

hoga **AKTIV**

Das Magazin für Berliner Gastgeber



AUFGETISCHT UND NACHGEFRAGT

Baustelle
Fachkräfte-
sicherung



TOP-
Ausbildungsbetrieb
auf der Erfolgsspur



DU BIST BERLIN?

primetimetheater.de

wir ooch.



DANKE UNSEREN SPONSOREN

Bayer/Kultur



BORSIG



Berlin-Brandenburg eG

SPIELBANK BERLIN



RDM RHEINISCHE DRUCKMEDIEN



RAZ Verlag EINFACH MEHR DAVON

LASERLINE

Sachverständigen Zentrum Berlin - Brandenburg

lightspeed

Reinickendorfer Allgemeine Zeitung



5

10

33

AKTUELL

- Entscheidung am 26. September – Wer steht zu uns? 4
- Der DEHOGA Berlin trauert um Jean K. „Gianni“ van Daalen 5
- Baustelle Fachkräftesicherung 5

WIR IN BERLIN

- Endlich: Sommerfest sorgte für Glücksgefühle 10
- Berlins Wirte präferieren verantwortungsvolles Öffnen 12
- Neustart zwischen Klippen 14
- DEHOGA-Initiative TOP-Ausbildungsbetrieb auf der Erfolgsspur 16
- Ausbildung dort, wo andere Urlaub machen: Das Kongresshotel Potsdam 18
- Partnertreffen des DEHOGA Berlin 19
- visitBerlin*: Berlin loves you! 20
- Neustart für die Kongress- und Messebranche 20
- Stadtmenü: Klimaschutz auf dem Teller 21
- Gastro-Trends: Restart 2021 22

DEHOGA BERLIN-PARTNER

- Martens & Prah: Home Delivery mit der eigenen Fahrzeugflotte 24
- RECUP / REBOWL: To-go darf nicht die Welt kosten 25
- OLIVE: Digitale Weiterbildung 26
- 3B: Neue Perspektiven ... im Mercure Berlin Tempelhof 27

NEWS 28

MITGLIEDER

- Klassifizierungskommission: Thomas Römer Jubiläen im September, Neue Mitglieder Deutsche Hotelklassifizierung 32
- Wo der Name Programm ist: 12seasons 33

RECHT & RAT

- Plötzlich handlungsunfähig – Was nun? Digitalprämie Berlin 34

Impressum

Herausgeber: Hotel- und Gaststättenverband Berlin e.V. (DEHOGA Berlin), Christian Andresen (Präsident), Lutz Freise (Schatzmeister), Thomas Lengfelder (Hauptgeschäftsführer), Keithstraße 6, 10787 Berlin, Telefon +49 30. 318048-0, Telefax +49 30. 318048-28, info@dehoga-berlin.de, www.dehoga-berlin.de; Redaktion: Peggy Mayer, +49 30. 318048-16, projekte@dehoga-berlin.de · Verantwortlich für den Inhalt: HOGA Berlin Service GmbH, Thomas Lengfelder (Geschäftsführer)
Verlag und Gesamtherstellung: RAZ Verlag und Medien GmbH, Am Borsigturm 15, 13507 Berlin, www.raz-verlag.de; info@raz-verlag.de, Tel: +49 30. 43777820,
Geschäftsführer: Tomislav Bucec, Layout: Astrid Güldemann, Titelbild: © DEHOGA Berlin
Erscheinungsweise: 11 Onlineausgaben und 6 Printausgaben. Der Bezugspreis ist im Verbandsbeitrag enthalten. Namentlich gekennzeichnete Artikel sind Ausdruck grundsätzlicher Meinungsfreiheit; sie geben nicht unbedingt die Auffassung der Redaktion bzw. des Herausgebers oder des Verlages wieder.
Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages. Es gilt die Anzeigenpreisliste vom 1. Januar 2021

Entscheidung am 26. September – Wer steht zu uns?



**AUFGETISCHT UND
NACHGEFRAGT**



© DEHOGA Berlin

**Liebe Mitglieder des DEHOGA Berlin,
liebe Leserinnen und Leser,**

uns Berlinern steht ein wichtiger Termin bevor: Am 26. September 2021 stimmen wir über den zukünftigen Bundestag, die zukünftige Regierung unserer Stadt sowie über „die Enteignung von Wohneigentum“ ab. Vor allem mit Blick auf die besonders für unsere Branche fatale Corona-Pandemie ist dieser Wahltermin der wohl wichtigste der letzten Jahre, wenn nicht gar Jahrzehnte.

Für unsere Branche haben wir uns durch die Wahlprogramme der Parteien SPD, CDU, FDP, Grüne und Linke gearbeitet, diese analysiert und so aufgearbeitet beziehungsweise so gekürzt, dass die wichtigsten Eckpunkte für unsere Betriebe schnell zu erkennen sind. Welche Positionen vertreten also die Parteien, die künftig die Geschicke der Stadt lenken wollen?

Kaum ein Wähler wird die kompletten Wahlprogramme lesen, das umfangreichste Programm ist 249 (!) Seiten lang. Warum verfassen die Parteien nicht kurz und knapp verständliche Programme, die jede(r) Wähler*in (jung und alt) schnell lesen können, um dann ihre Wahlentscheidung zu treffen? Ist das beabsichtigt? Möchte man am Ende diese Transparenz nicht, damit kein Wähler nach der Legislaturperiode vergleicht?

Wir haben jedenfalls eine Synopse angefertigt, mit der man schnell die unterschiedlichen Positionen und Ziele der Parteien erkennen kann – siehe: www.dehoga-berlin.de/aufgetischt-und-nachgefragt.

Hier sind auch die Kurzversionen (auf unsere Branche bezogen) und die kompletten Wahlprogramme der Parteien zu finden.

Darüber hinaus haben der Präsident des DEHOGA Berlin Christian Andresen und Bernhard Moser, vom eat! Berlin Feinschmeckerfestival, jede einzelne Spitzenkandidatin und jeden Spitzenkandidaten interviewt und auf den Zahn gefühlt. Wer steht zu uns als Gastgeber, welche Wertschätzung bekommen wir von wem, wie sehen die weiteren Unterstützungsmaßnahmen für unsere Branche aus und wie gestaltet sich die zukünftige Zusammenarbeit?

Die Interviews wurden professionell aufgezeichnet und werden seit Mitte August umfangreich auf allen bekannten Social Media-Kanälen ausgestrahlt – siehe:

www.dehoga-berlin.de/aufgetischt-und-nachgefragt.

Für die kommenden Monate wünsche ich uns allen, dass uns die Pandemie nicht wieder in Turbulenzen stürzt, dass die Impfstrategie wieder Fahrt aufnimmt, dass die Herdenimmunität bald erreicht ist und das bald wieder viele, viele Besucher in unsere Stadt kommen. Für den 26. September wünsche ich Ihnen ein „glückliches Händchen“, fällen Sie die richtige Entscheidung!

*Ihr Thomas Lengfelder
Hauptgeschäftsführer DEHOGA Berlin*

Der DEHOGA Berlin trauert um seinen ehemaligen Präsidenten

Jean K. »Gianni« van Daalen

Mit großer Bestürzung haben wir vom plötzlichen Tod von „Gianni“ van Daalen erfahren. Es fällt uns schwer, passende Worte zu finden; nur allzu gut wissen wir, dass die bestgemeinten Sätze weder Schmerz noch Trauer auflösen können.

1996 war Jean K. van Daalen Gründungsdirektor des Hotel Adlon und machte dies zu einem der besten Hotels der Welt. Der international erfahrene Hotel-Chef war bei Kempinski in vielen leitenden Funktionen tätig, unter anderem in Moskau und Genf, und hatte schon zuvor die Hotellandschaft Berlins mitgestaltet. Er war der Grandseigneur der Hotellerie.

Als ehemaliger Präsident des Hotel- und Gaststättenverbandes (DEHOGA Berlin) hatte er in den Jahren 2002/2003 zusammen mit Willy Weiland den „Runden Tisch für Tourismus“ initiiert, den es bis heute gibt. Den Vorsitz hatte damals der Regierende Bürgermeister Klaus Wowereit übernommen. In diesem Arbeitskreis werden die touristischen Kräfte gebündelt, um Berlin als Messe- und Kongressstandort sowie als touristische Destination voran zu bringen.

Schweren Herzens bekunden wir unser Mitgefühl und wünschen Marylea van Daalen und ihrer Familie die nötige Kraft zum Trauern und Abschiednehmen.

In Gedanken ist der DEHOGA Berlin bei der Familie und wird Gianni immer in sehr guter Erinnerung behalten.



© Honza Klein

Baustelle



Fachkräfte- sicherung

Personalsuche, Probleme, Projekte, Partner – wie die Herausforderung bewältigen?

Als Arbeitgeber
profilieren

Neue Mitarbeitende finden

Eigene Mitarbeitende binden

Den Nachwuchs ausbilden

Mitarbeitende (weiter)entwickeln

Mit voller Wucht hat die Corona-Pandemie das Problem Fachkräftesicherung auf die nächste Stufe gehoben. 14.150 Frauen und Männer aus der Berliner Hotellerie und Gastronomie haben letztes Jahr coronabedingt ihren Job verloren. Stand Mai 2021 sind 13.000 Menschen arbeitslos und 23.000 aus der Branche arbeitsuchend gemeldet. Hinzu kommt der drastische Einbruch bei den Ausbildungszahlen. Allein im Jahr 2020 wurden 450 Ausbildungsverträge weniger abgeschlossen. Es zeichnet sich ab, dass die Ausbildungszahlen auch in diesem Jahr nicht wesentlich besser aussehen. Das hat Einfluss auf die Fachkräftesicherung von Morgen. Die Konsequenz: Der Arbeitsmarkt wird sich in den nächsten Jahren für unsere Branche deutlich verändern.

Wir befragten Gastgeber und Branchenverbündete, wie sie die Situation bewerten und welche Wege es gibt, Mitarbeiter*innen zu finden und zu binden. Fachkräftesicherung – Tages- oder Dauerbaustelle?

Wie zeigt sich die Situation in Ihrem Haus?

Dr. Verena Jaeschke, Hotel Director, Hotel & Stadtbad Oderberger:

Die Monate der Schließung haben uns allen zugesetzt, aber wir sind in unserem Haus gefühlt als Team noch stärker zusammengewachsen – trotz Lockdown und Kurzarbeit. Dafür haben wir aber auch viel getan: Offene und transparente Kommunikation in der

Krise durch Mails, Updates und Videos sowie regelmäßige virtuelle Teamevents und zur Wiedereröffnung ein mehrtägiges Onboarding. Wir gehen jetzt positiv in den Re-Start und freuen uns noch mehr als zuvor, für unsere Gäste da sein zu können. Als Branche müssen wir uns jedoch im Klaren sein: Es braucht gute Arbeitsbedingungen, Wertschätzung und Kommunikation auf Augenhöhe, Digitalisierung und Prozessoptimierung sowie ein möglichst flexibles Arbeitsumfeld, das auch private Planung möglich macht. Nur so können wir künftig unsere großartigen Kolleg*innen halten und junge Menschen für eine Ausbildung in unserer Branche begeistern. Also: Weg von veralteten Führungskonzepten, Hierarchien und Konventionen, hin zu mehr Miteinander auf allen Ebenen.

Noch läuft das Kongress-, Messe und Tagungsgeschäft auf Sparflamme. Spüren Sie dennoch den Fachkräftemangel?


Kerstin Vlasman, Geschäftsführerin, FLORIS Catering GmbH:

Der Fachkräftemangel hat nichts mit dem zögernden Restart des Messe- und Kongressgeschäftes zu tun. Es ist ein schon lange schwelendes Problem, das nicht nur die Fachkräfte betrifft. Die Pandemie hat die Situation enorm verschärft. Haben wir vorher nur darüber geklagt, dass Azubis nach ihrem Abschluss in andere Jobs gehen, bleiben sie heute ganz weg. Vor sechs Monaten suchte ich händeringend Personal für alle unsere Arbeitsbereiche (Azubis, Küche, Service, Marketing ...). So gering war die Resonanz noch nie – und ich bin seit vielen Jahren in diesem Business.

Was tun? Ich denke, ganz oben auf der Agenda steht, das Image unserer Branche zu stärken, die Vorzüge unserer Arbeit von innen nach außen zu kehren. Gastgeber zu sein ist voller Abwechslung, täglich neu, fördert das selbständige Arbeiten und Entscheiden, bringt die Begegnung mit vielen interessanten Menschen aus aller Welt. Bei diesen zukunftsgerichteten Aufgaben haben wir Partner, so die Verbände und auch Teile der Politik. Aber das reicht nicht.



Wir müssen uns an die eigene Nase fassen. Wer es versäumt, sich um den Berufsnachwuchs zu kümmern, seine Azubis oder Mitarbeiter*innen schlecht bezahlt und wenig wertschätzt, wird böse erwachen. Dabei kann niemand tatenlos auf bessere Zeiten hoffen, denn das Thema wird uns lange beschäftigen. Ein Ende sehe ich nicht. Es ist nicht 5 vor, sondern 5 nach 12.

 www.floris-catering.de

Wie gelingt es, Fachkräfte ans Unternehmen zu binden, ihnen eine Perspektive zu bieten?

**Philip Ibrahim, General Manager
The Student Hotel und Mitglied
des DEHOGA Berlin-Präsidiums:**

Das ist durchaus vielschichtig. Generell sollten wir als Führungskräfte genau hinhören, was die Mitarbeiter*innen sagen. Das schafft Vertrauen und Authentizität. Zugleich sollten aber auch die Mitarbeiter*innen ihre Erwartungen klar formulieren. Wenn wir gemeinsam einen Entwicklungsweg gefunden haben, ist es wichtig, Etappen und Zeitfenster zu definieren und natürlich verlässlich einzuhalten.

Die Situation verlangt von uns Flexibilität und ein Umdenken. Da sind beispielsweise Chancen für Quereinsteiger. Warum nicht Best Ager mit Halbtagschichten? Oder Mitarbeiter*innen eine Chance geben, die keinen gradlinigen Lebenslauf haben? Wir sind gezwungen, neue Arbeitsmodelle zu schaffen, insbesondere für Alleinerziehende und junge Eltern. Hier hat uns der Lockdown gezeigt, was digital möglich ist. Viele administrative Aufgaben lassen sich weiterhin im Homeoffice erledigen. Wir bieten diese Möglichkeit. Noch eine Erfahrung aus einer ehemaligen Arbeitsstelle: Dort haben wir einer jungen Mutter mit einem langen Arbeitsweg ein Hotel in der Nähe ihres Wohnortes gesucht. Kurzum: Auch mal über den Gartenzaun schauen, flexibel und kreativ sein und die Arbeit der Mitarbeiter*innen wertschätzen – das sind Bindungswege, die funktionieren.

 www.thestudenthotel.com

Wie zeigt sich der Fachkräftemangel aktuell in Ihrem Unternehmen? Welche Problemlösungen haben Sie?

**Marc Mundstock,
Geschäftsführer AXICA
Kongress- und Tagungszentrum:**

Fachkräfte zu finden war auch schon vor der Pandemie eine Herausforderung. Diese haben wir immer gut kompensiert, weil wir nach den richtigen Menschen, die mit ihren Talenten ins Team passen geschaut

haben, Fachwissen kann man lernen. Auch hatten wir in der Vergangenheit eine sehr geringe Fluktuation. Wir tun gemeinsam einiges dafür, dass sich unsere Kolleginnen und Kollegen bei uns wohlfühlen. Darüber hinaus nehmen wir aber sehr stark wahr, dass die Situation auf dem Arbeitsmarkt eine andere geworden ist: Bei uns landen fast keine Initiativbewerbungen mehr und auf Stellenausschreibungen – ganz gleich ob für Ausbildungsplätze oder Profis – erhalten wir nur noch sehr wenige Bewerbungen. Das Problem zieht sich weiter zu unseren Personaldienstleistern. In der Pandemie haben sich viele Arbeitskräfte andere Jobs in anderen Branchen gesucht und profitieren nun von geregelten Arbeitszeiten, festen Arbeitsorten oder einem stabilen Einkommen. Wenn das Geschäft wieder anzieht, wird die Branche vor dem Problem stehen, dass nicht jeder Bedarf gedeckt werden kann.

Es bleibt nichts weiter, als das Business-Netzwerk intensiver zu spannen. Für die Kommunikation unserer offenen Stellen nutzen wir derzeit hauptsächlich Social Media. Dort vermitteln wir auch gerade in einer Team-Kampagne, mit wem es die zukünftigen Kolleg*innen zu tun haben werden. Die Ansprache an die Bewerber*innen hat sich grundsätzlich verändert von früher „was wir von Dir erwarten“ hin zu „was bieten wir Dir“. Und wir bieten sicher eines der tollsten Betätigungsfelder überhaupt.

 www.axica.de



© AXICA Kongress- und Tagungszentrum

Welche Erfahrungen gibt es mit dem Projekt Ausbildungshotel?

Christin Richter, Leiterin Referat Berufliche Qualifizierung und Berufsbildungspolitik Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales:

Bereits mit Beginn der Corona-Pandemie und beim Arbeitsmarktgipfel im Juni 2020 wurden die Stimmen und Forderungen nach Unterstützung aus der Wirtschaft und den Fachkreisen immer lauter, die Auswirkung der Pandemie auf die Fachkräftesicherung und betriebliche Ausbildung in der HOGA-Branche abzumildern. Im Zuge der Gespräche zwischen der Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales (SenIAS), dem DEHOGA Berlin und der NGG in Zusammenarbeit mit der IHK und dem OSZ Gastgewerbe (Brillat-Savarin Schule) wurde darauf das Berliner Sofortprogramm „Ausbildungshotel“ (AH) entwickelt. Dafür stellte die SenIAS 2,5 Mio. bereit, um bis zu 100 Plätze zu finanzieren. An zwei Hotelstandorten haben bereits 37 Auszubildende ihre Ausbildung als ReFa, HoFa oder Koch/Köchin fortgesetzt. Weitere 37 Auszubildende konnten in Modulkursen verpasste praktische Inhalte nachholen. Das Projekt läuft erfolgreich und bietet eine sehr hohe Qualität der Ausbildung, flexible Möglichkeiten und Unterstützung. Insofern ist verwunderlich, dass die Nachfrage der Betriebe nach diesen Angeboten eher zurückhaltend ausgeprägt ist. Trotz enormer Anstrengungen (Presse, Umfragen, Werbung etc.) bleibt das Projekt nur zu ca. 50 Prozent ausgelastet. SenIAS und Partnerorganisationen passen das Projekt fortwährend an, um beste Optionen für die entstehenden Bedürfnisse zu schaffen, die Motivation bei Azubis zu steigern – das Interesse an der Branche zu erhalten! Wir stellen uns die Frage, warum das Entgegenkommen vieler Betriebe trotz geäußerter Not leider ausbleibt. Die Probleme der Branche, Auszubildende und Fachkräfte zu finden, hat aus unserer Sicht nicht nur etwas mit der Krise zu tun und muss auch aktiv von den Unternehmen angegangen werden – Ausbildungs- und Arbeitsbedingungen inklusive der Bezahlung zu verbessern als auch die Bereitschaft Angebote, wie z. B. das AH oder die Verbundausbildung, stärker zu nutzen und im Regelsystem zu verankern.



www.berlin.de/sen/ias

Wie zeigt sich die Situation – volle Klassen oder freie Plätze? Gibt es spezielle Projekte zum Thema Fachkräftegewinnung?

Jürgen Dietrich, Leiter OSZ (Oberstufenzentrum Gastgewerbe):

Natürlich sind auch bei uns die Auswirkungen der Krise deutlich zu erkennen, sehr dramatisch sogar. Die Neuanmeldungen für das kommende Schuljahr sanken um rund 60 Prozent. Wir werden weniger Klassen einrichten können und merken aber zugleich, dass alle, die sich um die Ausbildung des Berufsnachwuchses im Gastgewerbe kümmern, enger zusammengerückt sind. Da wachsen neue Ideen und Projekte. In enger Zusammenarbeit mit der Senatsverwaltung für Bildung, Jugend und Familie haben wir nach Lösungen gesucht, um die duale Ausbildung anzukurbeln. Inzwischen sind die Betriebe über die Vollzeitschulischen Klassen informiert. Dahinter steht die Ausbildung von Jugendlichen, die auf Grund der aktuellen Situation in den Betrieben nicht ausgebildet werden können. So gehen sie der Branche nicht verloren, absolvieren Schule und Praktika und kehren dann in ihren Ausbildungsbetrieb zurück, wenn der wieder eine gute Ausbildung ermöglichen kann. Die Anrechnung der absolvierten Zeit am Oberstufenzentrum auf die Dauer des Ausbildungsvertrages halte ich für sehr wünschenswert.

www.osz-gastgewerbe.de

Was können Unternehmen tun, um sich als attraktiver Arbeitgeber zu empfehlen?

Silke Richter, Bereichsleiterin Ausbildungsberatung bei der IHK Berlin:

Die beste Visitenkarte für ein Unternehmen sind zufriedene Mitarbeitende und Auszubildende. Wenn die Beschäftigten sich im Unternehmen wohl fühlen, treten sie Kunden und Gästen – und damit auch potentiellen Bewerbern – gegenüber mit einer positiven Ausstrahlung und hohen Serviceorientierung auf. Aus vielen Gesprächen mit Azubis aus der Hotellerie und Gastronomie wissen wir, dass ihnen Wertschätzung, Vertrauen, Respekt, feste Ansprechpartner und exzellent umgesetzte Ausbildungspläne ebenso wie eine individuelle Förderung wichtig sind. Darüber hinaus spielen in der Branche generell eine angemessene Bezahlung und flexible Arbeitszeitmodelle eine große Rolle, insbesondere da Arbeitseinsätze am Wochenende und am Abend die Regel sind. Oft haben auch kleine Signale eine große Bedeutung, beispielsweise die Frage: Wie hat das Unternehmen im Lockdown den Kontakt zu seinen Mitarbeitenden gehalten? Daher sollten die Azubis und Mitarbeitenden unbedingt bei der Erarbeitung einer Unternehmenskultur und Arbeitgebermarke einbezogen werden – denn dann können sie zu den besten Fürsprechern des eigenen Betriebes werden. Um Unternehmen in der Hauptstadtregion beim Ausbildungsmarketing zu unterstützen, lassen wir ihre Auszubildenden gern auch auf www.ausbildung.berlin/ zu Wort kommen, um ihren Beruf aus einer persönlichen Perspektive vorzustellen.

www.ihk-berlin.de



© OSZ Gastgewerbe

Sehen Sie Chancen, abgewanderte Fachkräfte zu überzeugen, in die Branche zurückzukehren?

Carina Knie-Nürnberg, Bundesagentur für Arbeit, Regionaldirektion Berlin-Brandenburg:

Die Pandemie hat die Hotellerie und Gastronomie besonders gravierend getroffen. Mit sinkenden Infektionszahlen und den Öffnungsschritten blicken die Unternehmen nun wieder optimistischer nach vorn. Das merkt man deutlich an der steigenden Nachfrage nach Mitarbeitern. Doch ein Teil der Fachkräfte und Minijobber hat sich während der langen Schließungsphase umorientiert. Die Branche ist nun besonders gefordert, für eine Rückkehr der Talente zu werben.

Bei der Entscheidung der Beschäftigten für einen Arbeitgeber sind gute Rahmenbedingungen in der Arbeit immer wichtiger. Dazu gehören vor allem, neben fairen Löhnen, auch flexible Arbeitszeitmodelle, Arbeitgeberprämienmodelle, Möglichkeiten zur Gesunderhaltung, die Beteiligung an Unternehmensentscheidungen und berufliche Weiterentwicklungsperspektiven. Die Arbeitsagenturen unterstützen und fördern berufliche Weiterentwicklung auch beschäftigungsbegleitend und unterstützen so Unternehmen in Zeiten des Wandels. Auch für die Vermittlung von arbeitsuchenden Menschen mit einem Wunschberuf in der Gastronomie sind Sie beim Arbeitgeberservice in den Arbeitsagenturen richtig.



© Bundesagentur für Arbeit

www.arbeitsagentur.de/vor-ort/rd-bb

Was können Arbeitgeber tun, um Fachkräfte an sich zu binden?

Sebastian Riesner, Geschäftsführer Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten Region Berlin-Brandenburg:

Die aktuelle Situation für Hotels und Restaurants im Zusammenhang mit den Auswirkungen der Corona-Pandemie und die Folgen für die Beschäftigten lassen uns als Fachgewerkschaft für das Gastgewerbe nicht kalt. Für die Lage sind insbesondere die Einkommenseinbußen durch die Kurzarbeit verantwortlich. Gastronomen und Hoteliers, die ein Essen oder ein Zimmer so günstig anbieten, dass sie davon das Personal nicht vernünftig bezahlen können, machen ohnehin grundsätzlich etwas falsch. Viele Gäste sind durchaus bereit, ein paar Euro mehr zu bezahlen – gerade jetzt, wo den Menschen bewusst geworden ist, dass der Besuch im Restaurant ein entscheidendes Stück Lebensqualität ist. Aus Sicht der Gewerkschaft NGG muss es einen grundlegenden Werte-, – ja Kulturwandel in den Unternehmen geben. Dazu gehören neben einer zeitgemäßen und deutlich höheren tariflichen Vergütung, die eine transparente Rechtssicherheit garantiert, auch andere Rahmenbedingungen. Verlässliche Arbeitszeiten und Dienstpläne, sozialkompetente Führungskräfte sind ebenso notwendig wie die Akzeptanz von Interessenvertretungen wie Betriebsräte. Die sind eben kein Feind im eigenen Betrieb, sondern häufig ver-



lässlicher Partner in der Lösung betrieblicher Herausforderungen. Wenn dies nicht geschieht, helfen auch die besten Imagekampagnen und der Ruf nach der Politik nichts. Für gute Arbeit ist die Branche letztlich selbst zuständig.

www.ngg-ost.de

FAZIT

Von Christian Andresen, Präsident des DEHOGA Berlin, und Gerrit Buchhorn, stellv. Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Berlin und verantwortlich für den Bereich Fachkräftesicherung:

Man braucht kein Prophet zu sein, um zu erkennen, dass die Themen Ausbildung und Fachkräftesicherung eine langfristige Herausforderung sind. Das hat Konsequenzen. Eine davon ist zu begreifen, dass nicht jeder Betrieb nur für sich denken und arbeiten kann, sondern nur die Branche gemeinsam. Dabei haben wir starke und verlässliche Partner. Die Politik – wie das Projekt „Ausbildungshotel“ zeigt – die Agentur für Arbeit und die Verbände. Es gibt eine ganze Fülle von Projekten und Unterstützungsangeboten, in denen wir als DEHOGA Berlin aktiv mitarbeiten, oder die wir initiiert haben. Genannt seien hier beispielhaft das bundeseinheitliche

Qualitätssiegel **TOP-Ausbildungsbetrieb**, die Seminarangebote des DEHOGA Berlin mit über 70 Themen, die Kooperation mit **#seiDual** im Bereich Berufsorientierung, sowie **ARRIVO BERLIN Hospitality** mit dem Schwerpunkt Matching von Unternehmen und geflüchteten jungen Menschen, die **YoungStars BB** als Wettbewerb für die Auszubildenden der Branche, die besten Talente zu fördern, das **Connectoor Multiposting Tool** für Stellenausschreibungen. Auf der To-do-Liste des Verbandes stehen Projekte wie die **Ausbildungsbotschafter**, **Wohnraum für Auszubildende und Mitarbeitende der Branche**, das **Vietnamprojekt** und insbesondere das Projekt **HOGA-Campus**, für das gegenwärtig eine Machbarkeitsstudie erstellt wird.

Aber das alles sind Angebote und Anregungen – sie müssen auch angenommen werden. Wer weiterhin für sich allein werkelt und meint, es wird schon irgendwie werden, wird es noch schwerer haben. Wir als Verband sind und bleiben die wichtigsten Verbündeten in Sachen Ausbildung und Fachkräftesicherung. Das Thema verlangt von uns allen einen langen Atem, Weitblick und die Mobilisierung von verschiedenen Potenzialen (Stichworte: Rahmenbedingungen, Umgang mit den Mitarbeiter*innen, Perspektive, Image...). Längst ist aus der Baustelle Ausbildung und Fachkräftesicherung eine Großbaustelle geworden. Es geht letztendlich darum aktiv die Rahmenbedingungen für Auszubildenden und Mitarbeitende der Branche zu verändern – auch im Vergleich zu anderen Branchen. Wie lange diese Großbaustelle existiert, können wir am Ende nur gemeinsam beeinflussen.



© DEHOGA Berlin

www.dehoga-berlin.de

BERLIN BIETET VIELFALT AUF DEM PRÄSENTIERTELLER.



Mehr unter:
berliner-meisterkoeche.de

 [BerlinerMeisterkoeche](#)
[#berlinisst](#)

BERLINER
Meisterkoeche
25 JAHRE

PARTNER FÜR

BERLIN





ENDLICH: Sommerfest sorgte für Glücksgefühle

Small Talk und kulinarische Genüsse
gegen die Corona-Tristesse an der Gertraudenbrücke

Berlins prominenter Gastronom Herbert Beltle hat ein feines Gespür für perfektes Timing und lud am letzten Juliwochenende zu einem Sommerfest in seine Rôtisserie Weingrün ein. Sogar das Wetter spielte bis kurz vor Veranstaltungsende mit, denn erst nach 18 Uhr öffnete der Himmel seine Schleusen. Etwa 150 Gäste waren der Einladung zu einem fröhlichen Zusammensein mit Essen und Trinken gefolgt. Direkt an der Gertraudenbrücke fanden sich ab 13 Uhr Vertreter der Gastronomiebranche, aus Politik und Kunstszene sowie den Fachmedien ein, bekannte Promis inklusive. Zu der interessanten wie illustren Runde zählten u. a. die ehemaligen Regierenden Bürgermeister von Berlin Walter Momper und Klaus Wowereit, die Entertainerin Dagmar Frederic, Sänger Henry de Winter und Pa-

lazzo-Veranstalter Hans-Peter Wodarz, diverse Gastrojournalisten, aber auch zahlreiche kulinarische Weggefährten des Gastgebers: Berlins erster 3-Sterne-Koch Marco Müller, das Gastronomien-Ehepaar Sonja und Peter Frühsammer, die Kochlegenden Karl Wannemacher und Franz Raneburger sowie der rührige Markus Herbicht, der mit seinem traditionellen Tomatenfest in den Sarotti-Höfen des historischen Schmelzwerks alljährlich für kulinarische Vielfalt im Kiez sorgt. Zwar in erster Linie als Pedant zum lähmenden Corona-Virus veranstaltet, konnten auf dem Sommerfest vor und im Weingrün gleich zwei Geburtstagkinder ausgemacht werden: der Gastgeber selbst feierte sein 64. Wiegenfest und auch der Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Berlin, Thomas Lengfelder, beging sein jährliches Jubiläum.

Herbert Beltle schaut auf lange Berufsjahre in Berlin zurück. 1980 kam er erstmals in den Westteil der damals noch geteilten Stadt, wurde hier später heimisch und prägt bis heute die kulinarische Entwicklung der Spreemetropole. Sein Blick ging dabei immer über den eigenen Tellerrand hinaus. So engagierte er sich lange Zeit im Präsidium des DEHOGA Berlin, hat zahlreiche Brancheninitiativen mitgetragen und arbeitet weiterhin als Confrère in der Bailliage Berlin-Brandenburg, der regional organisierten internationalen Feinschmeckergilde, mit. Drei erfolgreiche gastronomische Unternehmen hat der rührige Koch und Gastronom eröffnet: 1988 das Alte Zollhaus, 1999 das Restaurant Aigner und zehn Jahre später das Weingrün. Zudem ist er seit 2004 Besitzer eines Weinguts im pfälzischen Kallstedt.



*„Wir haben
schon wieder
60 Prozent
des Umsatzes
wie vor Corona.“*

*(v. l. n. r.): Sonja & Peter Frühsammer,
Karl Wannemacher, Hans-Peter Wodarz,
Herbert Beltle, Franz Raneburger, Markus
Herbicht, Marco Müller, Maria Raneburger*



Das eingespielte Weingrün-Team
(v. l. n. r.): Gastronom Herbert Beltle,
Oberkellnerin Sylvia Haberstroh und
Küchenchef Maikel Gööck

Inzwischen gab es Veränderungen, die nicht zwangsläufig coronabedingt sind. So ist die Dependance am Gendarmenmarkt wegen Umbaumaßnahmen geschlossen. Für das Alte Zollhaus und auch für sein Weingut fanden sich Pächter. „Probleme mit dem Aufgeben hatte ich wider meine eigene Erwartung nicht“, gestand



Herbert Beltle auf dem Sommerfest coram publico. Jetzt bleibt ihm mehr Zeit für die Familie und die Hobbys, zum Beispiel das Golfen. Außerdem managt er weiterhin das in bester Lage plazierte Weingrün. „Das läuft von Anfang an wie Schmitz' Katze. Wir haben schon wieder 60 Prozent des Umsatzes wie vor Corona“, sagte er. In den strengen Lockdown-Zeiten hatte der rührige Vollblutgastonom auf ein reges To-go-Geschäft gesetzt. Für den Erfolg stehe auch sein engagiertes Vor-Ort-Team, so Beltle. Drei Mitarbeiter sind im Service, vier arbeiten in der Küche. Einige, wie Küchenchef Maikel Gööck, seien „Eigengewächse“, die seit der Ausbildungszeit vor Ort sind. Die modern-sachlich eingerichtete Lo-

cation verfügt über 90 Innen- und 60 Außenplätze. Das kulinarische Kern- und Herzstück ist der offene Flammenwandgrill, wo sich Masthähnchen, Kalbshaxen, finnischer Flammflachs „Lable Rouge“ und Lamnbraten abwechseln. Der bekannte Michelin-Führer bescheinigte dem Weingrün eine „Küche mit guter Qualität“. Großen Wert wird auf die nachvollziehbare Herkunft aller Zutaten gelegt. So stammen die Paderborner Hähnchen aus kontrollierter Aufzucht, die Spare Ribs vom Saalower Kräuterschwein, das Rumpsteak original aus Australien. Ausgesucht regionalen Ursprungs sind auch die Beilagen wie Kartoffeln und diverse Salatvarianten. Eine weitere Offerte ist der Weingrün Burger „Strindberg“, eine Eigenkreation unter Verwendung hausgemachter Zutaten mit einem Fleischpatty vom Simm-

entaler Rind, Zwiebel-Senf-Sauce und Ketchup. Für Vegetarier ist davon auch eine fleischlose Variante im Angebot. Für diese Klientel hält der Küchenchef zudem stets eine kleine Auswahl saisonale Speisen vor. Momentan sind Risotto mit frischen Pfifferlingen, Blaubeeren und Liebstöckel der Hit. Zum Nachtisch empfiehlt die Karte Herbert Beltles verführerische Katalanische Creme, Eiskreationen oder einen Auswahl an Rohmilchkäsesorten. Für den speziellen Trinkgenuss sorgen in den nächsten zwei Jahren die noch eingelagerten Horcher-Weine. Geöffnet ist die idyllisch gelegene Location in der historischen Mitte Berlins und kurzem Weg zum neu eröffneten Humboldt Forum von Montag bis Samstag von 16 bis 23 Uhr.

von Marion Schlag



© Honza Klein

Berlins Wirte präferieren verantwortungsvolles Öffnen



Sicherer Gästeempfang garantiert: Das mit Luftfiltern ausgestattete Lokal „Ständige Vertretung“.

© Marion Schläg

Die Freude war groß: Nach einem siebenmonatigen Lockdown durften Spreathens Gastronomen ab 21. Mai wieder öffnen. Zunächst ausschließlich im Außenbereich. Angesichts weiter sinkender Inzidenzzahlen und weiter fortschreitender Impfungen sieht die Branche endlich wieder „Licht am Ende des Tunnels“ und hofft auf weitere Lockerungen.

Inzwischen können die Lokale unter Auflagen ihre Innenräume öffnen. In Vorbereitung des gastronomischen Re-Starts haben sich engagierte Restaurantbetreiber wie Jörn Peter Brinkmann, Geschäftsführender Gesellschafter des Kultlokals „Ständige Vertretung“ (StäV), darauf konzentriert, selbige hygienemäßig sicher zu gestalten. „Unsere Betriebe brauchen eine Öffnungsperspektive. Aber wir wollen verantwortungsbewusst handeln ohne Jo-Jo-Effekt“, betonte er bei der Vorstellung seines Konzepts. Damit die Gäste künftig auch im Gastraum sicher vor Ansteckung sind, hat er dort drei Luftreiniger der Firma Wolf einbauen lassen. Jedes Gerät kostet etwa 2.000 Euro. Eine Investition quasi zur permanenten Verbesserung der Berliner Luft. Die Reinigungsquote wird vom Hersteller mit 99,995 Prozent angegeben. Zwei eingebaute Filter entsorgen Gerüche und entfernen Aerosole. Bernhard Steppe, Geschäftsleitungsmitglied des Herstellers, erklärte das Grundprinzip.



Die Branche hat technisch aufgerüstet. Bei der Vorstellung des Hygienekonzepts in der StäV (v. l.): Gerrit Buchhorn, stellvertretender Hauptgeschäftsführer DEHOGA Berlin, Restaurantbetreiber Jörn Brinkmann und Bernhard Steppe vom Gerätehersteller.

So verfügen die Geräte über ein Gebläse, das die belastete Raumluft ansaugt und vorreinigt. In der nächsten Stufe werden Viren und Bakterien festgehalten. Im Anschluss strömt die gereinigte Luft wieder aus, wird mit der Raumluft verdünnt, was das Risiko des Vorhandenseins gefährlicher Partikel signifikant senkt. Der Praxistest wurde in Kooperation mit der Universität Wuppertal durchgeführt. Die Apparate laufen auch auf höchster Stufe ausgesprochen leise und es gibt keinen Zuglufteffekt. Eine durchaus überzeugende Maßnahme befand Gerrit Buchhorn, stellvertretender Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Berlin, der auf die insgesamt schwierige Lage der Berliner Wirte aufmerksam machte. Laut Verbandsumfrage kämpfen 75 Prozent der Unternehmen um ihre Existenz. 30 Prozent erwägen sogar eine Betriebsaufgabe. Die Branche hat allein in der deutschen Hauptstadt bereits 17.000 Jobs verloren. Der durch die Abwanderung in andere Bereiche verursachte Fachkräftemangel und die coronabedingte komplizierte Ausbildung des Berufsnachwuchses sind weitere Fakten mit Alarmpotential.

„Wichtig ist es jetzt, dass sich die Politik intensiv um unsere Branche kümmert“, betonte Buchhorn.



Unvergessen und umjubelt: Michail Gorbatschow und seine Frau Raissa beim Staatsbesuch 1989 in Bonn.

Auch Lokalbetreiber Brinkmann, der einen Verlust der Vielfalt gastronomischer Einrichtungen in Berlin befürchtet, signalisierte ständige Dialogbereitschaft. Wie die Interessenvertretung der Gastgeberbranche hofft auch er auf „baldige Nachjustierung“ der Lockerungen per Senatsbeschluss. Seinen Optimismus hat er sich bewahrt. Für die nächsten Monate zählt er auf sommerliches Wetter und den Nachholeffekt der Gäste in Sachen Essen und Trinken inklusive Restaurantatmosphäre. Die „Ständige Vertretung“ (StäV) direkt am Bahnhof Friedrichstraße gilt mit 160 Außenplätzen direkt am Wasser und 70 Innensitzen zu den gastronomischen Institutionen in bester Citylage, in der gern auch Politiker aus dem Regierungsviertel einkehren. Von den 60 Mitarbeitern wurde keiner entlassen. Sie sind mit großem Engagement bei der Sache und freuen sich darauf, endlich wieder Gastgeber sein zu dürfen.

Gegründet wurde das Kultlokal von den rheinischen Gastwirten Friedel Drautzburg und Harald Grunert quasi als gastronomische „Bastion der Bonner Republik an der Spree“ auf den vor genau 30 Jahren beschlossenen Regierungsumzug nach Berlin. Das Etablissement ist eine Kreuzung zwischen Kneipe und Museum. Hier bringt der Kellner das Kölsch so lange, bis der Bierdeckel auf dem Glas liegt. An den Wänden hängen unzählige Porträts und fotografische Schnappschüsse von Politikern sowie Promis: Eine einmalige Sammlung deutsch-deutscher Zeitgeschichte. 2017 hat das „StäV“ die Besitzer gewechselt. Das Erfolgskonzept haben die neuen Betreiber, Jörn Peter Brinkmann und Jan Philipp Bubinger, beibehalten.



Seit 1997 an der Spree präsent: Die Kölsch-Kult-Dependance mitten in der deutschen Hauptstadt.

von Marion Schlag

Neustart zwischen Klippen

Prominent besetzter TourismusDialog im
Loretta am Wannsee mit Ein- und Aussichten

Alles so schön wie der Sommerabend am Wannsee?

Journalist*innen, Tourismus-Fachleute, Gastronomen und Hoteliers trafen sich am Montag nach dem ersten Wochenende nach dem Lockdown mit touristischen Gästen in der Stadt im Loretta am Wannsee zum TourismusDialog unter dem Thema: **„Berlins Willkommens- und Genusskultur – systemrelevant oder abgeschrieben?“** Moderator Dr. Stefan Elfenbein, Korrespondent für „Der Feinschmecker“ und Vorsitzender der Jury Berliner Meisterköche, startete positiv in die Diskussionsrunde mit Tim Raue,



Ariell Schiff, Stefan Elfenbein, Tim Raue und Steffen Kirchner (v.l.n.r.)

erst für seine Häuser sechs Köche aus Israel und plant, auch weiterhin „die Türen für Einwanderer weit aufzumachen“.

Lag es am Thema?

Lag es an den Fragen des Moderators?

Die Diskussion nahm schnell Fahrt auf, viele Zuhörer*innen wurden zu Akteuren und berichteten über ihre Probleme und Erfahrungen während der Pandemie, die Gastronomie und Hotellerie besonders hart traf. Weil keine Gäste in die Stadt kamen und „die Politik uns drittklassig“ (Sternkoch Thomas Kammeier, gastronomischer Leiter EUREF-Campus) begleitet hat. Das bestätigte Thomas Lengfelder, der berichtete, wie fachliche Vorschläge des Verbandes von den zuständigen Senatsverwaltungen ignoriert und Verordnungen erlassen wurden, die für Gastronomen und Hoteliers die Krisensituation zusätzlich verschärfte. Bedenklich auch, dass die großen Hotels (die wichtig für das Berlin-Marketing sind) bei verschiedenen Hilfsmaßnahmen durch alle Raster fielen und bei vielen Gastgebern die zugesicherten Hilfgelder noch immer ausstehen. Welche demokratische Partei wählen? Die Frage blieb im Raum.

Dennoch: „Der DEHOGA hat gerade in der Pandemie einen tollen Job gemacht“, so Tim Raue, der bereits jetzt Anzeichen für einen kulinarischen Aufschwung sieht. Vielfalt, Offenheit und Genuss werden auch künftig für die Hotellerie und Gastronomie in der Hauptstadt stehen. „Berlin hat viel durchgemacht. Aber wir bewältigen das“, beendete Stefan Elfenbein die vielstimmige Diskussion, die anschließend an einem warmen Berliner Sommerabend mit Blick auf den Wannsee in kleinen Gesprächsrunden weitergeführt wurde.

Der **TourismusDialog.Berlin** versteht sich als unabhängiges und freies Kommunikationsforum und Netzwerk zwischen Medien und Tourismus.

von Brigitte Menge



© Gero Schreier

Thomas Lengfelder, Till Esser, Sabine Kirchner, Bernhard Moser und Thomas Kammeier (v.l.n.r.)

Sternkoch und Restaurantbesitzer, Ariel Schiff, CEO AMANO Group Hotels, und Steffen Kirchner, Inhaber des Loretta am Wannsee. Er verwies auf einen erfolgreichen Neustart von Hotellerie und Gastronomie nach monatelangem Lockdown. Und schon folgte das erste Aber. Es kam von Ariel Schiff, der eines seiner Hotels in der Hauptstadt nicht wiedereröffnen konnte, weil das Personal fehlt. Die Pandemie hat den Fachkräftemangel in Hotellerie und Gastronomie verstärkt, denn „das Berufsverbot ließ vor allem Mitarbeiter*innen, die perspektivisch denken, abwandern“, konstatierte Tim Raue. Was tun? Steffen Kirchner regte ein Umdenken in der Branche an, „die mehr soziale Aspekte berücksichtigen muss“, um ein attraktiver Arbeitgeber zu bleiben. Thomas Lengfelder, Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Berlin, stellte das Projekt Ausbildungshotel vor. Ariel Schiff rekrutierte gerade

Grün und noch günstiger

- Preisvorteil für Verbandsmitglieder
- 12 oder 24 Monate Vertragslaufzeit
- 100 % regenerativer Strom

Mehr Infos erhalten Sie beim
DEHOGA Berlin und auf
vattenfall.de/verbaende-berlin



VATTENFALL 

ALBA Berlin GmbH
Flottenstraße 7-9
13407 Berlin

ALBA 
Wir nennen es Rohstoff.

Wir holen Sie da raus

Die vergangenen Monate waren ein einziger Paragaphendschungel. Damit Sie ab sofort befreit durchstarten können und ausreichend Zeit für Ihre Gäste haben, bieten wir Ihnen professionelle Unterstützung bei der Dokumentation Ihrer Abfälle.

Interessiert?
Sprechen Sie uns an.

Tel. +49 30 35182-351

berlin.alba.info



DEHOGA-Initiative

„TOP-Ausbildungsbetrieb“ auf der Erfolgsspur

Im Januar 2020 und damit unmittelbar vor dem ersten Lockdown war mit „TOP-Ausbildungsbetrieb“ die erste bundesweite Zertifizierung der Ausbildungsqualität in der gesamten Hotellerie und Gastronomie an den Start gegangen. Heute, siebzehn harte Corona-Monate später, sind bereits 267 Betriebe deutschlandweit zertifiziert.

Jugendliche können über www.topausbildung.de in allen Regionen Deutschlands und in allen Betriebsgrößen und gastgewerblichen Berufen zertifizierte TOP-Ausbildungsbetriebe finden. Die Weiterentwicklung der Initiative wird weiter engagiert vorangetrieben. Um als TOP-Ausbildungsbetrieb zertifiziert zu werden, müssen Hotels und Restaurants sich auf zwölf Leitsätze verpflichten. Dazu zählen beispielsweise die Betreuung durch einen Paten, die Balance von Arbeit und Privatleben und eine intensive Prüfungsvorbereitung. Erst wenn die eigenen Auszubildenden die detaillierten Angaben der Betriebe konkret bestätigt haben, wird das Siegel verliehen. 84,5 Prozent der Azubis in TOPAusbildungsbetrieben sind insgesamt mit ihrer Ausbildung zufrieden bis sehr zufrieden. „Die Chance, demnächst mit der Wunschausbildung zu beginnen, ist so gut wie noch nie zu diesem Zeitpunkt im Jahr“, erklärt Guido Zölllick, Präsident des DEHOGA Bundesverbandes. „Ich kann Jugendliche, ihre Eltern und Berufsberater nur ermuntern, sich unsere geprüften TOP-Ausbildungsbetriebe genauer anzuschauen. Urlaub in Deutschland boomt, die Sehnsucht der Menschen nach gemeinsamem Essen und Spaß im Restaurant ist groß. Auch bei Geschäftsreisen und Veranstaltungen ist der Aufschwung absehbar. Wir haben es geschafft, 85 Prozent unserer festen Mitarbeiter trotz Coronakrise zu halten.“

Wir werden auch weiter attraktive und sichere Ausbildungs- und Arbeitsplätze zur Verfügung stellen und Zukunftsperspektiven für die unterschiedlichsten Menschen bieten.“



Da die meisten Hotels und Restaurants im Frühjahr noch geschlossen waren und Praktika nicht stattfinden konnten, waren Ende Juni noch rund 13.000 Ausbildungsstellen bei den Arbeitsagenturen gemeldet.

Wer, wenn nicht wir?

Wann, wenn nicht jetzt gute Ausbildung sichtbar machen. An die Betriebe gerichtet betont Zölllick: „Gerade jetzt, wo Hotels und Restaurants nach der Wiedereröffnung den Fachkräftemangel deutlich spüren, ist der richtige Zeitpunkt für verstärktes Ausbildungsengagement.“

„Wir sind stolz darauf, dass trotz der enormen Belastung unserer Ausbildungsbetriebe durch die Coronakrise 267 von ihnen bereits erfolgreich zertifiziert werden konnten. Weitere 96 befinden sich derzeit im Zertifizierungsprozess“, berichtet Hans Schneider, Vorsitzender des Berufsbildungsausschusses im DEHOGA. Und er zeigt sich überzeugt: „Wir können unsere Fachkräftebasis und unser Geschäft nur sichern, indem wir uns dem Wettbewerb um junge Talente stellen. Wir müssen beweisen, dass wir Ausbildung auf fachlich wie menschlich hohem Niveau bieten. Dafür ist TOP-Ausbildungsbetrieb, die jüngste und jetzt schon größte Ausbildungs-Zertifizierung in der Branche, der beste Weg. Wir appellieren an alle Hoteliers und Gastronomen:

Machen Sie Ihre gute Ausbildungsarbeit sichtbar!“

In den nächsten Monaten wird die DEHOGA-Familie weitere Tools integrieren, um die TOP-Ausbildungsbetriebe zu unterstützen. Dazu gehören eine Best Practice Sammlung mit Mustern und Checklisten, Partnerangebote für die Ausbildungsarbeit im Betrieb sowie Webinare. Im nächsten Schritt werden die Social-Media-Aktivitäten in Richtung Instagram ausgeweitet.



Alle Infos zu den Voraussetzungen der Zertifizierung finden Ausbildungsbetriebe und Bewerber auf

 www.topausbildung.de.



FÜR IHRE GÄSTE NUR DAS BESTE.



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

Fairer Milchpreis für unsere Landwirte – seit 15 Jahren auf Platz 1.*

Kleine Familienbetriebe mit durchschnittlich 27 Kühen sind Eigentümer der Molkerei.

**ERHÄLTlich BEI
HAMBERGER**
Der Großmarkt für Gastronomie & Handel
Erna-Samuel-Str. 13 • 10551 Moabit Berlin

* Quelle: top agrar 03/2021





Ausbildung dort, wo andere Urlaub machen

Idyllisch am Templiner See gelegen, erstrecken sich auf dem ehemaligen Gelände des Potsdamer Luftschiffhafens, drei Gebäude des Kongresshotels Potsdam, die wie Luftschiffe aussehen. Mit über 450 Zimmern, 40 Tagungsräumen, einer Wellbeing- und Fitness Area sowie verschiedenen Restaurants, gehört das Hotel zu den größten Tagungshotels in Brandenburg.

© Kongresshotel Potsdam, Hagen Immel

Jedes Jahr aufs Neue starten zahlreiche Azubis ihre Ausbildung in dem 4-Sterne-Haus. Hotelfach-, Restaurantfach- und Veranstaltungskaufleute, Fachkräfte im Gastgewerbe, Köche und Dual Studierende – die Möglichkeiten einer Ausbildung im Kongresshotel sind sehr vielfältig. Über 35 Azubis lernen momentan die enge Verzahnung von Praxis und Theorie in ihrem gewählten Berufsfeld kennen. Der Führungscrew ist es ein wichtiges Anliegen, die Fachkräfte des Hauses selbst zu entwickeln und ihnen später gute Entwicklungsperspektiven zu bieten. Die Umsetzung verschiedenster Maßnahmen, mit denen den Azubis eine bestmögliche Ausbildung geboten wird, liegt dem Team vom Kongresshotel Potsdam am Herzen.

Beispiele dafür sind regelmäßige Azubi-Projekte, wie der Azubi-Elternabend. In Eigenregie und -verantwortung organisieren die Azubis (sofern Sicherheitsbestimmungen es zulassen) einen kompletten Abend, inklusive Kalkulation, Dekoration, Personalplanung, Menüauswahl und Bedienung, für ihre Liebsten. In monatlichen Schulungen werden spannende Themen aufgegriffen und vertieft, die den Azubis von einem der über 170 Mitarbeitern näherge-



Ansprechpartnerin für Bewerber*innen: Yvette Wilhelm, Personalleiterin.

bracht werden. Mit Hilfe der App Azubi-Web können sich die Azubis spielerisch auf bevorstehende Prüfungen vorbereiten, oder mit den Ausbildern ihre Stärken und Schwächen herausfinden, auf die dann gezielt eingegangen wird. Besuche bei Lieferanten und externen Bildungseinrichtungen unterstützt das Hotel ebenfalls, um das Produktverständnis zu trainieren.

Das Kongresshotel in Potsdam ist stolz darauf, als „Top-Ausbildungsbetrieb“ zertifiziert worden zu sein. Auch in diesem Jahr konnte das Hotel in der ersten Augustwoche zwölf Jugendliche zu ihrem Ausbildungsstart feierlich begrüßen. Gleichzeitig wurden fast alle Auslernenden übernommen. Zum Kennenlernen wartete am Nachmittag eine erlebnisreiche Team-Challenge auf die Azubis, bei der mit Geschick und Teamarbeit drei Flöße gebaut wurden.

Weitere Einblicke und Erfahrungsberichte zur Ausbildung im Kongresshotel erhalten Sie hier:

www.kongresshotel-potsdam.de/unternehmen/ausbildungsbetriebe/

© Azubi-Fotos

Laura Markowski
BA-Studentin im Kongresshotel

Starke Partner

– auch in Krisenzeiten

Für den Satz von Thomas Lengfelder, Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Berlin: „Vielen Dank, dass Sie uns in dieser brutalen Krise geholfen haben“, gab es spontanen Applaus. Nach einer langen pandemiebedingten Pause hatte der DEHOGA Berlin am 12. August zum Partnertreffen ins Loretta am Wannsee eingeladen. 70 Gäste kamen trotz Verkehrschaos (der unsägliche Streik der GDL) bei bestem Sommerwetter in die Almhütte des beliebten Ausflugslokals. Natürlich sorgte vor allem die Ereignisse der vergangenen 18 Monate für Gesprächsstoff, denn jedes Unternehmen hat seine eigene Krisen-Geschichte. „Ich bin froh, dass meine Ansprechpartner in Gastronomie und Hotellerie noch an Bord sind. Wir sind alle direkt von den Auswirkungen der Krise betroffen und haben uns doch den Optimismus bewahrt“, berichtete Torsten Stronkowski von Gerolsteiner. „Bisher sind weniger Gastronomiebetriebe weggebrochen als befürchtet, aber die Krise ist noch nicht überstanden“, konstatierte Gunther Birkholz, Verkaufsleiter der Radeberger Gruppe, der darauf verwies, dass vor allem die touristisch geprägten innerstädtischen Gastronomiebetriebe an ihre ökonomischen Existenzgrenzen gekommen sind. Dario Fank, Prokurist der 3B Dienstleistung GmbH, sprach darüber, dass der Hotelservice seines

Gemeinsam
miteinander:
ersten Partnertreffen
nach einer langen
pandemiebedingten
Pause



Bernhard Moser & Bert Breuel



Carmen Kansok & Uwe Rabe

Unternehmens wieder stärker gefragt ist. „Aber die stark schwankenden Auslastungen sowie die fehlenden Fachkräfte werden zunehmend zu Herausforderungen.“ Bei Uwe Rabe, Geschäftsführer der ASQ GmbH, klingt seit Ausbruch der Pandemie öfter als vorher das Telefon. „Es geht sowohl um den Gäste- als auch den Selbstschutz. Zudem gibt es neues Personal, das angesichts zusätzlich verschärfter Regelungen bei null anfängt“, so Uwe Rabe, dessen Unternehmen Partner rund um den Arbeits- und Gesundheitsschutz ist.

Christian Andresen, Präsident des DEHOGA Berlin, berichtete von der Polit-Talk Reihe „Aufgetischt & Nachgefragt“, in der er gemeinsam mit Gastronomie-Kenner Bernhard Moser von der eat! Berlin die Spitzenkandidat*innen der Berliner Parteien zu den Branchen-Themen befragt. Es geht um Fragen wie: Wer steht zu uns als Gastgeber? Welche Wertschätzung bekommen wir von wem? Wie sehen konkrete Unterstützungsmaßnahmen aus, die Folgen der Corona-Krise zu mildern? „Unsere Themen müssen auf die Agenda. Wir haben die Attraktivität dieser Stadt aktiv mitgestaltet“, so der Präsident, der sich bei den Partnern für die Verbundenheit bedankte. Viel Gesprächsstoff für einen langen Sommerabend, der in lockeren Gesprächsrunden, mit gutem Essen und herzlichem Service durch das Loretta-Team ausklang.

Übrigens war die Umsetzung der aktuellen Abstands- und Hygieneregeln an diesem Abend lehrbuchreif, schließlich wissen die Gastgeber, was erforderlich ist.

von Brigitte Menge



(v.l.n.r.) Joachim Köhrich, Christian Andresen, Janina Atmadi, Heiko Bohm & Frank Kometz



Steffen & Sabine Kirchner



(v.l.n.r.) Thomas Lengfelder, Annette Schink, Christian Düren, René Conle & Tobias Schildknecht



Neustart für die Tourismus- und Messebranche: 3.000 Berliner*innen inszenierten eine Einladung an Gäste aus aller Welt

Beim Berlin Freedom Dinner feierten am 7. August rund 3.000 Berliner*innen auf der Startbahn des ehemaligen Flughafen Tegel ein besonderes Event, um gemeinsam die Botschaft „Berlin loves you!“ in die Welt zu senden. Der gleichlautende rund 800 Meter lange und 60 Meter breite Schriftzug wurde aus 1.018 Dinner-Tischen geformt. Die Tourismus- und Messemetropole Berlin setzte damit ein Zeichen für den Neubeginn. Gleichzeitig verabschiedeten sich die Berliner*innen vom Flughafen Tegel, der für die Stadt lange Zeit das Tor zur Welt war und in den kommenden Jahren zur innovativen „Urban Tech Republic“ wird.

Michael Müller, Regierender Bürgermeister von Berlin, und Ramona Pop, Senatorin für Wirtschaft, Energie und Betriebe hatten gemeinsam mit der Messe Berlin und *visit-*



© Messe Berlin

Berlin zu diesem besonderen Abend geladen. „Diese Veranstaltung symbolisiert, dass es wieder losgeht – aber wir müssen weiter besonnen sein und solidarisch.

Denn die Freiheit, die wir heute Abend erleben, wollen wir dauerhaft“, mit diesen Worten begrüßte Michael Müller die Gäste des Freedom Dinner. „Berlin ist da, Berlin ist offen, Berlin hat es vergleichsweise gut durch die Krise geschafft. Und wir wollen, dass wir weiterkommen und ein Zeichen des Restarts setzen – und das geht nur mit Ihnen!“, ergänzte Ramona Pop.

Im begleitenden Musik- und Tanzprogramm spielten mehr als 50 Künstler, u.a. Andrej Hermlin & Family, die Show-Trommler BÄM von Peter Fox, die Stepptanzgruppe TAP Connection und weitere Berliner Tanz- und Musik-Acts. Um das Event sicher zu gestalten, wurde ein spezielles Hygienekonzept entwickelt.

Das Foto mit dem Schriftzug wurde innerhalb weniger Stunden von den internationalen Medien aufgegriffen. Rund 95 Millionen Menschen wurden bisher allein über die Presseberichte zum Freedom Dinner erreicht.

Weitere Eindrücke des Events gibt es in den sozialen Medien unter [#berlinlovesyou](#) sowie auf [visitBerlin.de](#)



Stadtmenü

Eine kulinarische Klimakampagne



20. — 26. 9. 2021



www.berlinfoodweek.de

Meat & Co. | Spemann | Wollhaus | Greenstar

© Berlin Food Week/Sarah Illenberger

WIR IN BERLIN

Klimaschutz auf dem Teller

Das Stadtmenü wird
zur kulinarischen Klimakampagne

Das Stadtmenü der Berlin Food Week vom 20. bis 26. September widmet sich dem Klimaschutz. Die teilnehmenden Restaurants servieren unter dem Motto „Eine kulinarische Klimakampagne“ ein individuelles klimafreundliches Menü. Dabei sind beispielsweise Rutz Zollhaus, Bonvivant, Bob & Thoms, Frühstück 3009, Schneeweiss, Michelberger und viele mehr. Ziel ist es, Gäste zu inspirieren und zu zeigen, dass nachhaltiger Genuss unabhängig von Restauranttyp, Küchenstil oder Preis möglich ist. Alle teilnehmenden Restaurants gibt es auf www.berlinfoodweek.de.

1 Prozent für den Klimaschutz

Mit jedem Bissen können Gäste etwas für die Umwelt bewirken: die Restaurants spenden 1 Prozent ihres Netto-Umsatzes mit dem Stadtmenü für heimische Klimaschutz-Projekte in der Landwirtschaft. Dazu gibt es eine Kooperation mit der internationalen Initiative Zero Foodprint.

Starke Partner

Aus Überzeugung schließen sich die Partner des Stadtmenüs diesem Engagement an: für Transgourmet sind Qualität, Vielfalt, Innovation und Leidenschaft die entscheidenden Zutaten für ein gastronomisches Erfolgsrezept. Und der Mineralbrunnen Vöslauer zählt schon lange zu den Vorreitern in Sachen Nachhaltigkeit.



Sie bieten jeden Tag perfekten Service.
Wir Ihnen den passenden Schutz.

Die SIGNAL IDUNA ist der kompetente Partner für das Hotel- und Gaststättengewerbe. Wir kennen die Bedürfnisse der Branche und bieten Ihnen perfekt daran angepasste Absicherungsmöglichkeiten. Informieren Sie sich.

SIGNAL IDUNA Gruppe
Gebietsdirektion Berlin, Bismarckstr. 101, 10625 Berlin
Telefon 030 88448620, gd.berlin@signal-iduna.de

SIGNAL IDUNA 
gut zu wissen

► Gastro-Trends RESTART 2021

Worauf haben unsere Gäste Appetit?

Die Gastro Piraten helfen,
die Weichen für gute Konzepte zu stellen



Die Pandemie hat unser
Alltagsleben verändert.

Was bedeutet das für die Gastronomie?

Welche Food-Trends machen das eigene
Konzept erfolgreich?

Fragen an die Gastro Piraten René Kaplick (l.)
und Carsten Rengert (r.).

Wie finden Gastronomen schnell und
effektiv die aktuellen Trends für 2021
heraus?

René: Zum Glück kommt uns alljährlich das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) zur Hilfe. Sein Ernährungsreport gibt Antworten.

Was waren für Sie die wichtigsten
Erkenntnisse?

Carsten: Die Menschen kochen mehr zu Hause. Logisch, denn Restaurantbesuche waren monatelang nicht möglich. Die guten Nachrichten für unsere Branche: die Lieferung von Lebensmitteln in Deutschland ist längst nicht Alltag (gerade mal 13 Prozent der Befragten) und das Kalorienzählen kommt zunehmend aus der Mode. Dafür rückt mehr denn je der Geschmack von Speisen in den Fokus. Gut schmecken muss es zu 99 Prozent! Das ist ein Muss für uns Gastronomen! Neun von zehn Befragten achten stark auf eine gesunde Ernährung. Hand aufs Herz – das sollten wir 2021 in unseren Konzepten locker umsetzen können.

Welche Zutaten werden täglich oder
mehrmals täglich gegessen?

Wie sollte der Gastronom das aufgreifen
und umsetzen?

René: Für Dreiviertel der Befragten gehören Gemüse und Obst auf den täglichen Speiseplan. Zeit für uns, die Karte mit vegetarischen oder veganen

Alternativen aufzuwerten. Sinnvoll ist, gleich auf vegan zu setzen, weil Vegetarier auch vegane Kost essen, umgedreht nicht. 64 Prozent sagen, dass sie täglich oder auch mehrfach am Tag Milchprodukte verzehren. Da stellt sich uns die Frage, ob das das Comeback des Käsewagens bedeuten wird. Einen Gedanken ist es durchaus wert. Was mich echt überrascht hat, ist die Tatsache, dass nur noch 26 Prozent täglich zu Fleisch und Wurst greifen.

Auf welche Food-Trends sollten die Restaurants jetzt achten?

Carsten: Der gute Geschmack ist für die Verbraucher*innen mehr als ein Bauchgefühl:

82 Prozent bevorzugen Produkte aus der Region,

78 Prozent achten auf saisonale Herkunft,

61 Prozent lassen sich vom Sortiment inspirieren,

54 Prozent beachten die Produktinformationen.

Im Klartext heißt das für uns, dass nachhaltige, regionale Konzepte mit einer saisonalen Speisekarte weiterhin ein stabiler Trend mit konstanter Aufwärtsentwicklung ist. Was spricht also dagegen, dies transparent an die Gäste unseres Restaurants zu kommunizieren? Es ist auch nicht verkehrt – sofern es zum Konzept passt – im Eingangsbereich mit Bildern von Erzeugern und deren Betrieben zu werben.

Unsere Gäste wollen immer mehr wissen, woher ihr Essen kommt. Die Tatsache, dass sich Verbraucher vom Sortiment inspirieren lassen, bedeutet für uns, dass eine verkaufstarke Speisekarte ein Umsatzbringer werden kann. Jeder

Gastronom sollte seine Karte analysieren, um zu erkennen, welche Positionen den besten Deckungsbeitrag haben. Die gehören in den Fokus. Ganz wichtig ist die regionale und frische Herkunft bei Eiern (86 Prozent) sowie frischem Obst und Gemüse (86 Prozent). Ein weiterer Food-Trend ist regional erzeugtes Brot. Warum also nicht mit ortsansässigen Bäckern kooperieren? Auch hier hat jeder ein wunderbares Argument für das eigene Regionalmarketing in der Hand.

René: Das sind Anregungen – die konkrete Umsetzung ist individuell. Dabei unterstützen wir die Gastronomen gern.



Mitgliedern des DEHOGA Berlin

bieten die Gastro Piraten eine kostenlose telefonische Erstberatung:

Tel: 030. 20459787

www.gastro-piraten.de

BASIS FÜR GESUNDES LEBEN
SAUBERE LUFT
KEINE HEPA FILTER!



Airdog Vertrieb Berlin René Mammitzsch

Email: airdog-vertrieb-berlin@t-online.de

Fon: 030 - 96 20 27 81

Fax: 030 - 96 20 27 82



Innovative Luftreiniger



www.airdog-deutschland.de

Home Delivery mit der eigenen Fahrzeugflotte

Vom Strohalm
zum Geschäftsmodell –
Herausforderung
Kfz-Versicherung



Timo Kutschke Geschäftsführer

© Martens & Prah

Martens & Prah Bad Schwartau ist seit über 20 Jahren als Spezialist in der Gastroszene aktiv. Neben unseren individuellen Versicherungskonzepten und Rahmenvereinbarungen profitieren Sie von unserem professionellen Schadenmanagement. Nutzen Sie unser Knowhow.

Mittlerweile gehört Home Delivery zu einem fest etablierten Bestandteil in der Gastronomie. Immer mehr Restaurantbetreiber liefern mit Ihrer eigenen Fahrzeugflotte aus.

Achtung! Zulassungspflichtige Fahrzeuge, die zur Auslieferung von Speisen genutzt werden, zählen häufig bei den Versicherungsgesellschaften zum „unerwünschtem Risiko“.

Sprich: entweder verweigern die Versicherer entsprechenden Versicherungsschutz oder es werden hohe Beiträge von 1.800 Euro aufwärts je Fahrzeug angeboten.

Erfreulicherweise nicht für unsere Gastronomen!

In Kombination mit unserer Martens & Prah-Gastropolice haben wir die Möglichkeiten geschaffen, Lieferfahrzeuge zu fairen Konditionen über unseren eigenen Kfz-Rahmenvertrag zu versichern.

Kennen Sie die Konsequenzen, wenn im Schadenfall die Nutzungsart beim Versicherer nicht richtig angegeben ist? Durch eine Falschmeldung (Obliegenheitsverletzung) drohen Regress und/oder Leistungskürzungen im Schadenfall.



Wir halten unser
Versprechen:
Zum fünften Mal
die Nr. 1!

- Welcher Deckungsschutz ist sinnvoll?
- Wer darf die Fahrzeuge fahren?
- Gibt es Einschränkung hinsichtlich der jährlichen Laufleistung?
- Was für Besonderheiten gelten bei der Elektromobilität?

Worauf Sie achten sollten – sprechen Sie uns an!

Gerne unterbreiten wir Ihnen unsere maßgeschneiderte **Martens & Prah-Fuhrparklösung!**

Allein in diesem Jahr konnten wir für unsere Gastronomen Versicherungslösungen für über 1.000 Fahrzeuge aushandeln. Unsere Jahresbeiträge beginnen bereits ab 430 Euro brutto für die Kraftfahrzeughaftpflichtdeckung.

Ob Einzel- oder Markengastronom – bei Martens & Prah sind Sie richtig.

Wir freuen uns auf den weiteren Austausch mit Ihnen.

Tel: 0451. 2899425

gastro@martens-prahl.de

To-go darf nicht die Welt kosten

Das RECUP/REBOWL-Pfandsystem zeigt, dass Mehrweg in der Gastronomie unkompliziert, nachhaltig und kostensparend funktioniert.

Mit bereits über 8.000 Ausgabestellen, in Form von Cafés, Restaurants, Betriebsgastronomien, Hotels, Tankstellen und Kiosken, zeigt das RECUP/REBOWL-Pfandsystem, wie einfach sich Mehrweg als neuer Standard im To-go-Bereich umsetzen lässt und bietet deutschlandweit die Antwort auf die beschlossene Mehrwegpflicht in der Gastronomie.

Wie funktioniert RECUP/REBOWL für Anbieter*innen?

Partnerbetriebe leihen sich Mehrwegbehälter gegen Pfand bei RECUP und geben diese gegen denselben Pfandbetrag an ihre Kundschaft aus. Leere RECUPS und REBOWLS werden dann wieder zurückgenommen und das Pfand den Kund*innen ausbezahlt. Die Behälter werden im Anschluss bei den Gastronomiebetrieben gespült und sind wieder für die nächsten Kund*innen einsatzbereit.

Durch einen Systembeitrag von 25-45 Euro im Monat sind die Kosten des Systems überschaubar und kalkulierbar. Da die Mehrwegbehälter geliehen werden, entstehen, anders als bei Einwegverpackungen, für den Gastronomiebetrieb keine Kosten. Partner*innen können entscheiden, ob sie RECUPS und REBOWLS anbieten oder sich für eines der beiden Produkte entscheiden. Die Systemgebühr bleibt gleich.

Wie funktioniert das Pfandsystem für Nutzer*innen?


To-go-Genießer*innen bestellen ihr Getränk oder Gericht bei einem der Partner im RECUP bzw. der REBOWL und hinterlegen Pfand. Um das Pfand zurückzuerhalten, können leere Pfandbehälter bei allen RECUP/REBOWL-Partnern wieder abgegeben werden. Alle teilnehmenden Betriebe lassen sich über die kostenlose App oder unter www.recup.de einsehen.

Pfand als Mehrweg-Lösung

RECUP orientiert sich am deutschen Flaschenpfandsystem, um es als analoges Mehrwegsystem der Masse zugänglich zu machen. Das System funktioniert ohne Daten-Registrierung, um die Einstiegshürden, sowohl für Partner*innen, als auch für Nutzer*innen gering zu halten. Als erlerntes Prinzip in Deutschland, ist Pfand allen Alters- und Gesellschaftsschichten zugänglich und lässt sich leicht in den Betriebsablauf integrieren.

Jetzt Teil der Verpackungs-Revolution werden und vom exklusiven DEHOGA Berlin-Mitgliedervorteil profitieren: Mit dem Code **HAPPYDEHOGA** erhalten Sie 100 Prozent Nachlass auf die erste Systemgebührenrechnung.

Tel: 089. 339844123

 www.recup.de & www.rebowl.de

Für Gastronomen: mitmachen@recup.de

Für Großkunden: keyaccounts@recup.de

Für Betriebsgastronomie: inhouse@recup.de



Digitale Weiterbildung für die Hotellerie und Gastronomie

Abhilfe gegen die Auswirkungen der Pandemie – mit Tempo!

Unter anderem bieten wir folgende Kurstitel an:

Jeder Hotelbesitzer und Restaurantbetreiber wünscht sich Mitarbeiter, die bestens geschult sind, sowie den Zugang zu einem optimal vorbereiteten und motivierten Nachwuchs-Pool. Das war schon immer so. Die Auswirkungen der Corona-Pandemie, darunter die Abwanderung gastronomischer Fachkräfte in andere Branchen, lassen diese Wünsche jedoch noch dringlicher werden.

OLIVE bietet Ihnen ein raffiniertes Paket aus kostengünstigen Online-Mitarberschulungen, das weniger qualifizierten Bewerbern den Sprung in die Gastronomie erleichtert. Damit können Arbeitgeber unserer Branche auf ein erweitertes Bewerber-Pool zugreifen und vakante Positionen schneller besetzen. Unser Lernmanagementsystem Mykademy ist der Motor unseres Gastro- und Hotelpakets: Team- und Geschäftsleiter können die Fortschritte der neuen Angestellten sowie deren Testergebnisse auf Knopfdruck verfolgen, um die höchsten Standards im Betrieb sicherzustellen. Mykademy verfügt auch über Live-Seminare, und sämtliches vorproduziertes Videomaterial, das schon beim auftraggebenden Unternehmen vorliegt, kann den Angestellten darüber zur Verfügung gestellt werden.

Weiterbildung mit Branchenfokus

Die OLIVE Group erzielt seit 2006 zahlreichen Kunden aus der Hotellerie- und Gastronomiebranche weltweit beträchtliche Ersparnisse durch die Digitalisierung von branchenspezifischen Schulungsprogrammen. Der Zugriff erfolgt in einer im Unternehmensdesign des Auftraggebers erstellten App.



- Servicequalität aus der Sicht des Hotelgastes
- Verkauf und Zusatzverkauf im Restaurant
- HACCP
- Housekeeping und Hausreinigung
- Erfolgreiche Kommunikation
- Barista-Ausbildung

Nichtbranchenspezifische Kurse, wie etwa Manuelle Handhabung stehen unseren Kunden auch zur Verfügung, um verletzungsbedingte Ausfälle so weit wie möglich zu reduzieren.

Unser Angebot:

Beschleunigen Sie Ihre Suche nach neuem Personal, indem Sie branchenfremden Bewerber*innen den Zugang zu unserem digitalen Schulungspaket bereits vor ihrer Einstellung erlauben. So fangen sie am ersten Arbeitstag optimal geschult und startbereit an. DEHOGA Berlin-Mitglieder profitieren von einem Rabatt i.H.v. 25 Prozent auf unser Schulungspaket für die Gastronomie und Hotellerie.





Neue Perspektiven im Mercure Berlin Tempelhof



Die Pandemie und die Rückkehr ins touristische Gastgewerbe

Während der Corona-Krise war es ungewohnt still im Mercure Hotel Berlin Tempelhof, das mit seinen 216 Zimmern an der belebten Herrmannstraße liegt. Die Belegung lag teilweise bei nur 10 Prozent. Eine Schließung kam für General Manager Reiner Siebers jedoch nicht infrage. Zudem bot sich die Zeit an, Modernisierungs-Projekte voran zu treiben. So wurde etwa die Buchhaltung digitalisiert und auch das PMS des Hauses ist jetzt in der „Cloud“.

Virtuelle Tagungen

Ebenfalls neu und High-Tech ist das in Kooperation mit dem Veranstaltungstechniker TagungsPartner entstandene Streaming Studio. Der umgewandelte Tagungsraum des Hotels erlaubt jetzt das Hosting hybrider Meetings, Pressekonferenzen etc. und lässt keine Wünsche offen: Greenscreen, Moderatorenpult, HD-Kameras, Übertragungstechnik, Profi-Beleuchtung, eine Lounge-Ecke für Talk-Runden und zwei Techniker zur Unterstützung. Siebers sieht diese Investition als langfristigen Vorteil: „Warum in den Flieger nach München steigen, wenn ich in einer Stunde eine live Konferenz abhalten kann? Der Trend geht klar da hin. Mit dem Studio bieten wir Tagungsgästen die Möglichkeit, dies auf einem professionellen Level zu tun.“

Comeback

Doch auch über die Rückkehr privatreisender Touristen freut sich das Haus. Damit die Öffnung für den „Normalbetrieb“ reibungslos verlief, war besonders das vertraute Zusammenwirken mit dem Team von 3B Hoteldienstleistungen wichtig, welches seit über 9 Jahren das Housekeeping im Mercure managt. Die Hausdamen des Hotels, Frau Krieger und Frau Schmidt, unterstützen die 3B-ler in der Koordination der Reinigungs- und Desinfektionsarbeiten auf den Zimmern und in der Public Area. Als eingespieltes Team und mit einem unkomplizierten Austausch arbeitet man gemeinsam für das Wohl der Gäste.

Neben einer schnellen Rückkehr zur Normalität im Reisebetrieb strebt das Mercure weitere Neuerungen zum Gästeschutz an, etwa durch technische Infektionseindämmung. Mit neuen Konzepten und treuen Partnern wie 3B an der Seite blickt Siebers zuversichtlich in die Zukunft und hofft auf eine baldige Erholung für alle Gastgewerbe.

 www.drei-b.de



Ipartment entsteht am BER

Unmittelbar am Flughafen Berlin Brandenburg entsteht ein neues Aparthotel von ipartment mit 158 Serviced Apartments, das zum Jahreswechsel 2022/23 eröffnet werden soll. ipartment bietet Wohnen auf Zeit im privaten Ambiente und setzt auf optional buchbare Leistungen: Reinigungs- und Wäscheservice sowie auf digitale Abläufe. Es ist das erste Haus des Unternehmens in Berlin, vertreten ist es u. a. in Frankfurt, Hamburg und Zürich.

www.ipartment.de

The Circus zurück am Rosenthaler Platz



© Sebastian Gotthardt

Vom Cocktail-Picknick bis zum Platzkonzert und mit Teststation lädt The Circus Hotel Touristen und Berliner dazu ein, die schönen Seiten in der Hauptstadt zu entdecken

„Berlin is back“ lautete das Motto im The Circus Hotel am Rosenthaler Platz bei der Wiedereröffnung des Hauses nach dem langen Lockdown, in dem das Haus renoviert wurde. Während im The Circus Hotel die aufwendigen Sanierungsarbeiten des letzten Jahres erfolgreich abgeschlossen sind, wird im nahegelegenen The Circus Apartments mit einem Invest von 20–25.000 Euro pro Apartment noch fleißig renoviert. Die ersten vier Apartments überzeugen schon mit edlen Holzböden, neuen Möbeln, moderner Technik und vielen anderen Details, und auch die Lobby erstrahlt bereits grundsaniert. Bis spätestens September werden alle Apartments dem neuen, hohen Standard entsprechen.

www.circus-berlin.de

Zurück am Tisch: Pop-up-Reihe Frühstück

Internationale Genussgaranten wie Langos mit Sauerkrautgranitée, Sauerrahm, krosser Speck, Fenchelamaranth und Bergkäse; Vietnamesische Reis-suppe mit Eigelb, Entenfleisch, Grapefruit, Taubnessel oder ein Birchermüsli 3000 mit Kokosmilch, Himbeeren, Gurke, Minze und Karamellmandeln haben Frühstück 3000 in der Schöneberger Bülowstraße zum Erfolg geführt. Nun ist der Frühstückstisch im ersten Restaurant der Pop-up-Reihe endlich wieder gedeckt. Der große Ansturm auf das junge Restaurant ab Oktober 2020 bis zur pandemiebedingten Schließung und der enorme Zuspruch in den sozialen Medien half den drei Machern, durchzuhalten. „Bei unseren Pop-ups haben wir gelernt, Gästen eine phantastische Zeit zu bereiten, egal, was passiert“, so Lukas Mann.

www.fruehstueck3000.com

Erster Berlin Park auf dem Zentralen Festplatz

Nach über einem Jahr Corona-Pause kehrt der Schaustellerverband Berlin e. V. und mit ihm die Rummelattraktionen zurück. Mit dem Berlin Park auf dem Zentralen Festplatz am Kurt-Schumacher-Damm setzen die rund 70



© Berlin Park Photo Huber

Schausteller bis zum 29. August ganz auf Unterhaltung, Fahrvergnügen – und Abstand wie in einem Freizeitpark. Das neue Platzkonzept, für den Berlin Park angesichts der geltenden Corona-Bestimmungen neu entwickelt, ermöglicht den Besuch von maximal 2.000 Gästen, die über eine 12 Meter breite Straßen mit genügend Abstand flanieren können. Zusätzlich gilt nach

aktuellem Stand auf dem gesamten Gelände Maskenpflicht und die Besucher werden gebeten, sich per Luca-App zu registrieren. Ein negativer Corona-Test oder eine Impfung sind nachzuweisen. Das kulinarische Angebot ist vielfältig und reicht von Grillspezialitäten und Lángos bis hin zu Churros und Crêpes. Der Eintritt ist frei.

Das Symposium 2021:

Die 10-teilige Veranstaltungsreihe von @diegemeinschaft auf dem Feld, in der Küche und in den Köpfen!



© Carla Ulrich

Jedes Jahr versammelt Das Symposium von @diegemeinschaft alle Lebensmittelakteur*innen, um gemeinsame Erfahrungen zu teilen und eine neue Esskultur voranzutreiben. 2021 wird es praktischer und aufregender denn je: Als Veranstaltungsreihe von August bis Dezember 2021 kann man an zehn Wochenenden in die Schlüsselthemen unserer Esskultur eintauchen – von Boden und Hülsenfrüchten bis hin zu Fermenten oder Ausbildung. Mit einem Ticket pro Themenblock ist man an vier Tagen bei praktischen Workshops, inspirierenden Exkursionen, Besuchen von Produktionsstätten und digitalen Denkanstößen dabei. Man lernt Pionier*innen kennen, vertieft sein Wissen interdisziplinär und vernetzt sich mit anderen kulinarischen Akteur*innen.

die-gemeinschaft.net/symposium-2021/

Weinlobbyist: Jahresfeier mit Premiere

„Schön, dass ihr da seid“, begrüßte Serhat Aktas seine Gäste zum ersten Geburtstag seiner Weinbar in der Schö-



Dieter Fuhrmann

Obst & Gemüse Großhandels GmbH

Nur das

Beste!



Lieferant der Berliner und Brandenburger Spitzengastronomie

EINMAL TALK MIT ALLES

prime
time
theater



Unsere wöchentliche Podcast-Serie

Immer wieder **SAMSTAGS** gibt's neue Folgen!

mehr unter www.primetimetheater.de



neberger Kolonnenstraße. Er hätte auch sagen können: „Schön, dass die Weinbar noch da ist“, denn das Startjahr war für das kleine Team um den gelernten Restaurantfachmann und Sommelier rundum schwierig. Doch trotz Lockdown hat der Weinlobbyist mit den 300 deutschen und österreichischen Weinen bereits viele Stammgäste. Nun hat Serhat Aktas das kulinarische Angebot weiter ausgebaut und serviert neben den Klassikern wie Käse, Schinken und Flammkuchen verschiedene Speisen in Tapas-Größe – so Austrian Sushi, Rindertatar oder Salt-Beef-Burger –, die bestens zu Wein und Sekt passen.



Serhat Aktas –
Der Weinlobbyist

www.weinlobbyist.de

Der kleinste Chefkoch der Welt im Grand Hyatt

Seit dem 4. August präsentiert der wohl kleinste Chefkoch der Welt seine zugegebenermaßen etwas dramatisch wirkenden Kochkünste von Mittwoch bis Samstag im Grand Hyatt Berlin. In einer unterhaltsamen Dinner-Show werden erlebnisreiche Geschichten als kunstvolles Theaterstück auf dem eigenen Teller serviert. 2015 entsprang „Le Petit Chef“ der Feder des belgischen Künstlerkollektivs Skullmapping, gegründet 2010 von Filip Sterckx und Antoon Verbeeck.

Skullmapping nutzt tiefes künstlerisches Know-how und kombiniert es mit neuester Technologie, um den kleinen Koch mit atemberaubenden, maßgeschneiderten Bildern zum Leben zu erwecken. Das zweistündige Dinner-Abenteuer erzählt die Geschichte eines kleinen animierten Kochs, der mittels 3D-Projektmapping-Technologie auf die Teller der Gäste projiziert wird und vor ihnen ihr Essen „zubereitet“.

Dabei erleben die Gäste zusammen mit dem nur sechs Zentimeter großen Küchenchef verschiedene Geschichten. Reservierung unter:

www.lepetitchef.de/berlin

Nach Umbau: 2-Sterne-Restaurant Horváth mit viel Kunst

Nach einem Umbau präsentiert das 2-Sterne-Restaurant Horváth die Historie des ganz besonderen Ortes am Paul-Lincke-Ufer 44a. Seit über hundert Jahren dienen die Holzvertäfelten Räume schon der Gastronomie und genau hier war einst auch das legendäre Exil zu finden – die berühmte Kreuzberger Künstlerkneipe von Oswald und Ingrid Wiener. Nach intensivem Austausch mit dem Schriftsteller und der Künstlerin beschlossen Geschäftsführerin Jeannine Kessler und 2-Sterne-Koch Sebastian Frank, die verborgenen Erinnerungen wieder sichtbar zu machen. Nun ist das einst verschollene Werk des Berliner Künstlers Jim Avignon aus dem Jahr 2004 im Horváth wieder zu sehen und wurde durch den Künstler selbst sogar erweitert.



www.restaurant-horvath.de

Das Mercure Hotel MOA Berlin bekommt einen neuen General Manager

Die MOA Group gibt bekannt, dass Stefan Winistörfer (48 J.), seit dem 1. August 2021 neuer Gene-



Stefan Winistörfer

ral Manager des Mercure Hotel MOA Berlin ist. Mit dem gebürtigen Schweizer gewinnt das MOA Berlin einen passionierten wie auch erfahrenen Hotelier, der zuvor als GM langjährige Erfahrungen in der Luxushotellerie (u. a. Swissôtel, Fairmont, Sofitel) sammeln durfte und für neue Impulse im MOA Berlin sorgen wird. Stefan Winistörfer folgt auf Paolo Masaracchia, der das Haus nach einer 10-jährigen erfolgreichen Aufbauarbeit, auf eigenen Wunsch, verlassen wird.

www.hotel-moa-berlin.de/

Restaurant Reisel feiert sein 155-jähriges Jubiläum



Jeannette Sonderhoff vom DEHOGA Berlin und Monika Reisel vom Restaurant Reisel

Kürzlich erhielt Monika Reisel Post vom DEHOGA Berlin und sie dachte schon, sie hätte die Jahresgebühr nicht bezahlt. Aber zu ihrer Überraschung gratulierten wir ihr zum 155-jährigen Jubiläum ihres Restaurants. Sie freute sich über die Erinnerung, denn im Stress der letzten Monate hatte sie schlichtweg nicht daran gedacht. Sie freute sich sehr darüber, denn nun konnte Sie noch Vorbereitungen treffen und mit Familie und Mitarbeitern traditionell am 21. Juli 2021 feiern. Wir wünschen alles Gute und freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit.

www.restaurant-reisel.eatbu.com/



GREIFF
SINCE 1802

**Nachhaltig.
Transparent.
Fair.**

**Berufsbekleidung
von GREIFF.**



greiff.de



WIR FÜHREN PRODUKTE MIT DEM SIEGEL:

**GRÜNER
KNOPF**

SOZIAL. ÖKOLOGISCH. STAATLICH.
UNABHÄNGIG ZERTIFIZIERT.

Weitere Informationen auf: g-k.eu/greiff



**Vom Anzug bis zur
Kochjacke -
Fliegel Textilservice
verkauft, vermietet
und pflegt die
Kleidung Ihres
Personals.**



Ihr GREIFF Händler:

Fliegel GmbH & Co. KG Textilservice

Weserstraße 118 | 12059 Berlin

Tel. +49 (0)30 3116290 - 20

info@fliegel-textilservice.de

www.fliegel-textilservice.de





© privat

Die Klassifizierungskommission stellt sich vor:

Thomas Römer – Diplomkulturwissenschaftler und Tourismusprofi

Die Tourismuslaufbahn von Thomas Römer, der die Beirungskommission seit gut fünf Jahren verstärkt, nahm nicht den klassischen Verlauf. Der in Leipzig geborene Musikliebhaber absolvierte in seiner Jugend zunächst eine Ausbildung zum Chemiefacharbeiter mit Abitur, an die sich ein abgeschlossenes Hochschulstudium als Diplomkulturwissenschaftler anschloss.

Nach der deutschen Wiedervereinigung und der damit verbundenen Abwicklung zahlreicher DDR-Institutionen – von der auch diverse kulturelle Ein-

richtungen betroffen waren – sah sich der gebürtige Leipziger zum Wechsel in ein anderes Berufsfeld gezwungen. Ein Freund empfahl ihm, sich bei der IHK zum Reiseverkehrskaufmann ausbilden zu lassen, was sich als goldrichtiger Tipp herausstellte. Zur Ausbildung gehörten auch Praktika, wovon Römer eines bei CPO Hanser antrat. Bei der Organisation eines internationalen Kongresses überzeugte der „Praktikant“ auf ganzer Linie und wurde sofort übernommen. 30 Jahre ist dies nun her und schon lange gilt Thomas Römer bei Kollegen, Dienstleistern und Kunden als Institution.

Das Ehrenamt in der Klassifizierungskommission übernahm er gerne, denn die objektive Einstufung von Hotels anhand europaweit einheitlicher Kriterien liegt ihm nicht nur aus beruflichen Gründen am Herzen. „Ein guter Fotograf kann ein Hotel und seine Zimmer ins rechte Bild setzen. Gäste können auf Internetportalen die Hotels bewerten, es ist aber eine subjektive Bewertung. Ich finde es wichtig, dass es eine einheitliche Qualitätsbewertung für alle Hotels gibt, die sich in den Sternen ausdrückt. So weiß jeder Geschäftsreisende oder Tourist in allen Städten, was ihn erwartet.“

Deutsche Hotelklassifizierung



Folgeklassifizierungen:

★★★★ *Garni*

Abion Spreebogen Waterside Hotel
H10 Berlin Ku'damm

★★★ *Superior Garni*

Leonardo Hotel Berlin wurde mit 3 Sterne + (Komfort Superior Garni) klassifiziert.

In der letzten Ausgabe wurde es fälschlicherweise mit 3 Sterne Garni abgebildet.

Meininger Berlin Airport

★★★ *Garni*

Hotel Kubrat an der Spree
Hotel Sedes



HOTELSTARS.EU

Der Verband begrüßt herzlich seine neuen Mitglieder

- | | | |
|------------------|-------------------|------------------|
| ■ Café Melanie | ■ Vale Un Peccato | ■ Sushi Berlin |
| ■ Zum Netzroller | ■ Pesetas | ■ Bateau Ivre |
| ■ Gastronomie UG | ■ Vin Aqua Vin | ■ Schwarze Heidi |
| ■ 12 Café & Bar | ■ Weinhandel | |

► Betriebsjubiläen im September 2021

Brot und Schokolade 15 Jahre ■ Finnigans Irish Pub 35 Jahre ■ Hotel Atrium Charlottenburg 15 Jahre ■ Hotel Augustinenhof 20 Jahre ■ Hotel Seehof am Lietzensee 55 Jahre ■ Kaiserhof 35 Jahre ■ Kara Kas Bar 5 Jahre ■ konzeptbar in der Komischen Oper 10 Jahre ■ Rockcafé HALFORD 10 Jahre ■ Select Hotel Berlin Checkpoint Charlie 15 Jahre ■ Sharma & Vir GbR Restaurant Bahadur 5 Jahre ■ Sir Savigny Hotel Berlin 5 Jahre ■ Thai-Restaurant Elephant 15 Jahre ■ Willi Mangler 10 Jahre ■ Zyankali Bar 30 Jahre

► Mitgliedschaftsjubiläen im September 2021

A.Horn 10 Jahre ■ Andys Diner and Bar 10 Jahre ■ Auf die Hand – Feinstes Fastfood 10 Jahre ■ Bornholmer Hütte 30 Jahre ■ BWK Bildungswerk in Kreuzberg 10 Jahre ■ Eleven 10 Jahre ■ Enoteca L'Angolino 10 Jahre ■ Hotel Benn 15 Jahre ■ Hotel de Rome 15 Jahre ■ Hotel Forsthaus Wannsee 5 Jahre ■ Hotel-Restaurant Landhaus Perle 10 Jahre ■ Kladower-Hof 50 Jahre ■ Mercure Hotel Berlin City West 40 Jahre ■ Select Hotel Berlin Checkpoint Charlie 15 Jahre ■ Sheraton Grand Hotel Esplanade Berlin 35 Jahre

DEHOGA Berlin: Wichtige Termine für Mitglieder

13. September 2021	Fachgruppensitzung Hotellerie & Gastronomie	Hotel Palace Berlin
28. Oktober 2021	Partnertreffen	Restaurant „the CORD“ auf dem EUREF-Campus
06. Dezember 2021	Vollversammlung	SANA Hotel Berlin



Wo der Name Programm ist

Das Fine-Dining-Restaurant 12seasons in der Giesebrechtstraße

Tim Hansen, Vitali Müller und Küchenchef Kamel Haddad feiern jeden Monat Premiere: Jeden letzten Sonntag im Monat wird die neue Saison vorgestellt und gefeiert. Das kreative Dreigespann lädt dann seine Gäste zu einer Küchenparty ein. Ein lockeres, genussreiches und kommunikatives Get-together im modernen, stylischen Restaurant mit den sorgsam zusammengestellten Features. „Die Natur inspiriert die Menüs und deckt den Tisch“, bekennt Vitali Müller, kreativer Kopf des Trios, der nach jahrelanger Selbstständigkeit in der Tourismusbranche im 12seasons seine Leidenschaft als Gastgeber auslebt. Er verweist darauf, dass nicht nur die Gerichte, sondern auch Bar-Food, Weinbegleitung und Aperitifs in jedem Monat neu und anders sind. „Manche Gäste kommen mehrmals, weil sie um die Vergänglichkeit wissen“, erklärt Tim Hansen mit einem Lächeln. Der frühere Hotelier ist ein vollendeter Gastgeber mit internationaler Erfahrung und war u. a. Hoteldirektor des Grand Hotel Heiligendamm. Inzwischen haben die 12 Jahreszeiten einen eingespielten Rhythmus gefunden: Um den 10. des Monats treffen sich die drei Macher zum Kreativ-Meeting für die Menüs des Folgemonats. Danach werden die Verfügbarkeiten geprüft und Küchenchef Kamel Haddad, der seine klassische Kochausbildung in Paris absolvierte und in renommierten Restaurants – u. a. im Hotel Bristol, im Hotel am Steinplatz, im Waldorf Astoria und im Hotel Adlon – Erfahrungen sammelte, übernimmt seinen Part. Die drei kreativen Gastgeber sind ein eingespieltes Team, das bereits das NEUMOND in Mitte zum Erfolg führte.

Im November 2020 eröffnete dann das 12seasons erst einmal als Markt12, der sich schnell als Anlaufstelle für Feinkost etablierte. Schritt für Schritt nahm das 12seasons Gestalt an – aber dann machte der Lockdown einen Strich durch das ehrgeizige Vorhaben. Die lange Zwangspause hatte auch hier eine ernste wirtschaftliche Schiefelage zur Folge. Was tun, wenn die Kosten weiterlaufen und die versprochenen Gelder ausbleiben? Als erfahrener Hotelier wandte sich Tim Hansen an Thomas Lengfelder, Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Berlin. Rat und Hilfe folgten prompt. Seitdem ist das 12season Mitglied des Verbandes, „denn der DEHOGA ist Ratgeber und Unterstützer der Gastgeber-Branche in guten und in schlechten Zeiten“, so Tim Hansen. Längst hat sich das 12seasons Stammgäste erarbeitet, die die erstklassige moderne europäische Küche genauso schätzen wie die lässige kosmopolitische Atmosphäre. Gefragt sind gegenwärtig besonders die rund 30 Plätze im Vorgarten. Herzstück des Restaurants ist die „Black Beauty“, der Bartresen, an dem 20 Gäste Platz nehmen können. Bei Reservierungen sind das die begehrtesten Plätze in nun wieder langen Berliner Nächten ...

von Brigitte Menge

www.12seasons.berlin



Tim Hansen, Kamel Haddad und Vitali Müller – das kreative Dreigespann vom 12seasons

Herzstück des 12seasons ist die Bar, an der neben Getränken auch spezielles Bar-Food serviert wird.

Plötzlich handlungsunfähig Was nun?

Gerade die COVID-19-Pandemie hat vielen gezeigt, wie schnell man aus dem Alltag – nicht nur wirtschaftlich, sondern auch gesundheitlich – gerissen werden kann. Wer in vermögens- und nichtvermögensrechtlichen Angelegenheiten keine Vorsorge getroffen hat, den trifft ein solcher Schlag unvorbereitet. Dies führt dazu, dass der tatsächliche Wille des Betroffenen nicht ohne Weiteres umgesetzt wird, wenn er sich z. B. aufgrund eines Unfalls für längere Zeit im Krankenhaus befindet und seine Angelegenheiten nicht persönlich regeln kann. Um präventiv vorzubeugen, bieten sich folgende Vollmachten an:

Generalvollmacht

Mit einer Generalvollmacht können Sie eine Person Ihres Vertrauens bevollmächtigen, alle Rechtsgeschäfte für Sie abzuschließen (außer höchstpersönliche Rechtsgeschäfte, wie z. B. ein Testament) sowie Sie vor Banken und Behörden zu vertreten. Sie bleiben also handlungsfähig, auch wenn Sie z. B. ohne Bewusstsein im Krankenhaus liegen. Die Vollmacht kann auch über Ihren Tod hinaus erteilt wer-



Manuel Miller, Rechtsanwalt bei CHT Rechtsanwälte GbR

den. Es empfiehlt sich, eine Generalvollmacht notariell beurkunden zu lassen, da eine notariell beurkundete Generalvollmacht mehr Akzeptanz im Rechtsverkehr und gegenüber Behörden findet.

Vorsorgevollmacht

Im Gegensatz zu einer Generalvollmacht regelt eine Vorsorgevollmacht die Vertretung in Gesundheitsangelegenheiten und bei der Aufenthaltsbestimmung. Insbesondere wird in einer Vorsorgevollmacht geregelt, dass der Bevollmächtigte in Heilbehandlungen und Medikationen einwilligen kann, wenn Sie dazu nicht mehr in der Lage sind. Gerade bei Vorliegen

einer Lebensgefahr können Ärzte sich direkt an den Vorsorgebevollmächtigten wenden.

Die Vorsorgevollmacht kann beim Zentralen Vorsorgeregister registriert werden, damit im Bedarfsfall das Vorhandensein solcher Vollmachten geprüft und die Anordnung einer Betreuung vermieden werden kann.

Sollten Sie keine dieser Vollmachten erteilt haben, wird ggfs. eine Betreuung durch das zuständige Betreuungsgericht angeordnet, damit ein Betreuer Ihre Rechte z. B. mit dem Wirkungskreis Vermögenssorge und Gesundheitsvorsorge wahrnehmen kann.

 www.cht-legal.com

Digitalprämie Berlin

Leider oft nichts für unsere Branche

Das Land Berlin fördert mit der sog. Digitalprämie Investitionen zur Digitalisierung von Unternehmen. Eigentlich eine gute Idee dachten sich auch viele Gastronomen und Hoteliers und wollten in den Genuss der Förderung kommen. In den Antragsformularen findet man dann an versteckter Stelle den Hinweis, dass man die Förderung nur erhält, wenn man in der Vergangenheit und auch aktuell allen Beschäftigten mindestens den Berliner Landesmindestlohn zahlt.

Dieser beträgt aktuell 12,50 Euro brutto und darf nicht mit dem allgemeinen gesetzlichen Mindestlohn verwechselt werden, der derzeit bei 9,60 Euro brutto liegt. Aus Sicht des DEHOGA Berlin besteht hier dringender Korrekturbedarf. In unserer Branche ist es nicht unüblich, dass vor allem ungelernte Aushilfskräfte nur auf Basis des allgemeinen gesetzlichen Mindestlohns vergütet werden. Dies darf aber faktisch nicht dazu führen, dass man per se von der Förderung ausgeschlossen ist.

Unsere Publikationen für Sie

Mit uns erreichen Sie Entscheider vieler wichtiger Branchen, Sport-, Kultur-, Medien- und Lokalinteressierte!



**Jetzt
Mediadaten
anfordern!**
(030) 43 777 82-0 oder
info@raz-verlag.de



RAZ Verlag
EINFACH MEHR DAVON

RAZ Verlag und Medien GmbH · Am Borsigturm 15 · 13507 Berlin
Fon (030) 43 777 82-0 · Fax (030) 43 777 82-22 · info@raz-verlag.de · www.raz-verlag.de

Badeschiff Berlin, 52°29'52.1"N 13°27'12.4"E

Der Aperitivo der Berliner



DAS ORIGINAL FERTIG GEMIXT.