer Vorgaben, die an der Realität vorbeigehen.

EIN AUFTRAG FÜR DIE ZUKUNFT

Die Union hat sich ehrgeizige Ziele gesetzt: Sie will das Gastgewerbe entlasten, den Wirtschaftsstandort Deutschland stärken und bessere Rahmenbedingungen schaffen. Das sind wichtige Signale. Nun gilt es, diese Punkte auf der politischen Agenda zu halten und nach der Wahl in die Tat umzusetzen. Eine starke Gastronomie braucht Verlässlichkeit – weniger Bürokratie, flexible Arbeitszeiten und faire steuerliche Rahmenbedingungen. Die Rückkehr zu 7 Prozent Umsatzsteuer wäre dabei ein entscheidender Schritt. Jetzt kommt es darauf an, dass diese Maßnahmen nicht nur Versprechen bleiben, sondern tatsächlich umgesetzt werden. Der DEHOGA Bayern wird die Entwicklungen der kommenden Monate deshalb aufmerksam beobachten und bei den Forderungen an die Politik nicht locker lassen. ☺

Die CDU hat in ihrem „Sofortprogramm für Wohlstand und Sicherheit“ zur Bundestagswahl folgende wesentliche Anliegen des Gastgewerbes mit aufgenommen.

- Punkt 2:** Wir starten den Bürokratie-Rückbau: weniger Betriebsbeauftragte, keine Bonpflicht mehr, weg mit der deutschen Lieferkettenregulierung und den Belastungen des Energieeffizienzgesetzes.
- Punkt 3:** Wir legen anstelle der täglichen eine wöchentliche Höchstarbeitszeit fest. So ermöglichen wir flexibleres Arbeiten für Beschäftigte und Unternehmen.
- Punkt 4:** Wir stellen Überstundenzuschläge steuerfrei. Wer freiwillig mehr arbeiten will, soll mehr Netto vom Brutto haben.
- Punkt 6:** Wir reduzieren die Umsatzsteuer auf Speisen in Restaurants und Gaststätten auf sieben Prozent. So entlasten wir die Gastronomie und die Verbraucher.

Die CSU fordert in ihrer Bayern-Agenda entgegen der CDU einen reduzierten Steuersatz auch für Getränke.

Konkret heißt es in der Bayern-Agenda:

„Es braucht breite Entlastungen für die Menschen, um das Leben wieder bezahlbarer zu machen, und ein klares Bekenntnis: Wer mehr leistet, muss sich auch mehr leisten können.“

Senkung der Umsatzsteuer in der Gastronomie für Speisen und Getränke auf dauerhaft sieben Prozent.

INTERVIEW MIT CHRISTIAN LINDNER

„WIR MÜSSEN DIE BETRIEBE RADIKAL ENTLASTEN“

FDP-Chef Christian Lindner spricht im Interview über die Herausforderungen und Chancen des Gastgewerbes. Warum er weiterhin für die 7-Prozent-Mehrwertsteuer kämpft, welche Entlastungen er für Betriebe plant und warum er die Gastronomie als Branche mit Zukunft sieht.

Seit Jahren fordert der DEHOGA eine dauerhafte Senkung der Mehrwertsteuer auf Speisen von 19 auf 7 Prozent. Ihre Partei hat sich im Wahlprogramm bereits dafür ausgesprochen. Werden Sie das Thema auch weiterhin unterstützen?

Ich bin klar dafür. Ein reduzierter Umsatzsteuersatz für Speisen in der Gastronomie gilt in 23 EU-Mitgliedstaaten und sollte auch in Deutschland gelten. Ein einheitlicher Umsatzsteuersatz von sieben Prozent auf Speisen, egal ob vor Ort oder zum Mitnehmen, würde nicht nur den Kunden, sondern auch den Beschäftigten in der Gastronomie zu Gute kommen.

Als Finanzminister habe ich den reduzierten Mehrwertsteuersatz nach Corona verlängert. Mein Ziel war, dies dauerhaft zu verstetigen. Die bayerische Landtagswahl hatte ich daher zu einer Abstimmung über die sieben Prozent erklärt. Leider hatte ich danach dann in der

Ampel keinen Hebel, um mich durchzusetzen. Nur in einer schwarz-gelben Koalition wird dies zukünftig umsetzbar sein.

Das Gastgewerbe steht wirtschaftlich massiv unter Druck. Wo sehen Sie persönlich die Ursachen? Welche Lösungen schlagen Sie vor?

Die Gastronomie ist ein ganz wichtiger Wirtschaftszweig für unser Land. Sie schafft Tausende von Arbeitsplätzen, fördert den Tourismus und ist für viele Menschen ein wichtiger Begegnungsort im Alltag. Gastronomen merken oft direkter als andere Wirtschaftszweige, wenn das Geld bei den Menschen nicht mehr so locker sitzt. Weil beispielsweise Sorge um den eigenen Arbeitsplatz vorherrscht, dann schlägt das im Gastgewerbe direkt durch. Auch die hohe Inflation hat ihre Spuren hinterlassen, genauso wie die Preise für Lebensmittel, steigende Löhne und auch Zurückhaltung bei den Gästen. Nach meiner Überzeugung hat sich der Staat überdehnt. Er ist groß darin, zu hohe Steuern einzuziehen und Bürokratismus und Bevormundung zu schaffen. Das müssen wir ändern. Die Richtung ist klar, es muss gelten: Bürokratie runter, netto rauf.

Das Gastgewerbe ist eine Mensch-zu-Mensch Branche, Homeoffice kaum möglich. Wie ließen sich Arbeitszeiten besser an die Lebenswirklichkeit von Menschen und Betrieben anpassen?

Wir brauchen insgesamt ein Arbeitsrecht, das den Menschen mehr Freiheit lässt, wie sie arbeiten wollen. Ich setze mich deswegen schon lange für die Umstellung auf eine wöchentliche statt eine tägliche Höchstarbeitszeit, flexiblere Mindestruhezeiten und Langzeitarbeitskonten ein. Dafür wollen wir mehr Flexibilität im Arbeitszeitgesetz. Das hilft auch der Gastronomie. Niemand soll dabei weniger Pausen machen oder mehr arbeiten müssen als bisher, aber die Einteilung der Arbeitszeit muss flexibler möglich sein. Die Summe der täglich notwendigen

Ruhezeit bleibt bestehen. Hierbei werden flexible Regelungen in einem Tarifvertrag oder in einer Betriebsvereinbarung rechtssicher ermöglicht.

Als personalintensive Branche werden hohe Personalkosten mehr und mehr zur Herausforderung. Trotz permanent gestiegener Bruttolöhne bleibt beim Mitarbeiter immer weniger netto übrig. Haben Sie hierfür eine Lösung?

Wir brauchen eine spürbare Entlastung für Arbeitnehmer und Betriebe. Damit sich unternehmerischer Mut wieder lohnt und die Mitarbeiter mehr netto in der Tasche haben. Dafür will ich das steuerfreie Einkommen um 1.000 Euro für jeden anheben. Gehaltserhöhungen und Überstunden müssen spürbar mehr netto bringen. Und um den Betrieben mehr Spielraum zu geben, muss der Solidaritätszuschlag entfallen, weil er eine Strafsteuer auf Qualifikation und unternehmerische Risikobereitschaft ist.

Auflagen und Papierstau lähmen die Betriebe. Ihre Vorschläge für eine wirksame Entbürokratisierung?

Es stimmt, wir müssen radikal Bürokratie abbauen. Gerade bei den Berichtspflichten müssen wir unsere Betriebe entlasten: Arbeitszeitgesetz, Lieferketten-Sorgfaltspflichtengesetz, Nachhaltigkeitsberichterstattung, Energieeffizienzgesetz und so weiter und so fort können teilweise ersatzlos entfallen, ohne dass es jemandem merken würde oder es negative Auswirkungen hätte.

Darüber hinaus: Wie kann die Politik Ihrer Meinung nach das Gastgewerbe fördern?

Ein Konjunkturprogramm für das Gastgewerbe ist, wenn die Menschen mehr netto vom brutto in der Tasche haben – und genau das will ich. Der Bund der Steuerzahler hat erst unlängst berechnet, dass die Vorschläge der FDP alle Einkommens-

schichten am stärksten entlasten. Dabei auch prozentual gesehen die kleineren und mittleren Einkommen am stärksten. Ich bin überzeugt: Wenn wir den Bürgern mehr von ihrem Einkommen lassen, werden das die Gastronomen auch positiv spüren.

Neben der Politik: Wie kann jeder einzelne dafür sorgen, dass das Gastgewerbe überlebt?

Ganz einfach: hingehen!


Wann waren Sie zuletzt im Wirtshaus und was hat Ihnen dort besonders gut gefallen?

Ich bin gern und oft im Wirtshaus – mit Freunden und Familie. Guter Service, ein Ort zum durchschnaufen, gerade Biergärten kann ich viel abgewinnen.

Was machen Gastgeber in Bayern besonders gut? Wo sehen Sie noch Chancen?

Der Charme in Süddeutschland ist ein ganz besonderer: die lebendige Kultur und Traditionspflege. Mir gefällt besonders die Gemütlichkeit und ich mag das herzhaft Essen. Wenn die Gastgeber in Bayern so weiter machen, haben sie eine gute Zukunft vor sich.

Welche Botschaft möchten Sie jungen Azubis im Gastgewerbe mit auf den Weg geben? Ist es eine Branche mit Zukunft?

Absolut! Das Gastgewerbe, Wirtshäuser, Hotels – das sind alles Begegnungsräume für Menschen und von enormer kultureller und gesellschaftlicher Bedeutung. Sie haben eine große Zukunft und eine Ausbildung in diesem Bereich kann man jedem nur empfehlen. Dass die Rahmenbedingungen dafür besser werden – weniger Bürokratie, niedrigere Steuern, für alle mehr netto vom brutto – dafür steht die FDP. 

Ein Rückblick

auf die DEHOGA Bundestagswahlkampagne 2025



Impressionen

Der DEHOGA stellte überdies einen Wahlcheck der Parteiprogramme vor, indem er die Programme der Parteien mit den offenen Forderungen des Verbandes abglich und eine Bewertung abgab. So konnten sich Mitglieder einen schnellen Überblick darüber verschaffen, welche Partei den Forderungen des DEHOGA am nächsten kam oder sie gar in Gänze übernahm.

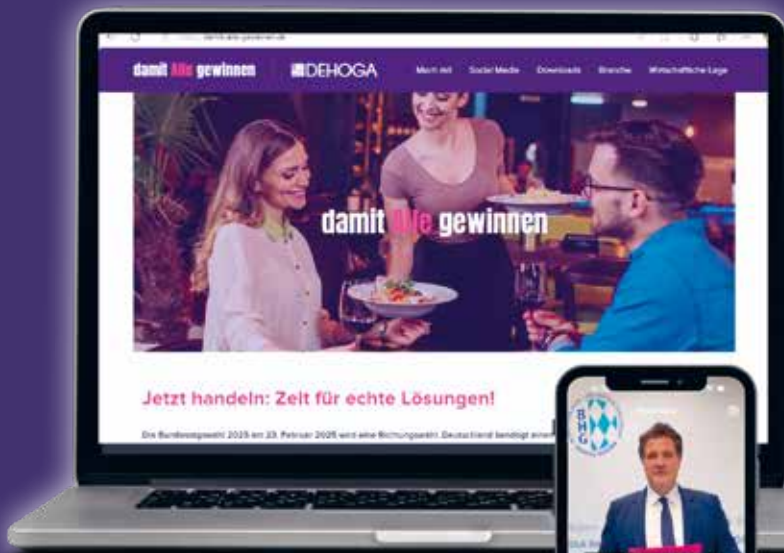


„E in Weiter so darf es nicht geben“, so äußerte sich DEHOGA-Präsident Guido Zöllick angesichts der geplatzten Ampel-Regierung auf dem Branchentag 2024 in Berlin: Die Ungleichbehandlung unserer Branche muss endlich dauerhaft beseitigt werden. „Wir brauchen eine Politik, die die Sorgen des Mittelstands versteht und sich diesen ernst annimmt.“ Was folgte war eine länderübergreifende DEHOGA-Kampagne zur Bundestagswahl 2025. Unter dem Claim: „Zeit für echte Lösungen – damit ALLE gewinnen“ wurden alle gastgewerblichen Unternehmer dazu animiert, öffentlich Flagge zu zeigen und sich den Forderungen des DEHOGA an die Politik anzuschließen.

Gemeinsam mit dem Bundesverband haben alle DEHOGA-Landesverbände klare Handlungsfelder ausgemacht und folgende Forderungen an die Parteien formuliert:

1. Eine einheitliche Besteuerung von Essen mit sieben Prozent ist fair und gerecht!
2. Flexibilität ermöglichen: Wochenarbeitszeit jetzt!
3. Neue Bürokratie stoppen, überflüssige Reglementierungen schnell und spürbar abbauen!
4. Löhne dürfen nicht Spielball der Politik sein!
5. Arbeit muss sich wieder lohnen! Mehr Netto vom Brutto!
6. Mit Arbeit zur Integration, Visa-Verfahren beschleunigen!

Kampagne



In der gemeinsamen Kampagne werden bis zum Abschluss der Koalitionsverhandlungen die Positionen in persönlichen Anschreiben an alle Mitglieder, auf Flyern, auf Postkarten, in Magazinen, auf Veranstaltungen und Messen, in den sozialen Medien, in Newslettern und auf einer eigenen Kampagnenwebsite www.damit-alle-gewinnen.de kommuniziert und zur Diskussion angeregt.

Auf dem eigens zur Kampagne ins Leben gerufenen WhatsApp-Kanal wurde den Abonnenten das digitale Kampagnenmaterial bestehend aus Videos, Statements und Postings zum weiteren Teilen zur Verfügung gestellt.

Fazit



„Um deutlich zu machen, dass es bei dieser Wahl um alles geht, haben alle DEHOGA Landesverbände gemeinsam mit dem Bundesverband die Kampagne „Zeit für echte Lösungen“ gestartet. Wir brauchen nach der Wahl eine starke und durchsetzungsfähige Bundesregierung, die die richtigen Entscheidungen trifft, um das Gastgewerbe zukunftsfähig zu halten. Ich glaube jeder von uns hat den Mut, die Entschlossenheit und Zuversicht, um durch die aktuelle Krise zu kommen. Aber wir brauchen eben auch die passenden Rahmenbedingungen, um wirtschaftlich rentabel arbeiten zu können. Wir im Verband haben einen langen Atem und versprechen immer Einsatz am Limit! Weil die Branche es verdient! Und weil sie Bayern erst lebens- und liebenswert macht! Wir lassen uns nicht unterkriegen!“

Angela Inselkammer
Präsidentin des DEHOGA Bayern



Aktion

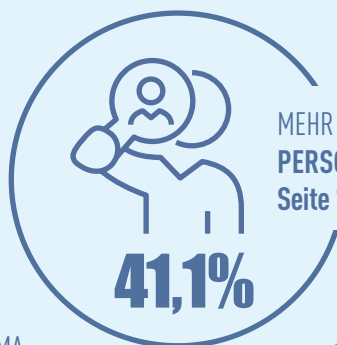
Unzählige gastgewerbliche Betriebe beteiligten sich an der Mitmach-Aktion des DEHOGA und setzten auch nach außen hin ein deutliches Zeichen in Richtung Politik.

ES WIRD ZEIT FÜR ECHTE LÖSUNGEN

Steigende Kosten, Bürokratie, Fachkräftemangel – wie die Ergebnisse einer aktuellen DEHOGA-Umfrage zur wirtschaftlichen Situation zeigen, steht das Gastgewerbe vor großen Herausforderungen. In dieser Ausgabe zeigen wir, welche Probleme die Branche am meisten belasten und welche Wege es gibt, sie zu meistern. Orientieren Sie sich auf den folgenden Seiten an den Piktogrammen, um das Thema zu finden, das Sie besonders umtreibt. Die nebenstehenden Prozentzahlen zeigen, wie häufig die Befragten bestimmte Themen als größte Herausforderung in ihrem Betrieb genannt haben – Mehrfachnennungen waren möglich.

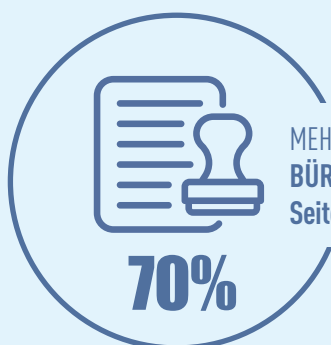


MEHR ZUM THEMA
PERSONALKOSTEN
Seite 20



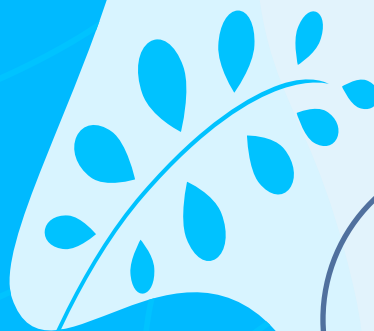
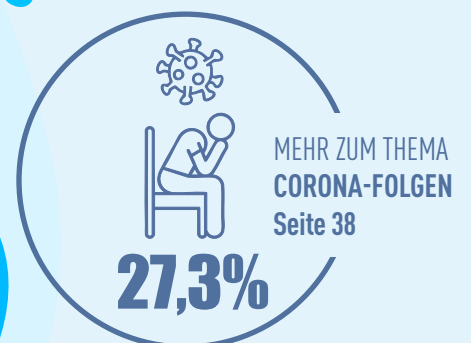
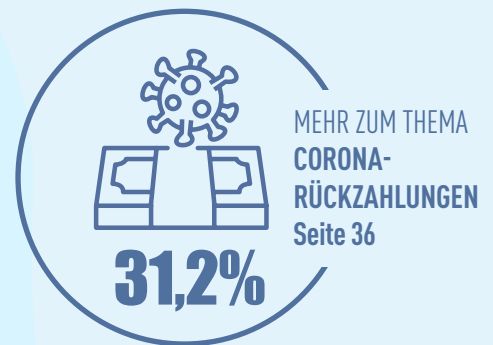
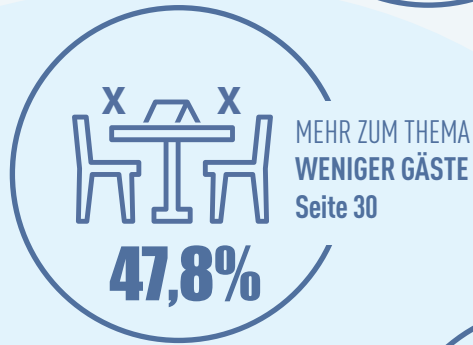
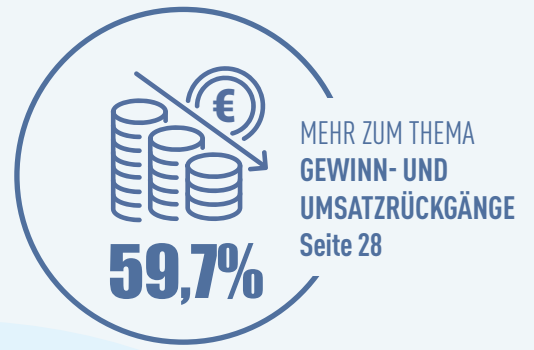
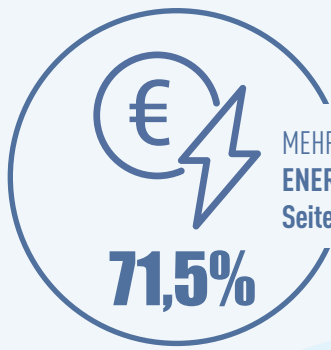
MEHR ZUM THEMA
PERSONALMANGEL
Seite 18

MEHR ZUM THEMA
LEBENSMITTELPREISE
Seite 22



MEHR ZUM THEMA
BÜROKRATIE
Seite 24





EINWANDERUNG ALS SCHLÜSSEL

REZEPTE GEGEN MITARBEITER- MANGEL

Personal im Gastgewerbe ist chronisch knapp. Um langfristig bestehen zu können, sind zukunftsorientierte Lösungen nötig. Neben Reformen in der Fachkräfteeinwanderung sind Anreize für mehr Auszubildende und ein flexibleres Arbeitszeitgesetz zentrale Forderungen. Lesen Sie, wie Betriebe diese Herausforderungen meistern können und welche politischen Weichenstellungen erforderlich sind.



PROBLEMBESCHREIBUNG

Die demographische Entwicklung führt dazu, dass immer weniger Personen ins Arbeitsleben einsteigen und zugleich immer mehr aus dem Erwerbsleben ausscheiden. Ohne die Anwerbung von Azubis und Arbeitskräften aus dem Ausland wird die Branche nicht bestehen.

POLITISCHE FORDERUNG

Das Gastgewerbe braucht gezielte Unterstützung des Arbeitsmarktes durch Arbeitskräfte aus dem Ausland und Auszubildende. In den letzten Jahren wurden wichtige Schritte in die richtige Richtung bei der Fachkräfteeinwanderung unternommen. Doch es ist noch immer zu kompliziert, zu bürokratisch, zu langsam, zu restriktiv. Arbeit ist der beste Motor für Integration. Das starre deutsche Arbeitszeitgesetz muss dringend an die Lebenswirklichkeit angepasst werden. Statt täglicher Höchstarbeitszeit ist die Wochenarbeitszeit nach EU-Recht überfällig – insbesondere für Branchen, die kein Homeoffice anbieten können.

Ferner müssen die Sozialabgaben auf unter 40 Prozent gesenkt werden.

Mit mehr Netto vom Brutto werden Anreize für Leistung geschaffen, die Motivation gefördert und Existenzen gesichert. Leistung muss sich lohnen. Deswegen: Löhne rauf, Steuern runter!

MÖGLICHE LÖSUNGEN

Fachkräfteeinwanderungsgesetz

Vergangenes Jahr traten Änderungen beim Fachkräfteeinwanderungsgesetz (FEG) in Kraft. Zwei FEG-Angebote sind für das Gastgewerbe besonders interessant: die Kontingenzwanderung und die Beschäftigung von Menschen mit ausgeprägter berufspraktischer Erfahrung

(„Erfahrungssäule“). Die beiden Aufenthaltstitel haben den Vorteil, dass die darüber eingestellten Mitarbeiter keine Anerkennung eines ausländischen Berufsabschlusses benötigen. Das öffnet gastgewerblichen Betrieben in Deutschland und interessierten Bewerbern aus Drittstaaten neue Möglichkeiten. Doch das Antragsverfahren für Arbeitsvisa ist äußerst komplex und das Recruiting in Drittstaaten ist aufwändig und teuer.

Abhilfe schaffen spezialisierte Dienstleister, die die Vermittlung von Arbeitskräften übernehmen. Betriebe sollten bei der Wahl der Dienstleister jedoch sehr genau hinschauen. Der DEHOGA Bayern bietet eine Übersicht



Mehr erfahren,
hier scannen!



MITARBEITERMANGEL

zu verlässlichen Kooperationspartnern, mit denen zahlreiche Betriebe schon gute Erfahrungen gemacht haben; der Verband hat jedoch keinen Vertrag mit diesen Vermittlern abgeschlossen. (jj)

AZUBIS GEWINNEN

Wie gewinnt man junge Menschen für die Branche?
Wir haben einige Tipps zusammengestellt:

1. Zeigen Sie Präsenz auf Messen: Ausbildungsmessen sind wichtig, um bereits in Bayern ansässige junge Menschen zu gewinnen. Die Vorteile liegen auf der Hand: Sie sind integriert und verfügen häufig schon über eine Unterkunft.
2. In Zeiten von Social Media ist es ratsam, diese Informationskanäle zu nutzen, um junge Menschen zu erreichen. Kompakt und unterhaltsam verpackt, gelingt es auch auf TikTok, Instagram und Co. Informationen zu vermitteln und Vertrauen aufzubauen.
3. Zertifizieren Sie sich als TOP-Ausbildungsbetrieb beim DEHOGA Bayern. Die Betriebe verpflichten sich zu zwölf Leitsätzen und deren Leistungen. Das wird durch die eigenen Azubis geprüft und bestätigt. Darunter fallen geregelte Arbeitszeiten (keine Überstunden im ersten Ausbildungsjahr – zwei Wochenenden im Monat frei), eine faire Bezahlung und Möglichkeiten zur Weiterbildung. topausbildung.de/anmeldung
4. Darüber hinaus profitieren Mitglieder des DEHOGA Bayern von vergünstigten Konditionen bei Persentis. Das Unternehmen bietet ein Analysetool, um die passenden Mitarbeitenden zu finden, Verbundenheit und Leistungsfreude zu steigern und die Fluktuationskosten zu senken. www.dehoga-bayern.de/persentis

PERSONALKOSTEN

Motivierte Mitarbeiter sind das A und O

Steigende Personalkosten stellen das Gastgewerbe vor große Herausforderungen. Doch mit der richtigen Strategie können Betriebe die Ausgaben für ihr Personal optimieren und gleichzeitig die Zufriedenheit ihrer Mitarbeitenden erhöhen. Von gezielter Mitarbeiterbindung über digitale Lohnoptimierung bis hin zu effizienter Personalplanung – der DEHOGA Bayern zeigt, wie Unternehmen nachhaltig entlastet werden können.

PROBLEMBESCHREIBUNG

Zufriedene Gäste und nachhaltigen Unternehmenserfolg kann es nur mit motivierten, fair entlohnten und wertgeschätzten Mitarbeitern geben. Tarif- und Reallöhne sind deshalb im Gastgewerbe stark gestiegen. Steigende Sozialversicherungsbeiträge führen allerdings zu weniger Netto bei den Beschäftigten und zu steigenden Personalkosten bei den Unternehmen. Die hohe Inflation heizt diese Entwicklung weiter an. Das erhöht die betriebswirtschaftlichen Herausforderungen, vor denen die Unternehmen stehen, erheblich.

POLITISCHE FORDERUNG

Der DEHOGA Bayern fordert ein klares Bekenntnis gegen Steuer- und Abgabenerhöhungen. Die Belastungen sind heute schon auf einem Höchststand und müssen zurückgeführt werden. Es ist die falsche Zeit für Steuer- und Abgabenerhöhungen. Dies gilt von der kommunalen bis zur Europaebene.

Die Bruttolohn-Spirale steigt immer stärker an, während beim Arbeitnehmer immer weniger Netto ankommt. Des Weiteren fordert der Verband eine nachhaltige Entlastung der Unternehmen durch eine Senkung der Lohnnebenkosten und eine Erhöhung der Nettoeinkommen

für Arbeitnehmer. Im Vergleich zu anderen Ländern haben wir in Deutschland mit die höchsten Arbeitskosten des Arbeitgebers – und gleichzeitig die niedrigsten Nettoeinkommen des Arbeitnehmers. Dieses Missverhältnis muss korrigiert werden, um Anreize zum Arbeiten zu schaffen.

MÖGLICHE LÖSUNGEN

Personalfuktuation reduzieren

Eine hohe Mitarbeiterfluktuation verursacht für Unternehmen erhebliche finanzielle Belastungen. Die Aufwendungen für die Gehälter der am Rekrutierungsprozess beteiligten Fachkräfte, die Kosten für Schulungen und die Einarbeitung neuer Mitarbeiter sowie weitere betriebliche Ausgaben summieren sich schnell. Indirekte Kosten wie verlängerte Produktionszyklen oder der Verlust wertvoller Ressourcen sind ebenfalls nicht zu unterschätzen. Personalverantwortliche sollten daher bestrebt sein, durch gezielte Maßnahmen die langfristige Bindung ihrer Mitarbeitenden sicherzustellen. Zufriedene Mitarbeitende tragen schließlich maßgeblich zu einer stabilen und leistungsfähigen Belegschaft bei.

**Lohnoptimierungs-Software**

Der DEHOGA Bayern unterstützen seine Mitglie-

der mit einer Vielzahl zuverlässiger Branchenpartner. So bietet die NeoLohn by Twodoxx spezielle Lösungen zur digitalen Personalverwaltung, die Lohnnebenkosten für den Betrieb senkt und gleichzeitig einen höheren Nettolohn für das Team ermöglicht.

**Effiziente Personalplanung**

Eine durchdachte Personalplanung ist entscheidend, um die Personalkosten im Gastgewerbe unter

Kontrolle zu halten. Dies umfasst die präzise Ermittlung des Personalbedarfs, die Erstellung flexibler Dienstpläne und die Berücksichtigung von Stoßzeiten sowie saisonalen Schwankungen. Durch den gezielten Einsatz digitaler Tools zur Dienstplanerstellung und Zeiterfassung können Unternehmen sicherstellen, dass Mitarbeitende optimal eingesetzt und unproduktive Zeiten vermieden werden. Durch den Einsatz geeigneter Technologien lassen sich administrative Aufgaben automatisieren und betriebliche Prozesse effizienter gestalten.


Doch wie genau trägt dies zur Senkung der Personalkosten

bei? Indem Arbeitsabläufe beschleunigt und Ressourcen optimal genutzt werden, verbessert sich die betriebliche Leistung, ohne dass zusätzliche Mitarbeitende eingestellt werden müssen. In diesem Zusammenhang bietet der DEHOGA Bayern-Partner Gastromatic – Vertical Cloud Solution innovative Softwarelösungen für das Personalmanagement, die ihren Beitrag zu Personalkostensenkung leisten.



Beratung und Unterstützung für eine nachhaltige Mitarbeiterbindung

Ein effektives Personalmanagement erfordert nicht nur technische Lösungen, sondern auch strategische und

zwischenmenschliche Ansätze. Die Muttschmiede bietet speziell auf die Bedürfnisse von Unternehmen im Gastgewerbe zugeschnittene Beratungsleistungen, die Inhaber und Führungskräfte in den Bereichen Mitarbeiterführung und betriebliches Gesundheitsmanagement unterstützen. Mit einem internationalen Netzwerk erfahrener Experten bietet das Unternehmen Hilfestellung bei Themen wie Management und Coaching, Beratung und Training sowie Gesundheitsförderung im Betrieb. Solche Maßnahmen können nicht nur die Arbeitszufriedenheit erhöhen, sondern auch langfristig dazu beitragen, Personalkosten zu senken, indem Mitarbeiter effizient eingebunden und Fluktuationen minimiert werden. (lj) 



PERSONALKOSTEN



STEIGENDE KOSTEN, SCHRUMPFENDE MARGEN

Wie das Gastgewerbe Freiräume schafft

Die stark gestiegenen Lebensmittelpreise setzen das Gastgewerbe unter Druck. Der DEHOGA Bayern fordert unternehmerische Freiräume statt neuer Abgaben und unterstützt Betriebe mit Pro-Order und weiteren starken Partnern.



VON ISABELLA HREN

PROBLEMBESCHREIBUNG

Die Lebensmittelpreise sind in den letzten Jahren steil nach oben geklettert, im Schnitt um 25,9 Prozent. Das ist eine immense Belastung für die Betriebe. Insgesamt machen die Kosten für Waren und Personal einen Anteil von 60 bis 70 Prozent aus – Geld, das in den Kassen der Betriebe für Rücklagen und Investitionen fehlt. Eine Abwärtsspirale, die viele in ihrer Existenz bedroht.

POLITISCHE FORDERUNG

Kostenexplosionen müssen an der Ursache bekämpft werden. Die Branche will keine Subventionen und vom Tropf des Staates leben. Sie muss in die Lage versetzt werden, aus eigener Kraft Geld zu erarbeiten und Existenzen zu sichern. Es braucht Freiraum für Leistung, Ideen, Mut und Arbeit. Der Appell des Verbandes lautet daher: Keine neuen Steuern einführen und keine Erhöhungen von Steuern und Abgaben.

MÖGLICHE LÖSUNGEN

Die Pro-Order stellt ihren Kunden Einkaufslösungen speziell für das Gastgewerbe und mit attraktiven Konditionen sowie Rahmenbedingungen echte Mehrwerte bereit. Ihre Dienstleistungen werden Mitgliedsbetrieben kostenfrei angeboten, um diese beim Lebensmitteleinkauf bestmöglich zu unter-

stützen. Die drei großen Herausforderungen im Einkauf sind Preise, Digitalisierung und Mitarbeitermangel. Durch die Verhandlung von bestmöglichen Rahmenbedingungen bei ausgewählten Lieferanten wird der zunehmenden Bedeutsamkeit des Einkaufs in der Gastronomie und Hotellerie Rechnung getragen und somit der Erfolg des Einzelnen unterstützt.

Durch die Nutzung des Pro-Order-Bestellsystems können Bestellprozesse schnell und einfach optimiert werden. Die Betriebe erhalten darüber hinaus auf einen Blick eine Übersicht ihrer Kennzahlen sowie der gewünschten Pro-Order Lieferanten. Die Mitgliedsbetriebe, die kein digitales Bestellsystem nutzen möchten, bleiben weiterhin beim bewährten Bestellprozess und profitieren dennoch von verhandelten Lieferantenpreisen. 🍷



Mehr erfahren,
hier scannen!

Neben der Pro-Order hat der DEHOGA Bayern von Speiseanbietern über Getränkepartnern bis hin zu Einkaufsdienstleistern weitere Branchenpartner, die seinen Mitgliedern helfen, das Beschaffungsmanagement zu optimieren.

HIER DIE EINSCHÄTZUNGEN DER DEHOGA BAYERN-PARTNER:

Wo sehen Sie aus Sicht eines Einkaufsdienstleisters den notwendigen Ansatz einer Optimierung im Hotel- und Gastgewerbe?

„Nur durch eine effiziente Struktur und gemeinschaftliches Handeln lassen sich noch kaufmännisch merkbare Optimierungen erreichen. Hier sorgen wir gerade bei Mittelstand und Einzelunternehmen für Entlastung. Transparente Markt- und Preisübersichten, digitale Rechnungskontrollen, Beleg- und Schnittstellenmanagement für Finanzbuchhaltung, Warenwirtschaft und Kasse erzielen den maximalen Zeit- und Geldvorteil. Durch unseren engen, persönlichen Austausch vor Ort erkennen wir die konkreten Problemstellungen. Wir verfolgen einen Ansatz des gemeinschaftlichen Handelns, der konsequent in den jeweiligen Regionen durch Einkaufsgruppen abgebildet wird und auf deren regionale Bedürfnisse



zugeschnitten ist. Frei nach dem Motto: „Individualität beim Gast – Gemeinschaft in der Region!“

Andreas Klein,
Geschäftsführer HOGAST
Einkaufsgesellschaft Deutschland

Sind bei Ihnen auch Klein- und Kleinstbetriebe gut aufgehoben?

„In unseren Großmärkten punkten wir nicht nur durch die Nähe zu unseren Kunden, sondern auch durch ein vielfältiges Sortiment. Wir führen nicht nur die bekannten Profi-Produkte und Marken für die Gastronomie, sondern ergänzen diese



Auswahl durch eine Vielzahl der bekannten EDEKA-Eigenmarkenprodukte in kleineren Gebindegrößen.“

Sven Krüger,
Geschäftsbereichsleitung
Vertrieb EDEKA Foodservice

Wo sehen Sie bei Ihren Kunden die größten Belastungen? Wie können Sie helfen?

„In erster Linie bei den Personalkosten – hier setzen wir mit hochwertigen, exklusiv für KRÖSWANG produzierten Convenience-Produkten an, die unsere Kunden ohne großen Personalaufwand und mit hausgemachter Optik ihren Gästen servieren können. Und unsere Liefertreue vermeidet überdies kurzfristige, teure Zukäufe.“



Thomas Schmidt,
Verkaufsleiter Deutschland KRÖSWANG

Nachhaltigkeit, bio, regional – was wird verstärkt nachgefragt? Wie zukunftsfähig ist Ihr Angebot eingestellt?

„Für Bayerns Gastgewerbe bietet METRO regionale und bio-zertifizierte Produkte, die bayerische Tradition mit Qualität und Nachhaltigkeit verbinden.“



Thomas Klein,
Regionalmanager Region Bayern,
METRO Deutschland GmbH



LEBENSMITTELPREISE



ÜBERBORDENDE REGLEMENTIERUNG

Wie Bürokratieabbau gelingt

Die Bürokratie nimmt kein Ende: Neue Gesetze und Vorschriften belasten gerade kleine und mittelständische Betriebe im Gastgewerbe. Gastgeber brauchen Entlastung, um sich wieder auf das Wesentliche konzentrieren zu können – ihre Gäste und Mitarbeiter. Lesen Sie, wie digitale Tools wie Horeca Hero oder Smart-Scan helfen können, Prozesse zu vereinfachen und Zeit zu sparen.

PROBLEMBESCHREIBUNG

Allein im Jahr 2023 sind in Sachen Bürokratie unter anderem die Mehrwegangebotspflicht, das Hinweisgeberschutzgesetz, das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz und viele weitere bürokratische Hürden hinzugekommen. Die Tendenz ist steigend. Mittelständische Betriebe müssen wirksam vor bürokratischen Überbelastungen geschützt werden. Zu oft werden Vorschriften für wenige aber öffentlichkeitswirksame Problemfälle entwickelt. Dies benachteiligt insbesondere die kleinen und mittelständischen Betriebe des Gastgewerbes und Handwerks. Die folgenreichsten politischen Entscheidungen werden auf Bundes- und immer stärker auf Europaebene getroffen. Bayern muss deshalb seinen Einfluss bei Bund und EU nutzen, um dort eine mittelstandsfreundliche Politik zu erreichen.

POLITISCHE FORDERUNG

Neue Bürokratie muss gestoppt und überflüssige Reglementierungen schnell und spürbar abgebaut werden. Ein radikaler Bürokratieabbau ist überfällig, damit sich Gastgeber wieder auf ihr Kerngeschäft konzentrieren können: Die persönliche Betreuung ihrer Gäste, die Unterstützung ihrer Mitarbeiter und die Weiterentwicklung der Betriebe. Denn die wachsende Zahl an Vorschriften und administrativen Pflichten raubt den Gastronomen und Hoteliers

genau dafür die Zeit. Deutschland sollte das wirtschaftliche Zugpferd in Europa sein, statt sich in überflüssiger Bürokratie zu verlieren. Man sollte sich vielmehr endlich auf das Wesentliche konzentrieren. Klar muss sein: Keine Regulierung mehr über EU-Standards hinaus.


Deutschland braucht außerdem spürbare Entlastungen für Kleinbetriebe, zum Beispiel durch Schwellenwerte, so dass bestimmte Berichtspflichten erst ab 50 Mitarbeitern greifen. Zugleich sollte es den Unternehmen erlaubt werden, alle Möglichkeiten der Digitalisierung zu nutzen, um Prozesse und Vereinbarungen schnell und effizient zu gestalten, beispielsweise bei Arbeitsverträgen oder behördlichen Genehmigungen.

Zusätzliche Belastungen erteilt der DEHOGA Bayern eine Absage. Es bedarf weder eines Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes noch einer verpflichtenden Tierhaltungs- und Herkunftskennzeichnung für Fleisch auf Speisekarten. Aufwand und praktische Umsetzungsprobleme stehen hierbei in keinem Verhältnis zum vermeintlichen Nutzen.

MÖGLICHE LÖSUNGEN

Auch Gastgeber können bereits selbst an einigen Stellschrauben drehen und Prozesse vereinfachen, sei es durch effiziente, neue Routinen des Personals oder den Einsatz von digitalen Lösungen, die sie entlasten können.

MÖGLICHE PARTNER

Der DEHOGA Bayern-Partner Horeca Hero entwickelt Lösungen für die Erledigung der gesetzlichen Unterweisungen im Gastgewerbe. Mit Horeca Hero überwinden Unternehmer Fach-, Bildungs- und Sprachbarrieren bei der gesetzlich vorgeschriebenen Unterweisung ihrer Mitarbeiter. Damit sehen Hoteliers und Wirte auf einen Blick, was derzeit in Hinblick ihrer gesetzlichen Unterweisungspflicht im Betrieb zu tun ist. Dabei benötigen die Mitarbeiter keine Einschulung, sie melden sich einfach über einen QR-Code an und bekommen automatisch die richtigen Unterweisungen in der richtigen Sprache ausgespielt. Die überprüften Inhalte für alle Abteilungen werden stets aktuell gehalten und laufend ergänzt. (fj / kw) 



Mehr Informationen dazu siehe nebenstehenden QR-Code

WEITERE INFORMATIONEN:

Der DEHOGA Bayern-Partner Page One bietet außerdem eine Smart-Scan-Lösung zum Digitalisieren von Belegen durch den Unternehmer.



Mehr Informationen dazu siehe nebenstehenden QR-Code



BÜROKRATIE



BEZAHLBARE ENERGIE

Das Gastgewerbe entlasten

Hohe Energiekosten belasten die Betriebe des Gastgewerbes zunehmend – oft machen sie bis zu zehn Prozent des Umsatzes aus. Der DEHOGA Bayern fordert politische Reformen, um Energie bezahlbar zu halten, und bietet gleichzeitig praktische Hilfestellungen: von individuellen Energiesparkonten über praxisorientierte Leitfäden bis hin zu Partnerschaften mit Experten.

PROBLEMBESCHREIBUNG

Steigende Energiekosten, ein immer höherer Energieverbrauch und ein zunehmend unübersichtliches Informationsangebot machen Strom, Gas und Co. zu einem komplexen und häufig kaum durchschaubaren Thema. Gleichzeitig machen die Energiekosten einen hohen Anteil des Umsatzes im Betrieb aus; in Gastronomie und Hotellerie häufig über fünf bis zehn Prozent. Oberstes Ziel der Energie- und Klimapolitik muss sein, eine möglichst sichere und klimaschutzverträgliche sowie zugleich finanzierbare Energieversorgung sicherzustellen. Gerade mittelständische Unternehmen werden hier über Gebühr belastet.

POLITISCHE FORDERUNG

Bezahlbare Energie. Der Verband fordert ein wirksames Begrenzen der explodierenden Energiepreise. Die Wirtschaft braucht



ein Absenken der Energiesteuern auf die europäischen Mindestsätze. Energie, die zwar verfügbar, aber unbezahlbar ist, führt genauso zu Insolvenzen wie fehlende Energie.

Deshalb fordern wir konkret:

Energie muss bezahlbar bleiben. Die energie- und klimapolitischen Rahmenbedingungen müssen verlässlich und planbar sein, Kosten und Aufwand müssen bei Neuregelungen praxisverträglich gestaltet werden. Darüberhinaus muss der Gesetzgeber auch Reformen zur Abfallvermeidung praxistauglich und kostenneutral umsetzen.

MÖGLICHE LÖSUNGEN

In Zusammenarbeit mit dem DEHOGA Bayern hat der Umwelt- und Klimapakt Bayern einen Leitfaden für die Hotellerie- und Gastronomiebranche entwickelt, der hilfreiche Tipps und Praxisbeispiele für den betrieblichen Umweltschutz enthält.

Den Leitfaden finden Sie auf der Internetseite des DEHOGA Bayern

Auf der Internetseite energiekampagne-gastgewerbe.de gibt der DEHOGA zudem Betrieben Hilfestellungen und Anregungen rund um das Thema Energiesparen. Das über die Internetseite abzurufende Energiesparprogramm erstellt jedem Unternehmen ein individuelles Energiesparkonto. Die Auswertungsfunktion ermittelt automatisch die Entwicklung des Energieverbrauchs und gibt konkrete Energiesparempfehlungen. Zusätzlich erhalten die Teilnehmer vierteljährlich aktualisierte Energiesparblätter zu den verschiedensten Betriebsbereichen mit konkreten Fallbeispielen zum Energiesparen.

An der DEHOGA-Energiekampagne können alle Hotel- und Gaststättenbetriebe in Deutschland kostenlos teilnehmen.

Die Anmeldung erfolgt direkt über die Internetseite energiekampagne-gastgewerbe.de

Auch in Bezug auf Lebensmittelverschwendung gibt es für das Gastgewerbe bereits praxisorientierte Tipps gestützt durch die Initiative „Teller statt Tonne“, einem gemeinsamen Programm des Bayerischen



ENERGIEKOSTEN

Landwirtschaftsministeriums und dem DEHOGA Bayern.

Mehr dazu finden Sie auch auf: bayerischekueche.de

MÖGLICHE PARTNER

Der DEHOGA Bayern-Partner Imet ist Spezialist für unabhängige und praxisorientierte Betriebskostenreduzierungen und unterstützt bei der Optimierung von Energiekosten. Das Imet-Expertenteam bewertet die Versorgungssituation und prüft Potenziale zur Kostenoptimierung von gastgewerblichen Betrieben.

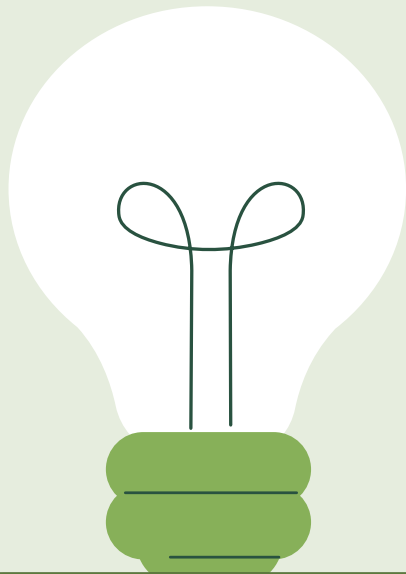


Mehr Informationen dazu siehe nebenstehenden QR-Code

Der Verbandspartner E.ON kümmert sich um die zuverlässige Lieferung von Strom und Erdgas. Darüber hinaus profitieren Hotel- und Gastronomiebetriebe im Rahmen der persönlichen Betreuung von weiteren Dienstleistungen und Energielösungen. E.ON entwickelt gemeinsam mit seinen Kunden langfristig tragfähige Lösungen zur Energie-, Emissions- und Kosteneinsparung. Diese Lösungen umfassen z.B. Ladesäulen für die Elektromobilität, Photovoltaik, dezentrale Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen, Stromspeicher, Direktvermarktung von EEG-Strom bis hin zu Energieaudits und Energieeffizienz-Netzwerken. (kw)



Mehr Informationen dazu siehe nebenstehenden QR-Code



0203475

kW-h

VON „MISCHTISCH“ BIS „PARK OVERNIGHT“

So füllt die Gastronomie WIEDER TISCHE UND KASSEN

Die Gastronomie steht durch steigende Kosten und weniger Gäste vor großen Herausforderungen. Doch es gibt Wege aus der Abwärtsspirale: Mit kreativen Konzepten wie dem „Mischtisch“ oder „Park Overnight“ können Betriebe neue Zielgruppen ansprechen, ihre Auslastung erhöhen und Gäste mit besonderen Erlebnissen begeistern.



PROBLEMBESCHREIBUNG

Gäste finden seltener den Weg ins Restaurant. Das belegen Studienzahlen und die Umsätze in der Gastronomie. Die Mehrwertsteuererhöhung hat die ohnehin gestiegenen Kosten zusätzlich nach oben getrieben. Preissteigerungen müssen an Gäste weitergegeben werden, doch die Kassen sind überall klamm. Eine Abwärtsspirale ohne Ausweg? Tatsächlich gibt es interessante Lösungsansätze, die weitere Geschäftsfelder erschließen, neue Gästegruppen erreichen und Gewinne steigern können.

POLITISCHE FORDERUNG

Die steuerliche Benachteiligung gastgewerblicher Betriebe muss ein Ende haben. Die höhere Mehrwertsteuer gefährdet Betriebe und zigtausende Arbeitsplätze. Europa zeigt, wie es besser geht: In 20 EU-Ländern gilt ein reduzierter Satz für Speisen in der Gastronomie – so sieht Wertschätzung aus für gesunde Ernährung und kulinarische Kultur, aber auch für das soziale Miteinander in der Gastronomie als unverzichtbarer Teil der Gesellschaft.

Der DEHOGA Bayern fordert Steuergerechtigkeit und fairen Wettbewerb auch in Deutschland. Die steuerliche Gleichbehandlung von Essen ist überfällig. Nur einheitlich sieben Prozent auf Essen sind fair und gerecht und eine Zukunftsinvestition, die allen zugutekommt.

MÖGLICHE LÖSUNGEN

Mischtisch:

Die Idee des „Mischtischs“ setzt auf einen zwanglosen Rahmen. Gäste, die aus verschie-

denen Gründen ohne Begleitung ins Restaurant kommen, essen gemeinsam an einem Tisch. Hintergrund der Idee: Die Menschen sind immer mobiler, leben häufig allein, essen dabei aber trotzdem gerne in Gemeinschaft und haben nach wie vor Lust auf Austausch und Miteinander.

Bei der Entwicklung der Idee berücksichtigte der DEHOGA Bayern unternehmerische Fragen der Gastronomie: Wie Sorge ich zu Stoßzeiten für eine bessere Belegung der Tische? Wie erreiche ich längere Verweilzeiten und damit mehr Umsatz? Wie locke ich neue Gäste in mein Lokal und wie Sorge ich dafür, dass sie ihren Besuch genießen, mit einem guten Gefühl gehen und gerne wiederkommen?

Kurzum, der einzelne Gast, der am Misch Tisch sitzt und sich gut unterhält, belegt keinen eigenen Tisch, bleibt eventuell länger oder konsumiert mehr und kommt aufgrund der positiven Erfahrung gerne wieder. Mehr Informationen zum Misch Tisch und wie man teilnehmen kann, gibt es unter: misch-tisch.de

Musikantenfreundliches Wirtshaus:

Gutes Essen, freundlicher Service und ein schönes Ambiente sorgen dafür, dass Gäste sich wohlfühlen. Livemusik setzt dem Ganzen noch die Krone auf. Dass ungezwungenes, spontanes musizieren und singen nicht nur erlaubt, sondern sogar erwünscht sind, zeigen Betriebe mit der Plakette „Musikantenfreundliches Wirtshaus“. Die Auszeichnung wird jährlich von bayerischen Bezirken, dem Bayerischen Landesverein für Heimatpflege sowie dem DEHOGA Bayern verliehen. Im Gegenzug stellt das Wirtshaus für die Musizierenden Brotzeit und Getränke bereit. Betriebe, die an einer Auszeichnung interessiert sind, wenden sich an volksmusik@heimat-bayern.de.

Camping auf dem Hotelparkplatz:

Mit dem Service „Park Overnight“ profitieren Betriebe direkt vom Camping-Trend. Anbieter haben die Möglichkeit, durch die optimierte Nutzung ihrer Parkflächen ein zusätzliches Einkommen und eine wachsende Zielgruppe



GEWINN- UND
UMSATZRÜCKGÄNGE

anzusprechen. Hierfür benötigt es keinerlei Infrastruktur, nur eine nachts ungenutzte Parkfläche.


Für Betriebe entsteht kein zusätzlicher Aufwand. Mit einem Stellplatzschild wird der Platz markiert und Reisende können gegen eine Stellplatzgebühr dort nächtigen. Zusätzlich lassen sich gastronomische Angebote auf diese Gästegruppe ausweiten, etwa mit einem Frühstücksservice oder der Nutzung des Hotelrestaurants. Auf Plattformen wie Nomady können Hoteliers ihr Angebot an Stellplätzen inserieren und so leicht gefunden werden.

Partner:

Der DEHOGA Bayern kooperiert mit verschiedenen Partnern, mit denen Betriebe ihre Kosten optimieren und Gewinne steigern können. Dazu zählt die HOGA Beratung. Sie unterstützt unter anderem bei den Themen Kostenplanung für Energie, Lebensmittel, Pacht, hilft bei der Erstellung von Gutachten für Bankkredite oder berät Betriebe beim Thema Digitalisierung. Getränke und Lebensmittel können DEHOGA Bayern-Mitglieder günstig über die HOGAST oder die Pro Order GmbH beziehen. Energiekosten lassen sich über Partner wie Imet oder E.ON reduzieren.



Alle Partner finden Sie hier
übersichtlich zusammen-
gestellt

Doch das Gastgewerbe steckt voller Ideen, man muss sich nur inspirieren lassen. (jj) 

Weitere Tipps gibt es im Ideen-Pool des DEHOGA Bayern unter:
www.wirtshauskultur.bayern/ideenpool

BAYERNS LEBENSGEFÜHL VERMARKTEN

Neue Wege, um Gäste zu gewinnen

Bayern ist das beliebteste Reiseland in Deutschland und zieht jährlich Millionen von Gästen aus dem In- und Ausland an. Damit das so bleibt, setzt die Bayern Tourismus Marketing GmbH (BayTM) auf aufmerksamkeitsstarke Marketingmaßnahmen, die potenzielle Gäste zu einer Reise nach Bayern inspirieren. Davon profitieren insbesondere Gastronomen, Hoteliers und Gastgeber.

Die BayTM vermarktet Bayern als vielseitige und "traditionell andere" Destination. Ihr Ziel ist es, mit aufmerksamkeitsstarken Marketingkampagnen das Image Bayerns im In- und Ausland bei potenziellen Gästen zu schärfen. Über ihre eigenen reichweitenstarken Kanäle spricht die BayTM potenzielle Gäste an und vermittelt ihnen mit spannenden Geschichten ein facettenreiches, faszinierendes Bild von Bayern, das Sehnsüchte weckt und das bayerische Lebensgefühl erlebbar macht. Seien es tief verwurzelte Traditionen und Bräuche, ausgelassene Tanz- und Musikveranstaltungen oder eine deftige Brotzeit unter den schattigen Kastanienbäumen eines Biergartens – im Mittelpunkt der vielseitigen Geschichten stehen Menschen aus Bayern, leidenschaftliche Köche, innovative Winzerinnen oder engagierte Gastgeber aus Hotellerie und Gastronomie. Denn sie sind es, die das bayerische Lebensgefühl jeden Tag in besonderer Weise verkörpern.

DIE PERFEKTE MARKETING-BÜHNE

Damit schafft die BayTM einen idealen Rahmen für Leistungsträger, um mit maximaler Aufmerksamkeit für sich und ihre Angebote zu werben. Dabei setzt die BayTM auf einen ausgewogenen Mix aus klassischen und neuen Medien, angepasst an Markt und Zielgruppe.


Ob „Bayern. Das Magazin“, TikTok, Instagram, Newsletter, der „hock di her“-Podcast oder das „erlebe.bayern“-Online-Reisemagazin – alle Kanäle der BayTM bieten ein exklusives Bayern-Umfeld und erreichen so garantiert Menschen, die Bayern lieben und gezielt nach authentischen Erlebnissen suchen. Zusätzlich profitieren alle Partner, die im Werbeumfeld der BayTM integriert sind, vom positiven Imagetransfer der Dachmarke Bayern. In diesem Jahr stehen insbesondere die Schwerpunktthemen Genuss und Kulinarik im Fokus der Marketingarbeit. Von Weinurlaub-Tipps über Genusswanderungen bis hin zu kulinarischen Ausflügen: Mit spannenden Reportagen zeigt die BayTM alle Facetten von Bayerns Genusslandschaften - vom Landwein bis zur Sterneküche.

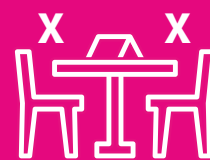
DREI BEISPIELE FÜR WIRKUNGSVOLLE MASSNAHMEN

Der E-Mail-Newsletter „Kulinarik“ zeigt vier Mal pro Jahr über 12.000 kulinarikaffinen Abonnenten aus dem gesamten DACH-Raum, welche gastronomischen Highlights Bayern zu bieten hat.

Eine weitere Möglichkeit, regionale bayerische Produkte zu präsentieren und zu zeigen, dass diese tief in der bayerischen Lebensart verwurzelt sind, ist eine Social-Media-Koope-

ration: „Eine kulinarische Reise durch Bayern“. Hierfür besuchen die Creator @kuechenstuebchen oder @tegernsee_kitchen beispielsweise Produzenten oder kulinarische Betriebe, packen aktiv bei deren Tätigkeiten mit an und tauchen dabei in die bayerische Kulinarik, landwirtschaftliche Tradition und Lebensart ein, um diese ihren Communities näherzubringen. Die Eindrücke der Reise werden zudem auch auf dem Instagram-Account der BayTM geteilt. Der Content erreicht so insbesondere eine kaufkräftige Zielgruppe aus dem DACH-Raum, im Alter von 25-49 Jahren, für die Genuss, nachhaltiges Reisen und regionale Produkte einen hohen Stellenwert haben.

Im Online-Reisemagazin erlebe.bayern können Angebote in Form eines Sponsored Listicle präsentiert werden. Listicles sind kurze Artikel in Form einer Liste und besonders geeignet, um Informationen kompakt und übersichtlich darzustellen. Das Online-Reisemagazin erreicht pro Jahr über 3.000.000 Leser. Mit verschiedenen Themenspecials werden gezielt Interessierte für die jeweiligen Schwerpunkte, wie z.B. Genuss und Kulinarik, angesprochen. Ergänzend dazu wird die jeweilige Partner-Seite mit konkreten Erlebnis-Tipps, Angeboten und Tourenvorschlägen integriert und auf der Themenseite gemeinsam mit relevanten Reportagen und Listicles präsentiert. Diese Inhalte werden über einen Zeitraum von zwölf Wochen aktiv beworben. 



WENIGER GÄSTE

Weitere Informationen:

Sie möchten Ihr Unternehmen oder Ihre Angebote ebenfalls einem bayern-interessierten Umfeld präsentieren?



Hier finden Sie alle Marketingkooperationsmöglichkeiten der BayTM auf einen Blick.

STORYTELLING ALS SCHLÜSSEL ZUR GÄSTEBINDUNG

Menschen, Erlebnisse und die Kraft der Geschichten

Die Wahl eines Hotels hängt längst nicht mehr nur vom Preis oder der Ausstattung ab. Heute suchen Gäste nach authentischen Erlebnissen, nach Geschichten, die Emotionen wecken und sie in die Region eintauchen lassen. Im digitalen Zeitalter wird Storytelling zur wirkungsvollen Strategie, um Hotels von der Masse abzuheben und Gäste durch echte Einblicke und lokale Begegnungen langfristig zu binden.

Nicht mehr nur der Preis oder die Ausstattung entscheidet über die Wahl eines Hotels. Für viele Gäste sind es die Geschichten, die das Hotel erzählt, und die Emotionen, die diese Geschichten wecken – sie machen den entscheidenden Unterschied. Storytelling ist in der Hotellerie mehr als ein Trend: Es ist zu einem mächtigen Instrument geworden, das Hotels dabei hilft, sich von der Konkurrenz abzuheben, eine starke emotionale Verbindung zu ihren Gästen aufzubauen und langfristige Loyalität zu fördern. Doch was genau bedeutet Storytelling in der Hotellerie, und wie lässt es sich so umsetzen, dass Gäste nicht nur Zimmer, sondern echte Erlebnisse buchen?

Die KRAFT DES STORYTELLINGS

Im digitalen Zeitalter, in dem Vergleichsportale und Bewertungen die Entscheidungsfindung dominieren, suchen Gäste zunehmend nach einem Mehrwert, nach etwas, das ein Hotel aus der Masse heraushebt. Forschungsergebnisse zeigen, dass Geschichten das menschliche Gehirn stärker ansprechen als reine Informationen, da sie Emotionen aktivieren und im Gedächtnis verankert bleiben. Für Hotels bedeutet das: Eine gut erzählte Geschichte kann weit mehr bewirken als eine klassische Marketingbotschaft. Sie bleibt im Gedächtnis,

bindet den Gast emotional und beeinflusst das Buchungsverhalten positiv.

MENSCHEN ALS HERZSTÜCK DER GESCHICHTE

Nicht jedes Haus scheint sich auf den ersten Blick zum Storytelling zu eignen – sei es von der eigentlichen Geschichte oder der Architektur her. So sind es in der Hotellerie oft die Menschen, die das Erlebnis erst möglich machen. In Bayern wird dieser Ansatz besonders deutlich, da hier die Herzlichkeit und Authentizität der Mitarbeitenden tief in der



9 Schritte zum guten Storytelling:

1. Definieren Sie, wer Sie sind und an welchen Gästekreis Sie sich richten möchten.
2. Binden Sie Ihre Team-Mitglieder mit ein und ermutigen Sie Ihre Mitarbeitenden dazu, sich aktiv einzubringen. Beispielsweise teilen Sie ihre persönlichen Tipps und Lieblingsplätze der Region.
3. Nutzen Sie visuelles Storytelling – Erstellen Sie hochwertige Bilder und kurze Videos für Website und Social Media, die das Hotel und die Region authentisch zeigen.
4. Bleiben Sie konsistent – Halten Sie Erzählweise und Tonalität auf allen Kanälen (Website, Social Media, Gästelobby) einheitlich.
5. Website als erste Erzählplattform – Integrieren Sie Persönliche Geschichten und Team-Porträts auf der Website, um eine persönliche Verbindung zu schaffen.
6. Social Media für Echtzeit-Einblicke – Regelmäßig spontane Einblicke und Behind-the-scenes-Momente posten, die das tägliche Leben im Hotel zeigen.
7. Newsletter und Gästelobby nutzen – Sprechen Sie Stammgäste mit saisonalen Geschichten und Empfehlungen an, um die Beziehung über den Aufenthalt hinaus zu stärken.
8. Lokale Erlebnisse einbinden – Empfehlungen für lokale Aktivitäten und Geheimtipps des Teams als Teil der Hotelgeschichte präsentieren.
9. Leben Sie, wer Sie sind und wer Sie sein möchten – die Geschichten müssen sich durch das ganze Unternehmen konsequent durchziehen.




WENIGER GÄSTE

Kultur verankert sind. Ein Aufenthalt in einem bayerischen Hotel ist oft auch eine Begegnung mit den Lebensgeschichten der Menschen vor Ort. Ob die Rezeptionistin aus München, die Insidertipps parat hat, oder der Koch aus dem Allgäu, der seine Lieblingsrezepte teilt – diese Menschen machen den Aufenthalt und das Hotel einzigartig und bringen die Region den Gästen näher.

Für eine starke Hotel-Story ist Authentizität unerlässlich. Gäste möchten keine „inszenierten“ Geschichten, sondern echte Einblicke in die Kultur und das Leben der Menschen vor Ort.

In Bayern bietet das Storytelling den idealen Rahmen, um die regionale Kultur und die Traditionen des Landes den Gästen näherzubringen. Der Einfluss der regionalen Kultur auf die Hotellerie schafft dabei eine Brücke zwischen Gast und Region.

Storytelling in der Hotellerie geht über reines Marketing hinaus: Es rückt die Menschen hinter dem Hotel in den Mittelpunkt und schafft authentische Erlebnisse. Durch die persönlichen Geschichten der Mitarbeitenden wird das Hotel zu einem Ort echter Begegnungen, an den Gäste gerne zurückkehren.

Die Gäste erleben Bayern durch die Augen der Einheimischen und nehmen ein Gefühl von bayerischer Lebensfreude und Herzlichkeit mit, das über den Aufenthalt hinauswirkt und die Gastfreundschaft greifbar macht. 



Tobias Kannenberg,
Head of Marketing & PR
bei DIRS21

HOTELLERIE UND GASTRONOMIE UNTER DRUCK

Wie das Gast- gewerbe um seine Zukunft kämpft



Die Gastronomie und Hotellerie stehen vor massiven Herausforderungen: Hohe Inflation, steigende Energiekosten und die Rückkehr zu 19 Prozent Mehrwertsteuer setzen die Branche unter Druck. Investitionen werden verschoben, Betriebe kämpfen ums Überleben. Doch wie HOGA-Geschäftsführerin Annke Horn zeigt, gibt es Lösungen – von gezielten Förderprogrammen bis hin zu branchenspezifischen Finanzierungsmodellen.



FINANZIERUNG

PROBLEMBESCHREIBUNG

Hotellerie und Gastronomie kämpfen mit drastischen Kostensteigerungen, hoher Inflation und einer erhöhten Mehrwertsteuer. Preissteigerungen belasten Betriebe und Gäste. Seit Januar 2022 sind die Preise für Gaststättendienstleistungen um 23 Prozent gestiegen. Energiekosten kletterten um 29,3 Prozent, Lebensmittel um 25,9 Prozent. Die Arbeitskosten stiegen sogar um 31,5 Prozent. Bis zum 31. Dezember 2023 ist es mit den sieben Prozent Mehrwertsteuer gelungen, diese enormen Kostensteigerungen zumindest teilweise abzufedern und nicht 1:1 an die Gäste weiterzugeben. Parallel dazu brechen die realen Umsätze ein und die Inflation frisst die Einnahmen auf. Dies hat mitunter die Konsequenz, dass rund 80 Prozent der von den Betrieben geplanten Investitionen aktuell verschoben werden.

POLITISCHE FORDERUNG

Um die Vielfalt unseres überwiegend familiengeführten Gastgewerbes zu erhalten, muss die Wettbewerbsfähigkeit gesichert werden. Der reduzierte Mehrwertsteuersatz auf Speisen ist ein wesentlicher Faktor. Zudem braucht es Freiraum für Leistung, Ideen, Mut und Arbeit, damit die Betriebe sich zukunftsfähig ausrichten können. Um die dafür notwendigen Investitionen und deren Finanzierung zu ermöglichen, benötigt es die Wiedereinführung von Förderprogrammen, wie beispielsweise das Gaststättenmodernisierungsprogramm, die gezielt die familiengeführten gastgewerblichen Betriebe fördern.

MÖGLICHE LÖSUNGEN

Sollten Gastgeber Kreditmittel über ihre Hausbank oder Finanzierungspartner für Investitionen beschaffen wollen, wird in der Regel eine sogenannte Vorausschauende Wirtschaftlichkeitsberechnung gefordert – von den Banken oft auch als „HOGA-Gutachten“ bezeichnet. Die HOGA-Beratung, als 100-prozentige Tochter des DEHOGA Bayern, ist auf die wirtschaftliche Beratung gastgewerblicher Unternehmen spezialisiert und unterstützt Betriebe durch die Erstellung des „HOGA-Gutachtens“.

Diese von der HOGA-Beratung erstellten Planrechnungen ermitteln auf Basis einer Markt-Standort-Analyse die potenzielle Ertragskraft des gastgewerblichen Konzepts und stellen den Erträgen die entsprechenden betrieblichen Kosten gegenüber. Anhand des so ermittelten Betriebsergebnisses kann die wirtschaftliche Tragfähigkeit für einen zu leistenden Kapitaldienst beurteilt werden. Diese branchenspezifischen Berechnungen dienen als grundsätzliche Entscheidungshilfe für Investitionsvorhaben und auch als neutrale Verhandlungsgrundlage mit Investoren, potenziellen Betreibern, Kreditinstituten sowie bei der Vergabe öffentlicher Finanzhilfen und Zuschüsse. Ergänzend kann die HOGA-Beratung ein Investitionsprojekt auch auf mögliche Förderzuschüsse oder Förderdarlehen prüfen lassen.

Weitere Unterstützung bietet die HOGA-Beratung zum Beispiel bei der Ist-Analyse der Umsatz- und Kostenstrukturen sowie Kennzahlen und entsprechenden Handlungsempfehlungen.

Für eine kostenfreie Erstberatung wenden sich interessierte Unternehmer an:


**HOGA Hotel- und
Gaststätten-Beratungsgesellschaft mbH**
Annke Horn
Türkenstraße 7 | 80333 München
Tel: +49 89 45 74 71-0
E-Mail: info@hoga-muenchen.de
www.hoga-muenchen.de

WEITERE MÖGLICHE PARTNER

Mit dem DEHOGA Bayern-Kompetenzpartner finanzierung.com finden Unternehmen schnell und unkompliziert flexible Finanzierungslösungen, die speziell auf die Herausforderungen der Gastgewerbebranche zugeschnitten sind. Der Finanzierungsvermittler bietet mit einem breiten Netzwerk von Investoren und Finanzierungspartnern maßgeschneiderte Lösungen, die geschäftlichen Ziele unterstützen und nachhaltiges Wachstum fördern.



Mehr Informationen
dazu siehe neben-
stehenden QR-Code

Die Bürgschaftsbank Bayern unterstützt Hoteliers und Gastronomen als Selbsthilfe-einrichtung der Branche zum Zwecke der Mittelstandsförderung bei der Realisierung beziehungsweise Festigung einer Geschäftsidee. Fehlende oder nicht ausreichende Sicherheiten werden durch die Bürgschaftsbank ersetzt und ermöglichen somit betriebsgerechte Finanzierungen. 

Weitere Informationen finden Sie unter:
www.bb-bayern.de

MARTIN DROGNITZ VON DER IHK IM INTERVIEW

19 VON 20 UNTERNEHMEN

ERLEBEN BEI DER SCHLUSSABRECHNUNG KEINE ÜBERRASCHUNG

Für manche das „Unwort des Jahres“, für andere ein notwendiges Übel: die Corona Schlussabrechnung. Sie soll einen Schlusstrich ziehen nach einer Zeit der Entbehrungen, Unsicherheiten und finanziellen Einbußen. *Gastgeber Bayern* traf Martin Drognitz, Mitglied der Hauptgeschäftsführung bei der IHK für München und Oberbayern, zum Gespräch. Die IHK für München und Oberbayern übernimmt im Auftrag des Bayerischen Wirtschaftsministeriums seit Juni 2020 als Bewilligungsstelle für ganz Bayern die Abwicklung der Corona-Wirtschaftshilfen – hierzu gehört auch die Schlussabrechnung. Eine Ausnahme bilden die Corona-Soforthilfen, welche nicht in der Zuständigkeit der IHK liegen.

Wie viele Länder unterstützen Unternehmen eigentlich finanziell, um Verluste durch die Corona Pandemie auszugleichen?

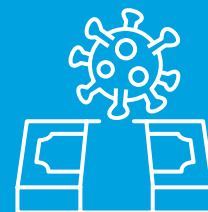
Internationale Zahlen sind mir nicht bekannt. Aber innerhalb der EU hat jedes Land die Wirtschaft mit unterschiedlichen Programmen unterstützt. Jedoch: Kein EU-Land hat so viel ausgezahlt wie Deutschland. Bis Juni 2022 investierte Deutschland 71 Milliarden an Corona Wirtschaftshilfen. 14,2 Milliarden davon gingen an Unternehmen in Bayern. Davon flossen circa 41 Prozent als Hilfe ins Gastgewerbe – klar, die Branche war ja auch besonders stark von den Auswirkungen der Pandemie betroffen. Allein die IHK hat davon 11,9 Milliarden ausgezahlt, knapp 450.000 Anträge gingen ein.

Wie hoch, schätzen Sie, sind die Belastungen für das Gastgewerbe durch die Corona-Schlussabrechnung?

Die Wirtschaftshilfen basierten von Anfang an auf Prognosedaten. Also: Wie viel Umsatz entgeht mir im Förderzeitraum? Mit der Schlussabrechnung wird abgeglichen: Lagen die Prognosen richtig? Es gibt drei mögliche Ergebnisse: Alles wurde richtig eingeschätzt und kalkuliert – dann ändert sich nichts. War die Prognose zu optimistisch und es wurde weniger Umsatz erwirtschaftet als erwartet, gibt es eine Nachzahlung vom Staat, also zusätzliches Geld. War die Prognose zu pessimistisch und es kam unerwartet mehr Geld in die Kassen, ist eine Rückzahlung beziehungsweise eine Teilrückzahlung fällig.

Betroffene haben im Fall einer Rückforderung hierfür sechs Monate Zeit. Die durchschnittliche Rückzahlungssumme liegt bei 4.785 Euro.





CORONA-RÜCKZAHLUNGEN

Wir bemühen uns, die Belastungen für Betriebe so gering wie möglich zu halten. Die Rückzahlung kann auch als Stundung oder Ratenzahlung geleistet werden. Bei Härtefällen versuchen wir mit den bayerischen Ministerien für jeden eine Lösung zu finden. Bisher ist mir kein Fall bekannt, der aufgrund von zu hohen Rückzahlungsforderungen seinen Betrieb schließen musste.

Für wie transparent und fair halten Sie denn grundsätzlich die Kriterien der Corona-Fördermittel für die Betriebe?

Grundsätzlich halten wir die Fördermittel für fair und gut durchdacht. Den meisten konnte über die schwere Zeit hinweggeholfen werden. Doch manches hätten wir gerne anders gestaltet. Ein Aspekt ist das Thema Transparenz. Der Bund hat sehr genau definiert, was förderfähig ist und was nicht. Hier konnte die IHK nahezu nichts selbst entscheiden. Die Förderrahmenbedingungen sind vom Bund aber nicht in dem Detailgrad veröffentlicht, wie sie den Bewilligungsstellen zur Verfügung stehen. So gab es viele Unklarheiten und Rückfragen von Seiten der Steuerberater und Unternehmer. Manche Aspekte wurden auch erst später klar als „förderfähig“ und „nicht förderfähig“ definiert. Das erzeugte bei manchem den Eindruck, etwas sei erst förderfähig gewesen und dann nicht mehr. Fakt ist aber: Mit der Schlussabrechnung werden alle Antragsteller nach den gleichen Regeln behandelt. Die Kommunikation mit der Öffentlichkeit, den Steuerberatern und Unternehmern übernahm in vielen Fällen die IHK. Wir waren aber nur der Bote, nicht der Entscheider – haben dafür aber den Unmut der Unternehmen abbekommen.

Besonders viel Unmut gab es beim Thema Verbundunternehmen. Dieser Begriff bezieht sich auf Unternehmen, die rechtlich oder wirtschaftlich miteinander verbunden sind, beispielsweise durch gemeinsame Eigentümer oder familiäre Beziehungen. Ein Beispiel: Führen Bruder und Schwester getrennte Betriebe, sind sie dennoch durch ihre Verwandtschaft als „Verbund“ zu betrachten und nur gemeinsam antrags- bzw. fördermittelberechtigt. Wie stehen Sie dazu?

Das ist ein schwieriges Thema. Den Ärger können wir gut verstehen. Der Gedanke vom Bund dahinter war: Unternehmen, die im Verbund tätig sind, können sich wirtschaftlich gegenseitig unterstützen, ohne dass der Steuerzahler einspringen muss. Das Konzept wurde anfangs nicht verständlich erklärt. Es gilt aber in allen Bundesländern, nicht nur in Bayern. Die IHK hat hier viel Aufklärungsarbeit geleistet. Die Entscheidung, dass so auszulegen, lag aber allein beim Bund. Dort, wo Ermessen möglich war, hat die IHK die Förder-Rahmenbedingungen unternehmerfreundlich gestaltet. Ein Beispiel ist das Ansetzen von Rechnungen. Die konnten bayerische Unternehmen in verschiedenen Monaten ansetzen. Das wurde in anderen Bundesländern teils strenger gehandhabt.

Viele Unternehmen beklagen den bürokratischen Aufwand bei der Schlussabrechnung. Konnte die IHK den Prozess erleichtern?

Der Aufwand wird tatsächlich nicht nur von den Unternehmen beklagt, sondern auch von den Steuerberatern. Ich kann die Klagen verstehen, doch man muss berücksichtigen: Es handelt sich ja um Steuergelder. Da gilt es stets vorsichtig abzuwägen und zu prüfen. Auch wenn es nur wenige sind: Es gibt Fälle von Betrug und Strafverfahren. Ohne die Unterstützung durch die Steuerberater hätten wir die Arbeit nicht geschafft. Sie haben diesen Berg an Zahlen aufbereitet und strukturiert in das System eingepflegt. Die Bewilligungsstellen mussten aber an der ein oder anderen Stelle nachfragen. Hier gibt es explizite Prüfvorgaben von Seiten des Bundes. Beispiele: Der Abgleich mit den beim Finanzamt hinterlegten Daten stimmt nicht überein, die Steuer-ID gibt es nicht oder die IBAN ist nicht hinterlegt. Ab einer bestimmten Fördersumme muss die Bewilligungsstelle tiefer auf Plausibilität prüfen. Das kann man bürokratisch finden, aber es ist leider notwendig.

Wie gestaltet die IHK die Kommunikation mit Unternehmen, die nach der Schlussabrechnung Rückzahlungen leisten müssen?

Zunächst: Der Bescheid enthält alle notwendigen Informationen. Zusätzlich stellen wir auf unserer Website ausführliche Informationen zu dem Thema bereit. Mit der Steuerberaterkammer haben wir mehrere Webinare angeboten. Zudem haben wir eine eigene Info-Hotline eingerichtet, über die Unternehmen und Steuerberater mit uns in Kontakt treten können. Wir versuchen insbesondere dort, wo ein Unternehmen in Not gerät, diesem entgegenzukommen. (Anm. d. Red.: Die Hotline ist besetzt von Montag bis Donnerstag 08:00 bis 18:00 Uhr, Freitag 08:00 bis 16:00 Uhr. Telefon: 089/ 5116 1111. E-Mail: wirtschaftshilfen@muenchen.ihk.de)

Gibt es besondere Kritikpunkte oder Erfolgsgeschichten, die für zukünftige Förderprogramme relevant sein könnten?

Einer der größten Kritikpunkte war die Frage, warum die Schlussabrechnung so lange dauert. Vor allem, wenn Unternehmen Nachzahlungen erwarten, wünschen sie eine schnelle Abwicklung. Wir arbeiten nach Antragseingang, so ist es fair für alle. Die Einreichung der Schlussabrechnung war in den allermeisten Fällen seit Mitte 2022 möglich. Wenn erst im Oktober 2024 eingereicht wurde, dauert die Bearbeitung entsprechend länger. Wir versuchen aber insbesondere dort, wo ein Unternehmen in Not gerät, diesen entgegenzukommen. Das sind aber Ausnahmen. So etwas verlangsamt natürlich die Bearbeitung anderer Betriebe, die ihre Anträge früher eingereicht haben. (jj) ☹

INTERVIEW MIT DER PSYCHOLOGIN ANKE VON SKERST

Dankbarkeit und Akzeptanz

ALS SCHLÜSSEL
ZUR RESILIENZ

Anke von Skerst ist auch als Coach für die Bayern Tourist GmbH (BTG) tätig und bietet unter anderem Seminare etwa zu Mitarbeiterführung, Resilienz und Marketing an.

Eine Übersicht über die Seminare der BTG finden Sie hier





CORONA-FOLGEN

Frau von Skerst, Corona hat nicht nur wirtschaftlich, sondern auch mental bei unseren Gastgebern Spuren hinterlassen. Wie kann man diese Zeit loslassen, um wieder positiv durchzustarten?

Ein elementares Wort beim Thema Resilienz ist Dankbarkeit. Gastgeber sollten die Perspektive wechseln und anerkennen, dass sie trotz aller Verluste und Herausforderungen weiterhin da sind. Neben der Dankbarkeit ist Akzeptanz wichtig – akzeptieren, dass das Leben gute wie schlechte Zeiten mit sich bringt. Jens Corssen, ein Münchner Psychologe, sagt: „Wer sich bewusst für das Leben entscheidet, der nimmt nicht nur Sonnenschein und Erfolg an, sondern entscheidet sich auch automatisch für Regen und Misserfolge.“ Dieses Bewusstsein kann helfen, das Leben aktiver zu gestalten und sich als selbstwirksam zu erleben.

Natürlich ist es nicht einfach, sich von den Belastungen der Pandemie zu lösen. Aber wer weiterhin Gastgeber ist, hat sich bewusst für diesen Beruf und die Herausforderungen entschieden. Es hilft, die Erlebnisse der Pandemie in einem neuen Licht zu sehen: als Teil eines Lebenswegs, der uns stärker machen kann.

Wie motiviere ich in diesem Zusammenhang mein Team?

Dankbarkeit kann man nicht einfordern, aber vorleben. Gastgeber, die Zuversicht und eine positive Einstellung ausstrahlen, stecken ihr Team damit an. Wichtig ist auch, den Teammitgliedern zuzuhören und sie in Entscheidungsprozesse einzubinden. Veränderungen, wie sie die Pandemie mit sich brachte, können auch Chancen bieten.

Ich ermutige Gastgeber dazu, Routinen zu hinterfragen und die Einzigartigkeit ihres Betriebs neu zu entdecken. In meinen Seminaren bin

ich oft überrascht, wie wenig Gastgeber sich der besonderen Stärken ihres Betriebs bewusst sind. Ich lasse sie dann über ihre USPs – also Alleinstellungsmerkmale – nachdenken und diese klar formulieren. Das motiviert nicht nur sie selbst, sondern auch ihr Team.

Ist es sinnvoll, nach Corona mit einer anderen Mentalität sein Geschäft zu führen?

Die Pandemie hat uns gelehrt, flexibel und anpassungsfähig zu bleiben. Gastgeber müssen bereit sein, mit Unvorhergesehenem zu schwingen. Diese Bereitschaft, die viele von uns bereits im Alltag bei spontanen Herausforderungen zeigen, ist eine Stärke. Wer mit einer offenen Haltung an Probleme herangeht, kann aus ihnen lernen und gestärkt hervorgehen.

Wichtig ist es auch, nicht in starren Mustern zu verharren. Veränderungen können die Chance bieten, alte Strukturen zu überdenken. Wer den Mut hat, Abläufe neu zu gestalten oder sich an veränderte Marktbedingungen anzupassen, kann langfristig profitieren. Es geht darum, sich auf das Leben einzulassen – mit all seinen Höhen und Tiefen.

Wie schaffen Gastgeber eine Balance zwischen Beruflichem und Privatem?

Das Zauberwort ist Achtsamkeit. Es bedeutet, bei sich zu sein und bewusst kleine Pausen einzulegen. Viele Gastgeber reagieren nur auf äußere Anforderungen, statt aktiv Momente der Entspannung zu schaffen. Diese Pausen muss man sich selbst nehmen, nicht darauf warten, dass sie sich ergeben. Entspannung bedeutet, sich für etwas zu entscheiden, das einen nährt – sei es ein Spaziergang oder eine Tasse Tee.

Ich habe selbst oft erlebt, wie Gastgeber keine bewussten Ruhephasen in ihren Tag integrieren. Das führt langfristig zu Erschöpfung. Wichtig ist es, sich gezielt kleine Mo-

mente der Auszeit zu nehmen, auch wenn es nur fünf Minuten sind. Diese bewusste Entscheidung gibt Energie und verhindert, dass man sich von äußeren Umständen überwältigt fühlt.

Welche Rolle spielt Abgrenzung dabei?

Abgrenzung ist lernbar. Das Wichtigste ist, die eigene Bereitschaft zu entwickeln, aus der Reaktion in die Aktion zu treten. Dabei können Coaches oder Bücher helfen. Entscheidend ist, das eigene Verhalten zu reflektieren und bewusst zu steuern.

Wer ständig nur reagiert, fühlt sich fremdbestimmt und unzufrieden. Abgrenzung bedeutet, auch mal ‚Nein‘ zu sagen und sich bewusst für die eigenen Bedürfnisse einzusetzen. Es ist ein Prozess, aber ein sehr wichtiger, um langfristig Resilienz aufzubauen.

Wie entspannen Sie nach einem langen Arbeitstag?

Ich nehme mir bewusst Zeit für einen Spaziergang, oft mit unserem Hund. Besonders im Wald finde ich zur Ruhe, indem ich die Bäume anschau und die Relationen des Lebens erkenne. Kleine Rituale, wie eine heiße Tasse Tee, helfen mir ebenfalls, den Tag abzuschließen und abzuschalten.

Es ist wichtig, sich selbst Raum zu geben und nicht sofort wieder im nächsten To-do zu versinken. Diese Momente der Achtsamkeit und Selbstfürsorge sind essenziell, um langfristig Kraft zu schöpfen. (kw)

RECHTSSCHUTZ IN DER PRAXIS

SICHER DURCH DEN RECHTSSTREIT: DREI UNTERNEHMER ERZÄHLEN

Ob Streit um Fortbildungskosten, blockierte Zufahrten oder abgelehnte Corona-Hilfen – für viele Betriebe kann ein Rechtsstreit schnell teuer werden. Gastgeber Bayern zeigt anhand von drei Beispielen, wie Betroffene mit Hilfe ihrer Rechtsschutzversicherung finanzielle Risiken minimieren und ihre Interessen erfolgreich durchsetzen konnten. Denn DEHOGA Bayern-Mitglieder sind automatisch rechtsschutzversichert.

FALLBEISPIEL I:

DARKO STANIC, MANAGING DIRECTOR IM AUGUSTINER KELLER IN MÜNCHEN

„Wir sind der Meinung, dass unsere Mitarbeiter die Chance haben sollten, sich beruflich weiterzuentwickeln. Aus diesem Grund übernehmen wir häufiger die Fortbildungskosten für unsere Mitarbeiter.“

In einem Fall haben wir knapp 3.000 Euro Fortbildungskosten für einen Mitarbeiter übernommen, der dann aber noch während der Fortbildung von selbst aus bei uns kündigte. Wir waren der Meinung, dass wir dann die Ausbildungsvergütung von ihm zurückerhalten würden, da wir ja schuldlos an seiner Kündigung waren. Das Arbeitsgericht sah das in erster Instanz jedoch anders und meinte, wir hätten keinen Rückzahlungsanspruch. Erst in zweiter Instanz vor dem Landesarbeitsgericht bekamen wir zumindest teilweise recht und konnten eine teilweise Rückerstattung erreichen. Das Verfahren hätte uns ohne Rechtsschutzversicherung knapp 1.800 Euro gekostet.“



FALLBEISPIEL II:

FAMILIE PRINZ, LANDHOTEL PRINZ IN AUFHAM

Wir betreiben im wunderschönen Aufham in Oberbayern ein 4-Sterne-Wellness-Hotel. Zu unserem Hotel führt eine Auffahrt, die circa 15 Meter über das Grundstück des Nachbarn führt und über die es jahrzehntlang keinen Streit gab. Im März 2022 hat der Nachbar die Zufahrt durch eine Stützmauer und einen Eisenpflock jedoch derart eingeschränkt, dass eine Zufahrt für die Gäste und insbe-



sondere die Feuerwehr nicht mehr problemlos möglich war. Da sich keine Einigung erzielen ließ, habe ich über die Geschäftsstelle des Verbandes angefragt, ob dieser Sachverhalt über den Gruppen-Rechtsschutzvertrag der Mitglieder versichert wäre und ich einen Anwalt meines Vertrauens beauftragen könne. Ich habe innerhalb kürzester Zeit die Kostenübernahme der ÖRAG erhalten, so dass mein Anwalt direkt übernehmen konnte und ich keine Sorgen wegen der Kosten haben musste.

Mein Anwalt nahm Kontakt mit der Gegenseite auf und versuchte, eine Lösung zu finden.

Leider konnte auch in einem gemeinsamen Ortstermin mit unseren Anwälten kein Ergebnis gefunden werden, so dass wir Klage einreichen mussten. Das Gericht schaltete für die Entscheidungsfindung einen Bausachverständigen ein, der sich die Lage vor Ort anschauen sollte. Für den Gutachter war ein Vorschuss in Höhe von 5.000 Euro erforderlich, den die ÖRAG direkt an meinem Anwalt überwiesen hat. Nach diesem Gutachten konnten wir mit dem Nachbarn eine Einigung erreichen, so dass die Zufahrt nun wieder ordnungsgemäß zu nutzen ist. Der Nachbar musste aufgrund

des Vergleichs die Hälfte der Gerichts- und Gutachterkosten übernehmen.

Die ÖRAG hat in diesem Fall für meinen Anwalt mehr als 2.500 Euro übernommen und für die Gutachter- und Gerichtskosten nochmal knapp 2.500 Euro. Wenn wir die Klage verloren hätten, wären für die ÖRAG sogar Kosten in Höhe von 10.000 Euro entstanden, die auch übernommen worden wären. Ich bin sehr froh, dass ich bei dieser Angelegenheit eine Absicherung durch den Rechtsschutzvertrag auf meiner Seite hatte. Ich weiß nicht, ob ich das Kostenrisiko hätte tragen wollen.

FALLBEISPIEL III:

BERNHARD SITTER, BIER- & WOHLFÜHLHOTEL GUT RIEDELSBACH

Wie viele von uns haben auch wir im März 2022 eine Überbrückungshilfe beantragt, um einen Ausgleich für die Verluste in der Corona-Zeit zu erhalten. Wir hatten sehr große Umsatzverluste und haben daher eine Summe im niedrigen sechsstelligen Bereich geltend gemacht. Die zuständige Behörde hat unseren Antrag in der gesamten Höhe abgelehnt, was wir natürlich überhaupt nicht nachvollziehen

konnten. Nach einer Abstimmung mit unserer Bezirksgeschäftsstelle wandte ich mich an den Landesverband in München, der direkt den Kontakt zur ÖRAG erstellte.

Die ÖRAG hat mir einen sehr kompetenten Rechtsanwalt empfohlen. Die IHK hat ihren Begutachtungsfehler schließlich – ohne Rechtsstreitigkeiten – eingestanden. Die für den

hinzugezogenen Anwalt entstandenen Kosten hat die ÖRAG übernommen. Wir mussten nur die Mehrwertsteuer begleichen.



**MEHR ERFAHREN,
HIER SCANNEN!**

Bayerisches Staatsministerium für
Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus



AKTUELLE TERMINE DES STAATSMINISTERIUMS

24. März 2025:

**Fit für das Qualitätssiegel „Ausgezeichnete GenussKüche“
Online-Infoveranstaltung für Gastronomen**
(www.bayerischeckueche.de/aktuelles)

24./25. Mai 2025:

**Sommerhoffest im Landwirtschaftsministerium
Genussmarkt mit Direktvermarktern**
München

EIN BLICK HINTER DIE TÜR

„DU KOMMST HIER NICHT REIN!“

In unserer Rubrik „Stille Stars“ werfen wir einen Blick hinter die Kulissen des Gastgewerbes und stellen jene vor, die im Verborgenen Großes leisten. Zu dieser Gruppe zählen auch die Türsteher. Sie gehören zum Nachtleben wie Musik und Cocktails. Wir haben eine von ihnen getroffen, die entscheidet, wer drinnen feiert und wer draußen friert.

„Ich hab noch nicht so viel getrunken!“ Diesen Satz hört sie oft, wenn sie sich nachts vor dem Sehnsuchtsziel vieler Partygänger postiert. Ihr Name ist Sanders, Jessi Sanders. Und sie hat die Lizenz zum Ablehnen.

Als Türsteherin der Nachtgalerie selektiert sie seit drei Jahren das Feiervolk. Aber: Wer darf hier eigentlich nicht rein? „Die, die zu betrunken sind. Oder zu aggressiv. Oder einfach zu jung.“ Seit sie da Abend für Abend steht und für die Sicherheit der anderen verantwortlich ist, kann sie Menschen neu einzuschätzen. Wenn Gäste kommen und sich in die Schlange vor der Tür einreihen, wissen die wenigsten, dass sie bereits beobachtet werden. Sanders und ihre Kollegen lassen ihren Blick durch die Menge schweifen. Wie verhalten sich die ankommenden Männer und Frauen in der Gruppe? Wie klar ist ihre Aussprache? Passt die Motorik noch? Wird der oder diejenige wirklich tanzen und Spaß haben, oder sich übergeben und provozieren?

KLISCHEES UND REALITÄT

Das Security Team sorgt hinter und vor der Tür dafür, dass Gäste entspannt feiern. Sie stellen sicher, dass niemand schlägt, brüllt, grapscht oder sich selbst an der Bar bedient. Allein ihre Anwesenheit sorgt bei vielen für ein Gefühl von

Sicherheit. Dabei ist das klassische Türsteher-Klischee für viele: groß, stark, männlich. Mit den ersten beiden Aspekten kann Sanders locker mithalten. Die 1,84 Meter große Frau spielte einst American Football und schreckt nicht zurück vor rauem Körperkontakt. Die meisten lassen sich aber bereits von ihrem autoritären Auftreten lammfromm in die Schranken weisen. Was braucht man außer Kraft und Autorität in diesem Job? „Empathie und gute rhetorische Fähigkeiten“, ist Sanders überzeugt. Und tatsächlich sind Geduld und Ruhe meist der Schlüssel zum Erfolg.

Und wie riskant ist der Beruf? „Freilich kann es mal gefährlich werden. Schließlich ist nie klar, wie die Gäste wirklich reagieren. Schläge und Bisse sind aber Einzelfälle. Und die Kollegen passen gut aufeinander auf.“ Zu Stoßzeiten stehen sie zu dritt vor der Tür, ansonsten zu zweit.

Wie reagieren Besucher auf eine Türsteherin? „Die meisten sind überrascht. Eine Frau als Security ist doch eher unbekannt. Manche Frauen und Männer sind im Umgang mit einer Türsteherin entspannter. Das kann helfen, Situationen schneller zu deeskalieren.“

VERÄNDERUNGEN IM PUBLIKUM

Hat sich das Publikum in den letzten Jahren geändert? „Es ist seit der Corona-Zeit jünger

geworden. Und meiner Meinung nach auch etwas rücksichtsloser, Ich-bezogener.“

Gibt es einen Unterschied bei Problemen mit Männern und Frauen? „Männer schlagen eher mal zu. Frauen vertragen den Alkohol manchmal schlechter und sind dann die, die auf der Toilette einschlafen. Das haben wir tatsächlich öfter. Ein rotes Tuch sind bei uns Fußballtrikots. Die müssen Gäste an der Garderobe abgeben. Sonst kann sich der Fan einer anderen Mannschaft davon provoziert fühlen und es kommt zum Streit.“ Gibt es noch einen anderen Sport, außer Fußball, bei dem Fans aus diesem Grund ihr Trikot an der Garderobe abgeben müssen? „Nein.“

„HEUTE NICHT“

Und wie fühlt es sich an, Gäste an der Tür abzuweisen? „Es gibt dann schon oft Diskussionen. Da kommen Sätze wie „Meine Freunde sind schon drin.“, „Wenn ihr mich nicht reinlasst, entgeht euch viel Geld.“ Oder „Ihr habt ja nur was gegen mich.“ Aber das ist normal. Damit können wir umgehen. Wenn einer zu sehr angetrunken ist, schicke ich ihn auch manchmal noch für eine Stunde zum Kaffeetrinken an die Tankstelle. Dann kann er wiederkommen und wir prüfen seine Verfassung nochmal. Ansonsten heißt es leider: Heute nicht.“ ☹️

STILLE
STARS 



IDEEN FÜR DIE BRANCHE VON MORGEN

INTERNORGA 2025: WO TRENDS LAUFEN LERNEN.

Die INTERNORGA 2025 naht in großen Schritten: Vom 14. bis 18. März 2025 wird Hamburg wieder zum absoluten Hotspot für den gesamten Außer-Haus-Markt. Ob Hotellerie, Gastronomie, Bäckerei oder Konditorei – die internationale Leitmesse ist der Place-to-be, auf dem Ausstellende aus aller Welt den internationalen Fachbesuchenden die neuesten Produkte, begeisternde Trends und wegweisende Innovationen präsentieren. Seien Sie dabei, wenn Top-Entscheidende gemeinsam mit Fachleuten und Newcomern durchstarten, um Märkte zu bewegen und ihre Branchen in die Zukunft des Außer-Haus-Marktes zu führen.

Die INTERNORGA begeistert Besuchende mit zahlreichen Highlights wie international besetzten Kongressen, einem vielfältigen Rahmenprogramm und mitreißenden Branchenwettbewerben. Dem entspricht auch das neue Kampagnen-Visual: „Mit unserem neuen Kampagnen-Look spielen wir humorvoll und mit einem Augenzwinkern mit dem Begriff ‚Trends‘. Wir zeigen, mit welcher Frische und Kreativität sich alle Beteiligten auf der INTERNORGA engagieren und die Teilnahme zu einem erfolgreichen und einzigartigen Erlebnis machen“, erklärt **Matthias Balz**, Director INTERNORGA.

OPTIMALE STARTBEDINGUNGEN UND BESTE AUSSICHTEN

Die Top-Bewertungen 2024 bei der Besuchenden-Zufriedenheit sowie eine Weiterempfehlungsquote von 95 Prozent bringen viel positive Energie für 2025 und bestätigen einmal mehr die hohe Qualität der INTERNORGA und ihre zentrale Bedeutung für den Außer-Haus-Markt. „Wie die Branche selbst sind wir hoch dynamisch und am Puls der Zeit. Daher gehen wir mit inspirierenden Formaten voran und haben dabei stets die Bedürfnisse unserer Zielgruppen im Blick“, so **Matthias Balz**. „Der persönliche Austausch zu neuen Produkten und den wichtigsten Themen, die die Fachwelt bewegen, spannende Events und Hamburg als Gastro-Hotspot schaffen einen unvergleichlichen Mehrwert für alle Teilnehmenden.“ Die Ausstellungs- und Trendbereiche



© Hamburg Messe und Congress

warten auch 2025 mit unvergleichlichen, renommierten und zukunfts-trächtigen Highlights wie dem neuen Trendbereich **Future Food**, der **Skywalk Tafel**, der **Newcomers Area** und der Afterwork-Lounge **OFF THE RECORD** auf.

**INTER
NORGA**

**14. – 18.3.
2025**

**Jetzt
Tickets
sichern!**

internorga.com

**WO
TRENDS
LAUFEN
LERNEN.**



Bayern Tourist GmbH | Termine

WEB-SEMINARE effizient und kostensparend

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

PRÄSENZ-SEMINARE

MÄRZ

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

APRIL

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

MAI

Den Onboarding-Prozess erfolgreich gestalten – neue Mitarbeiter ans Unternehmen binden	05.05.2025
Easy Leading	05.05.2025
Google Ads für Hotels	06.05.2025
Housekeeping und das Zimmer-Checken – mit System geht alles leichter	06.05.2025
Generation Y+Z und später: der Arbeitnehmer der Zukunft	08.05.2025
Marketing-Workshop	12.-14.05.2025
Implementierung von IT-Security	14.05.2025
REVOLUTION KI: Erfolgreiches Gastgeber-Marketing mit Chat GPT & Co.	15.05.2025
MITARBEITERKOMMUNIKATION – der Schlüssel zum Erfolg	21.05.2025
Persönlichkeitsentwicklung für Führungskräfte I	27.05.2025

Veranstaltungsort
Prinz-Ludwig-Palais
Türkenstraße 7
80333 München

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



Alle aktuellen Seminarangebote finden Sie auch hier!

 **BTG** | Bayern Tourist GmbH

NACHHALTIGKEIT LEICHT GEMACHT

GREIF MIETWÄSCHE MACHT KUNDEN ZU KLIMA HEROES

Mit der neuen Klima Hero-Initiative von GREIF Mietwäsche können Kunden ab sofort einen Beitrag zum Klimaschutz leisten. Durch die Unterstützung ausgewählter Projekte wird nachhaltiges Handeln kinderleicht – und dank Maskottchen COsy auch noch charmant erklärt.

Kunden von GREIF Mietwäsche können sich ab sofort als GREIF Klima Heroes für den Klimaschutz engagieren. Mit ihrem Beitrag fördern Kunden, gemeinsam mit GREIF, Projekte zur Vermeidung von Emissionen.

Nachhaltigkeit ist für GREIF Mietwäsche nicht nur ein Trend, sondern eine Herzensangelegenheit. Und daran sollen auch Kunden teilhaben können. Daher bietet das Familienunternehmen mit Hauptsitz in Augsburg die exklusive Möglichkeit an, zusammen Gutes zu tun und einen wertvollen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten.

SO WERDEN KUNDEN ZUM GREIF KLIMA HERO

Kunden können sich beim Buchen ihrer Mietwäsche aktiv für den Klimaschutz und ein Klimaschutzprojekt ihrer Wahl entscheiden. Mit einem kleinen Aufschlag zur monatlichen Mietwäsche-Rechnung unterstützen sie aktuell entweder ein Projekt zur regenerativen Landwirtschaft in Deutschland und der Schweiz oder ein Trinkwasser-Projekt in Uganda. Beide Projekte reduzieren aktiv die CO₂-Bilanz. Der Vorteil für GREIF Kunden: Große Wirkung ohne zusätzlichen Aufwand.

COSY, DAS NEUE GREIF KLIMA HERO MASKOTTCHEN

Um das Thema Klimaschutz spannender und leichter verständlich zu machen, hat GREIF zudem sympathische Unterstützung bekommen: Das neue Klima Hero Maskottchen COsy erklärt anschaulich, wie man Klima Hero werden kann und was die GREIF Klima Heroes leisten.

Mehr zum GREIF Klima Hero finden Sie unter: www.greif-mietwaesche.de/klimahero



GREIF MIETWÄSCHE MACHT KUNDEN ZU KLIMA HEROES.

Hi, ich bin COsy, ein GREIF Klima Hero! Kommt mit in meine Welt und entdeckt wie leicht Klimaschutz sein kann!





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



RESONANZ UND RESILIENZ

ECHTES URLAUBS- ERLEBNIS *vs.* *virtuelle Welt*

Isabella Hren, Vorstand der Bayerischen Gastgeber AG und Geschäftsführerin der Bayern Tourist GmbH (BTG) über zukunftsorientierten Qualitätstourismus und das Bedürfnis nach authentischen Erlebnissen in einer zunehmend digitalisierten Welt.

Im Zentrum steht die Frage, wie sich Reiseerwartungen verändern und wie Urlaubserlebnisse heute und in Zukunft gestaltet werden. Während die Digitalisierung das Reiseverhalten prägt, bietet sie zugleich die Chance, das Echte wieder neu zu schätzen.

DIE SEHNSUCHT NACH DEM ECHTEN

Prägende Erfahrungen, Genussmomente und die Wertschätzung von Qualität entstehen als bewusster Gegenpol zum Alltag – als Belohnung, als Auszeit. Um nachhaltige Erlebnisse zu schaffen, lohnt sich ein Blick auf den Wandel unseres täglichen Lebens.

Megatrends wie New Work mit Homeoffice und digitaler Kommunikation prägen unser Leben. Mobile Anwendungen, automatisierte Bestell- und Ticketsysteme sowie KI-gestützte Kundendienste sind längst etabliert. Die „Schnellgastronomie“ dominiert mit einem Umsatzanteil von über 40 Prozent und rund 30 Milliarden Euro jährlich den Außer-Haus-Konsum in Deutschland.

Auch die „Customer Journey“ im Gastgewerbe ist längst ein digitaler Prozess: von der Inspiration auf Social Media über die online Buchung bis hin zum Aufenthalt mit digitalem Check-in und Freizeitorganisation via App.

DOCH WAS BERÜHRT UND BEGEISTERT DIE GÄSTE WIRKLICH, WENN SIE EINE AUSZEIT NEHMEN?

Das Bedürfnis nach Verbundenheit und Gemeinschaft ist stärker denn je. Gäste sehnen sich nach echten Begegnungen, fernab von Künstlichkeit und Inszenierung. Hier liegt die Stärke der Branche:



authentische Gastfreundschaft, echte Erlebnisse und persönliche Interaktion. Resonanz entsteht durch kleine Gesten – durch Achtsamkeit, Augenkontakt, gemeinsames Erleben. Es geht darum, nicht nur Gastgeber zu sein, sondern auch Brücken zwischen Gästen und Einheimischen zu schlagen.

RESONANZ – DAS EMOTIONALE ERLEBNIS

Das Gefühl der Verbundenheit, der Dreiklang zwischen Gästen, Gastgebern und Einheimischen. Reisen ist für viele Menschen mehr als nur der Besuch eines neuen Ortes. Es geht um Erfahrungen, die tief im Inneren ankommen – sei es durch die Begegnung mit Menschen, das Eintauchen in eine neue Kultur oder das Staunen über die Schönheit der Natur.

Um diese Servicequalität zu ermöglichen, gilt es in den Betrieben entsprechende Rahmenbedingungen zu schaffen. Alle Beteiligten haben das Bewusstsein und nehmen sich die Zeit für diese Achtsamkeit gegenüber den Gästen als Teil der Unternehmenskultur und Werte.


RESILIENZ – REISEN ALS ENTWICKLUNGSCHANCE

Resilienz ist die Fähigkeit, sich anzupassen und an Herausforderungen zu wachsen. Was macht die bayerischen Gastgeber widerstandsfähig? Es sind gelebte Traditionen, eine vielfältige, regionale Kulinarik und die Einbettung in eine einzigartige Natur. Es sind die bayerischen Gastgeber, die Kleinteiligkeit der Betriebe und die damit verbundene Individualität, die hervorstechen. Es sind die „Mensch-Momente“, das persönliche Kümmern um individuelle Wünsche, die Erlebnisse unvergesslich werden lassen.

NEXT LEVEL TOURISM – DAS BESTE AUS BEIDEN WELTEN

„Next Level Tourism“ ist eine Verschmelzung aus Qualität, Resonanz und Resilienz – einer Verbindung von echtem Erleben und digitalen Möglichkeiten. Virtual Reality kann als Vorbereitung auf eine Reise, als Appetitanreger oder als Einführung in eine fremde Kultur dienen.

Doch der wahre Wert liegt im echten Erleben. Es geht darum, Orte zu schaffen, die Resonanz erzeugen, die Gäste berühren und sie auf eine tiefere, nachhaltige Reise mitnehmen. Wer diesen Dreiklang aus Gästen, Gastgebern und Einheimischen aktiv gestaltet, schafft nicht nur eine starke Willkommenskultur, sondern auch eine widerstandsfähige Zukunft für den Tourismus.

In einer Welt, die zunehmend virtualisiert wird, liegt die wahre Qualität des Tourismus im echten Erleben – und es liegt an uns, diese Qualität für die Zukunft zu gestalten. 

DIENSTLEISTUNGEN DER BAYERN TOURIST GMBH

ZERTIFIZIERUNGEN & KLASSIFIZIERUNG

QUALITÄT MACHT DEN UNTERSCHIED

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

QUALIFIKATION

AUS- UND WEITERBILDUNGSPROGRAMM

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

KOOPERATIONEN

STARKE PARTNER AN DER HAND

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

www.dehoga-branchenpartner.bayern

BERATUNGS-SERVICE

MEHR WISSEN, MEHR ERFOLG

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



DEHOGA Bayern

GastroFrühling

Montag, 28. April 2025

HIPPODROM Festzelt auf dem Frühlingsfest München



Veranstaltungsort
HIPPODROM Festzelt
Theresienwiese
80336 München

www.dehoga-bayern.de

Veranstalter: Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern e.V.

Prinz-Ludwig-Palais • Türkenstr. 7 • 80333 München • Tel. +49 89 28760 - 0 • Fax +49 89 28760 - 111 • info@dehoga-bayern.de

Wir danken unseren Sponsoren, ohne die der GastroFrühling nicht möglich wäre:



EIN JAHRESAUFTAKT MIT GESCHMACK

DIE HOGA NÜRNBERG BEGEISTERT GASTGEBER

Die HOGA Nürnberg 2025 hat nach drei erfolgreichen Messetagen mit einer positiven Bilanz geschlossen. Rund 16.600 Besucher nutzten Bayerns Gastgeberrmesse, um sich bei 530 Ausstellern über aktuelle Trends, Produkte und Dienstleistungen für Hotellerie, Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung zu informieren. Der Karrieretag des DEHOGA Bayern vernetzte Berufseinsteiger mit Gastbetrieben.

„Wir sind mit der HOGA 2025 hochzufrieden. Die Messe war einmal mehr der zentrale Treffpunkt für das bayerische Gastgewerbe“, resümiert Angela Inselkammer, Präsidentin des DEHOGA Bayern. „Die HOGA bot eine sehr gute Möglichkeit, um unsere aktuellen Herausforderungen und daraus resultierenden Forderungen zielgerichtet zu platzieren.“

Neben Angeboten für Hotellerie, Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung bot die HOGA auch ein abwechslungsreiches Programm mit Kochshows, Vorträgen und erstmals der Pizza-Europameisterschaft. Parallel fand die FOODSpecial-Messe des Service-Bundes statt, bei der Großhändler, Brauereien und Winzer ihre Produkte präsentierten. Besonders das neue Bierquartier stieß auf großes Interesse. Zusätzlich waren Themen wie Nachhaltigkeit und die Förderung internationaler Fachkräfte wichtige Schwerpunkte.

„Wir freuen uns bereits auf die nächste HOGA im Januar 2027 in Nürnberg“, so Inselkammer. Bereits jetzt zeichnen sich neue Schwerpunkte ab: darunter die Fleischwirtschaft und alkoholfreie Weine sowie Spirituosen. Ein starker Fokus wird weiterhin auf Karriere- und Nachwuchsthemen liegen, um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken.



ONLINE-SHOP WWW.BIRKENHOF-BRENNEREI.DE

EIERLIKÖR DES JAHRES 2025

SAMTWEICH UND CREMIG, KOMPLEX, FILIGRAN UND AUSSERGEWÖHNLICH: VERFEINERT MIT HIMBEER-DESTILLAT AUS UNSERER EDEL-DESTILLERIE.

Birkenhof
Brennerei



ELEGANZ & EKSTASE

Nacht der Gastgeber

feiert Premiere

Am 5. Mai findet erstmals die „Nacht der Gastgeber“ statt – ein gemeinsames Event des Wirtschaftsverbands deutscher Tanzschulunternehmen (WDTU) und des DEHOGA Bayern. Wir haben mit WDTU-Präsident Christoph Möller über das neue Event gesprochen.

Kann man auch als blutiger Tanzanfänger kommen?

Ja, unbedingt! Eingeladen ist die gesamte Gastgeberfamilie. An dem Abend bieten wir von Profis angeleitete Tanzanimationen, und wer sich vorher schon herantasten möchte, der kann im Vorfeld an Schnuppertanzkursen bei uns teilnehmen.



Gibt es einen Dresscode?

Der Ballsaal des Hotels Bayerischer Hof bietet sich perfekt an für unseren Galaabend. Entsprechend ist der Dresscode: chic! Die Einladung richtet sich an Gastgeber, Familie und Freunde. DEHOGA-Bayern Mitgliedern bekommen einen 10-Prozent-Rabatt auf das Ticket. Wer zuerst kommt, mahlt zuerst!

Sie versprechen „eine Nacht voller Eleganz, Bewegung und Genuss“ – Was ist die Idee hinter der „Nacht der Gastgeber“?

Wir wollen Gastronomen und Tanzschulen einen Anlass bieten, sich selbst zu feiern und die täglichen Herausforderungen des Alltags hinter sich zu lassen. Die „Nacht der Gastgeber“ verbindet traditionelle Elemente eines klassischen Balls mit Elementen einer modernen Partynacht. Der Fokus liegt auf dem Tanzen, der Begegnung und dem Austausch in lockerer Atmosphäre. Neben einem optional zubuchbaren und hochwertigen Foodcourt setzen wir auch auf diverse Bars und ein fulminantes Opening der Miniköche des DEHOGA Bayern. Wir freuen uns sehr, dass der Bayerische Ministerpräsident die Schirmherrschaft für den Abend übernommen hat.

Worauf können sich die Besucher des Events besonders freuen?

Oh, wir haben ganz schön viel vor! (lacht) Geplant sind Showauftritte, ein Besuch des Boogie-Woogie-Weltmeisters, des Dance Orchesters, aber auch DJs werden vor Ort im Bayerischen Hof sein, einer echten Münchner Institution. Wir rechnen auch mit bekannten Gästen aus Szene und Politik.

TICKETSPECIAL FÜR MITGLIEDER DES DEHOGA BAYERN UND DER WDTU

Das Premiereevent „Nacht der Gastgeber“ findet am 5. Mai 2025 im Hotel Bayerischer Hof in München statt. Mitglieder des WDTU und DEHOGA Bayern können sich über vergünstigte Karten freuen. Einfach bei der Ticketbestellung den Code: *dehoga10* eingeben. Das vollständige Programm, Infos über Schnuppertanzkurse sowie Tickets finden Sie hier: www.nachtdergastgeber.de

VEGANES LAUGENKONFEKT

HERZHAFT, TRENDIG UND VIELSEITIG

Das vegane Laugenkonfekt in vier köstlichen Sorten vereint traditionelle Backkunst mit modernem Fingerfood. Ob pur, belegt oder als Snack zwischendurch – immer frisch und schnell servierbereit.

Mit dem herzhaften, veganen Laugenkonfekt, 4-fach sortiert (Art. 2756) bringen Sie ein echtes Trendgebäck auf den Tisch. Die Mini-Laugengebäck-Snacks verbinden traditionelle Backkunst mit modernem Fingerfood und bieten mit vier köstlichen Sorten für jeden Geschmack das Richtige. Außen knusprig, innen weich und saftig – die kleinen Laugen-Häppchen sind ein echtes Geschmackserlebnis und im Handumdrehen servierbereit: einfach auftauen und genießen. Schnell, unkompliziert und immer frisch!

Dank ihrer praktischen Größe sind sie vielseitig einsetzbar: als Canapés, für den To-Go-Bereich, an der Bar, auf dem Frühstücksbuffet oder als herzhafter Snack zwischendurch. Ob pur, belegt oder als Begleiter zu Speisen – sie passen zu jeder Gelegenheit. Hergestellt in 100 % natural-Qualität (ausgenommen die Lauge), überzeugen sie durch besten Geschmack und hochwertige Zutaten – ideal für Gastronomie, Hotellerie und Handel.



© EDNA

ist unsere MISSION

Art. 589*²
FF-Osterhase
Gewicht: 45g, 40 St./Kt.
❄️ fertig gebacken

Art. 3106*²
Rüli-Schnitte mit Deko
Gewicht: 1.800g, 2 Pl./Kt.
❄️ fertig gebacken

Süße Köstlichkeiten zum Osterbrunch

Art. 2635*²
FF-Schoko-brötchen
Gewicht: 90g, 50 St./Kt.
❄️ fertig gebacken

Art. 90081*²
Lindt Mini-Goldhase
Gewicht: 10g, 100 St./Kt.
📦 Service-Welt

Jetzt schnell und einfach mit der EDNA App bestellen!

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

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

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

MINERALWASSER MIT STIL

Neue Gastroflaschen von Aqua Plose Gourmet setzen Design-Statement

Mineralwasser mit Stil servieren – das ist der Anspruch vieler Gastronomiebetriebe. Mit den neu gestalteten Glasflaschen und Etiketten der Aqua Plose Gourmet Linie präsentiert die Plose Quelle AG eine durchdachte Lösung, die Design, Funktionalität und Nachhaltigkeit harmonisch vereint. Die edle Glasflasche aus Dekorglas schafft ein einzigartiges visuelles Erlebnis und unterstreicht die Exklusivität der Marke. Ein besonderes Highlight ist das neu gestaltete Etikett, das mit goldenen und silbernen Elementen veredelt wurde. Dieses Design sorgt für eine hochwertige Optik und hebt Plose als stilvolle Wahl für die gehobene Gastronomie hervor.

Ergänzt wird das Erscheinungsbild durch die neuen Farbwelten Nachtblau und Aquamaringrün, die Frische und zeitgemäße Eleganz vermitteln. „Mit unserem neuen Flaschendesign verbinden wir Ästhetik mit höchster Produktqualität. Die Kombination aus edlen Materialien und modernen Farben macht Plose zum perfekten Begleiter in der Gastronomie“, so Geschäftsführer Dr. Andreas Fellin.



Seit jeher wird das sehr gering mineralisierte Mineralwasser aus dem alpinen Hochgebirge Südtirols ausschließlich in umweltfreundlichen Glasflaschen abgefüllt, um den unverfälschten, naturbelassenen Geschmack zu bewahren und das ökologische Gleichgewicht zu erhalten. Die neuen Gastroflaschen sind ab Mai 2025 verfügbar und bieten Gästen ein stilvolles Genusserlebnis – von der Optik bis zum letzten Schluck.

Weitere Informationen und Kontaktmöglichkeiten unter www.acquaplose.com/de



Neues Flaschendesign Aqua Plose Gourmet

Das elegante Premium Mineralwasser



**Exklusives
Flaschendesign
mit Dekorglas**
für ein neues visuelles
Produkterlebnis.

**Neues Etikett
mit goldenen und
silbernen Elementen**
für eine hochwertige
und exklusive Optik.

**Die neuen Farben
Nachtblau und
Aquamarin grün**
für ein frisches und
edles Erscheinungsbild.

PLOSE

GASTGEBER BAYERN

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

IHR KONTAKT ZUM DEHOGA BAYERN

BEZIRKS- UND REGIONALGESCHÄFTSSTELLEN

Bezirksgeschäftsstelle Oberbayern

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

Bezirksgeschäftsstelle Niederbayern

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

Bezirksgeschäftsstelle Oberpfalz

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

Bezirk Oberfranken

Regionalgeschäftsstelle Franken

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

Bezirksgeschäftsstelle Mittelfranken

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

Bezirksgeschäftsstelle Unterfranken

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

Bezirksgeschäftsstelle Schwaben

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

LANDESGESCHÄFTSSTELLE

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

AUSSENDIENST



Reiner Hebermehl
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



Robert Werner
Oberpfalz & Niederbayern
r.werner@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:

Tilman Baur (tb)
Reinsburgstr. 82 | 70178 Stuttgart

Redaktion:

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

Gesamtanzeigenleitung:

Richard Garin | MuP Verlag GmbH
Tengstraße 27 | 80798 München
Telefon: 089 / 1 39 28 42 68
E-Mail: richard.garin@mup-verlag.de

Layout:

Jens Tippel
Reinsburgstr. 82 | 70178 Stuttgart

Druck & Versandanschrift für Beilagen:

Offizin Scheufele
Druck und Medien GmbH & Co. KG
Tränkestr. 17 | 70597 Stuttgart

Erscheinungsweise:

viermal im Jahr

Titelbild & ergänzendes Bildmaterial:

Getty Images, Shutterstock

Urheber- und Verlagsrecht:

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

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



VOM PRODUZENTEN DIREKT AUF DEN TELLER

24H-FRISCHE VON KRÖSWANG



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

DIREKT VOM PRODUZENTEN IN IHRE KÜCHE

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

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

Überzeugen Sie sich selbst auf
kroeswang.de



Zeit für Frische

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

Frische bringt's.

Auf einen doppelten Espresso mit...

... Benjamin Pfeifer,

Koch des Jahres 2025 bei Gault&Millau

LIEBER HERR PFEIFER, HERZLICHEN GLÜCKWUNSCH ZU DER AUSZEICHNUNG „KOCH DES JAHRES“! KÖNNEN SIE UNS EINEN EINBLICK IN IHREN WERDEGANG GEBEN? WAS HAT SIE DAZU INSPIRIERT, KOCH ZU WERDEN?

In meiner Jugend war ich nicht der Fleißigste und hatte kein klares Ziel. Nach einer Ausbildung zum Bäcker, die mir Disziplin beigebracht hat, merkte ich in einem Küchenpraktikum, dass ich dafür brenne.

An Spitzengastronomie war damals noch lange nicht zu denken. Irgendwann habe ich realisiert, dass mir das liegt – und wenn ich dranbleibe, könnte doch noch etwas aus mir werden.

GAULT&MILLAU HEBT IHRE KREATIVE UND NACHHALTIGE HERANGEHENSWEISE HERVOR. WOHER NEHMEN SIE IHRE INSPIRATION FÜR NEUE GERICHTE?

Wie in jedem kreativen Beruf ist es ein Hauch Intuition und 99 Prozent harter Wille. Kreativität kann man nicht erzwingen. Die Angst zu versagen ist aber oft ein Antrieb. Wir sind selbstständig und haben Mitarbeiter, die – aus welchen Gründen auch immer – jeden Monat Lohn wollen. ;) Deshalb ist Kreativität bei uns oft mit Verzicht auf extrem teure Lebensmittel gepaart.

WELCHE ROLLE SPIELEN LOKALE PRODUZENTEN UND LIEFERANTEN FÜR IHRE ARBEIT?

Wir arbeiten schon immer nach einer ethischen Überzeugung. Unsere Region steckt voller grandioser Produzenten, aber sie allein können unseren Bedarf leider nicht vollständig decken. Deswegen versuchen wir das Ganze nicht dogmatisch zu sehen. Grundsätzlich spürt man unsere regionale Verbundenheit jedoch auf jeden Fall.

KÖNNEN SIE EINE BESONDERE ANEKDOTE AUS IHREM RESTAURANTALLTAG TEILEN, DIE IHNEN BESONDERS IM GEDÄCHTNIS GEBLIEBEN IST?

Das würde ein Buch füllen – lassen wir das. ;)

WAS WÜRDEN SIE JUNGEN KÖCHINNEN UND KÖCHEN RATEN, DIE IN DER GEHOBENEN GASTRONOMIE ERFOLGREICH SEIN MÖCHTEN?

Lasst euch von nichts und niemandem beeinflussen. Es ist nicht so schlimm, wie es Außenstehende darstellen, und nicht so schön, wie es die sozialen Medien vermitteln. Die Wahrheit liegt in der Mitte. Es ist eine fantastische Community voller Verrückter, die dafür brennen, etwas Besonderes zu schaffen. ♡



eRechnungs-
pflicht ab 2025:
Zeit zu handeln!

VER | SICHER | UNGS
KAMMER
BAYERN

CYBER-VERSICHERUNG

Unser Schutzschirm für Ihren Hotellerie- und Gastronomiebetrieb.

Sie kümmern sich um Ihre Gäste – wir um den Schutz
Ihres Betriebs. Ab 2025 öffnet die eRechnungspflicht
neue Türen für Cyberangriffe.



Einfach QR-Code scannen
und mehr erfahren.

Fair schmeckt's besser:

Damit bleibt, was wir lieben.

Gemeinsam kämpfen wir für
7% MwSt. auf alle Speisen.
Für eine lebendige Gastro-Kultur.

