



November 2018

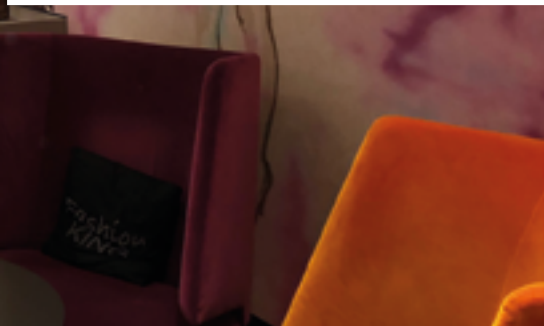
hoga *AKTIV*

Das Mitgliederjournal des Hotel- und Gaststättenverbandes Berlin e. V.



Fachgruppen-
sitzungen
Gastronomie
und Hotellerie

Seiten 4 und 6



Eröffnung:
Loretta an der
Spree

Seite 8



Videokunst-
Festival
in Buenos Aires

Seite 16





PRESSE *Ball* BERLIN

~ TRADITION SEIT 1872 ~

12. JANUAR 2019

MARITIM HOTEL BERLIN



**"70 JAHRE
BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND"**

"30 JAHRE MAUERFALL"

**BERLIN SHOW ORCHESTRA
WEATHER GIRLS | ABBA4YOU | MARKUS NOWAK
DISKOTHEK | TOMBOLA | CASINO**



Ballkarten Hotline

030 351 03 446

Infos & Karten

www.presseball.de



8



22



26

AKTUELL

- Mit Wissen entscheiden:
Fachgruppensitzung Gastronomie **4**
- Mit Um- und Überblick:
Fachgruppensitzung Hotellerie **6**
- Loretta an der Spree **8**

WIR IN BERLIN

- Serie:
Guter Gastgeber – guter Arbeitgeber **10**
- Duales Abitur **13**
- Marktttag **14**
- Videokunst-Festival in Buenos Aires **16**
- DEHOGA-Branchentag **17**
- What's Hoga: L.I.K.E. **18**
- Fairmas: Abschlussbilanz 3. Quartal 2018 **20**
- Weihnachten mit Frank Zander **22**

MÄRKTE UND PRODUKTE

- Friesenkrone:
Neues Tapas-Sortiment **24**
- Wirecard:
Chinese Payment **25**
- METRO CUP 2018:
Junge Köche – frische Produkte **26**

NEWS

- NEWS **28**

MITGLIEDER

- Hotellklassifizierung,
Jubiläen, Save the Date **32**
- Bei Draheims wie Daheim **33**

RECHT UND RAT

- Verpackungsgesetz
Vertical Farming im Restaurant **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: TMM Magazine GmbH, Franklinstraße 11, 10587 Berlin, www.tmm.de; hogaaktiv@tmm.de, Tel: +49 30. 2359951-71, Fax: +49 30. 2359951-88
Geschäftsführer: Jürgen H. Blunck, Layout: Astrid Güldemann, Titelbilder: Peggy Mayer
Erscheinungsweise 11 Mal pro Jahr. 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 01.01.2018.

Mit Wissen entscheiden

Digitalisierung und Kassennachschaу sorgten für viel Diskussion

Digitalisierung und Kassennachschaу sind zwei Themen, die den Alltag der Gastronomen beeinflussen. Deshalb standen sie auf der Tagesordnung der Fachgruppensitzung Gastronomie am 15. Oktober im Mercure Hotel Wittenbergplatz. Zu diesem bewährten Forum lädt der DEHOGA Berlin zweimal jährlich Experten ein, die Wissen und Trends vermitteln. Zugleich sind die Fachgruppensitzungen eine effektive Möglichkeit, Erfahrungen und Ideen auszutauschen, was diesmal rund 60 Gastronomen nutzten. Um Wissenserwerb und Diskussion so effektiv wie möglich zu gestalten, gab es zwei Gruppen: Die eine



startete bei der Digitalisierung und widmete sich dann der Kassennachschaу, die andere umgekehrt.

„Ich bin hellauf begeistert vom Willen der Gastronomen, sich den vielfältigen Anforderungen der Digitalisierung zu stellen. In beiden Gruppen entwickelte sich eine sehr lebendige Diskussion, die stets nah an den Anforderungen und Erlebnissen der Praxis blieb“, resümierte René Kaplik, Chef des Unternehmens Gastro Piraten und Experte rund um das Thema Digitalisierung in Hotellerie und Gastronomie. In der Diskussion ging es um viele Aspekte, so beispielsweise die Generierung von Zusatzverdiensten, den sinnvollen Einsatz sozialer Medien zur Gewinnung neuer Gäste, die Anforderungen der Branche an die digitalen Systeme. Es entwickelte sich schnell ein lebendiges Gespräch, das viele Details aus dem Digitalisierungs-Universum be-

handelte und gleichzeitig zeigte, „dass es in der Gastronomie keine allseits glücklich machende Universal-Lösung gibt, sondern jeder Gastronom für sich herausfinden muss, welche Tools ihm die Arbeit erleichtern“, so Uwe Schild, Vorsitzender Fachgruppe Gastronomie des DEHOGA Berlin und Inhaber der Restaurants Tafelrunde und Schildkröte.





Die finanzamtskonforme Kasse

Auch knapp zehn Monate nach der Einführung der sogenannten Kassennachschau sorgt das Thema für reichlich Gesprächsstoff, denn die nun mögliche ad-hoc-Betriebsprüfung durch das Finanzamt birgt das Risiko finanzieller Folgen. Umfassende und weiterführende Informationen gab es bei der Fachgruppensitzung aus erster Hand. Mit Sascha König, Rechtsanwalt/Steuerberater, Fachanwalt für Strafrecht und zertifizierter Berater für Steuerstrafrecht (DAA), hatte der DEHOGA Berlin einen der profiliertesten Experten gewonnen, der mit seinem Fachwissen überzeugte und auf jede Frage eine Antwort gab. Zugleich vermittelte Sascha König eine Menge praktischer Tipps aus und für den Alltag der Gastronomen, so die Maßnahmen, mit denen sich jeder Gastronom auf eine Kassennachschau vorbereiten kann. Der Rechtsanwalt informierte ausführlich über die Rechte und Pflichten bei der Kassennachschau und erklärte, welche Unterlagen und Dokumente ein Betrieb einem Prüfer wirklich vorlegen muss. Übrigens bleibt das Thema ein Dauerbrenner, denn ab 1. Januar 2020 schreibt der Gesetzgeber eine spezielle Sicherheitslösung für Kassensysteme vor. „Auch dann werden wir unseren Mitgliedern bei Problemen helfen und Fragen beantworten“, so Christian Andresen, Präsident des DEHOGA Berlin, der während der Fachgruppensitzung sehr genau verfolgte, welche Probleme die Gastronomen bewegen.

von Brigitte Menge



Barbara Schnöde
Restaurant Mikri Patrida
in Charlottenburg:

Das nenne ich spannend! Während des Workshops zur Kassennachschau wurde mir bewusst, dass wir ein Jahr nachzuholen haben. Das ist schaffbar. Jedenfalls bin ich froh, dass ich hier war, und komme gern zu ähnlichen Veranstaltungen wieder.

Fotos: Peggy Mayer

Peter Schulz
Inhaber der Gaststätte Ebel
in Altglienicke:

Wir alle wissen, dass an der Digitalisierung kein Weg vorbeiführt, und ich nutze ein solches Forum wie heute hier gern, um Erfahrungen mit meinen Kollegen auszutauschen. Seit längerem arbeite ich bei HOSPITALITY.digital mit, einem Gremium, das den digitalen Wandel in der Gastronomie voranbringen will. Ich teste Apps nach verschiedenen Kriterien. Ein Ergebnis erstaunt mich dabei immer wieder: Was die einen als perfekt bewerten, fällt bei anderen durch – es ist ein Feld, auf dem jeder für sich das Passende finden muss. Dafür braucht man Wissen.



Mit Um- und Überblick

156 Tage neues DEHOGA Berlin-Präsidium –

die erste Fachgruppensitzung Hotellerie: erfrischend anders

Am 16. Oktober war das Mercure Hotel Berlin Wittenbergplatz Gastgeber für die erste Fachgruppensitzung Hotellerie nach der Wahl des neuen Präsidiums, dessen Präsident Christian Andresen Gast und Teilnehmer der Veranstaltung war. Wie bereits bei den Gastronomen bewährt, wurde auch hier in zwei Gruppen gearbeitet. Prof. Dr. Astrid Nelke, Geschäftsführerin [know:bodies] gesellschaft für integrierte kommunikation und bildungsberatung mbh, sprach und diskutierte über die Fachkräfterekrutierung, Sebastian Schöneburg, Geschäftsführer des Unternehmens Immoviewer, stellte vor, wie einfach, professionell und kostengünstig 360-Grad-Bilder erzeugt und genutzt werden können. Und das sagten Teilnehmende und Experten nach der Fachgruppensitzung:



Jessica Schöndorf,
Direktorin Lindner Hotel
Am Ku'damm:

Das heutige Format hat mir richtig gut gefallen. Die Aufteilung in zwei Gruppen, die moderne Gestaltung des Mercure Hotels und vor allem die lockere Ansprache von Till Esser und Philip Ibrahim haben die Veranstaltung viel dynamischer und persönlicher gemacht. Ich habe viele interessante Anregungen mitgenommen und werde auf dem Weg zurück in mein Hotel wohl noch bei Saturn vorbeischaun.

Anja Schneider,
Geschäftsleitung Hotel Citylight:

Die erste Fachgruppensitzung nach der Wahl des neuen Präsidiums stellte so manchen Hotelier erst einmal vor die Frage: Wo ist denn heute hier mein Platz? Konditioniert durch jahrelange Teilnahme an Sitzungen, auf die immer gleichen Stuhlreihen vis-à-vis vom Podium für das Präsidium, war am 16. Oktober 2018 im Mercure Hotel am Wittenbergplatz davon nichts zu sehen. So individuell wie die Bestuhlung im Mercure ohnehin ist, war auch dieses Mal die Sitzordnung. Bunt durcheinandergewürfelt saßen die Hoteliers und wurden zur Einstimmung abwechselnd von Till Florian Esser und Philip Ibrahim kurz und prägnant über die Vorstandsarbeit der letzten Wochen informiert. Auch der Präsident kam ergänzend zu Wort – aber nur kurz, vielmehr stand er im Anschluss für persönliche Gespräche zur Verfügung. Schon hier konnte man feststellen, dass das neue Format der Fachgruppensitzung vor allem eins verspricht: lockere Atmosphäre und viel Dialog.

Weiter ging es mit zwei Impulsvorträgen. Zum einen informierte Prof. Dr. Astrid Nelke über das Thema Fachkräftesicherung, was wohl jedem der Anwesenden unter den Nägeln brennen dürfte. Zum anderen nahm Sebastian Schöneburg von Immoviewer die Kollegen mit auf eine Reise zur Gestaltung einer virtuellen Hotelführung. Hier eröffnete sich für den einen oder anderen eine interessante und erstaunlich kostengünstige Möglichkeit das eigene Haus zu präsentieren. Da die Gruppe der Hoteliers für diese Vorträge geteilt wurde und nach je 40 Minuten rotierte, ergab sich eine Wohnzimmeratmosphäre, bei der der Austausch und das Teilen

der persönlichen Erfahrung im Vordergrund standen. Etwas Gewohntes gab es dann doch zum Abschluss. Wie immer fand nach der Fachgruppensitzung ein nettes Get-together statt, bei dem bei einem Glas Wein und leckerem Essen die Gespräche fortgesetzt werden konnten.

Fazit: Eine gelungene erste Sitzung des neuen Präsidiums, informativ und innovativ, und eine Veranstaltung, bei der die besten Gespräche schon währenddessen und nicht erst im Anschluss stattfanden. Vielen Dank für diesen spannenden Nachmittag, gern weiter so.

Prof. Dr. Astrid Nelke
Geschäftsführerin [know:bodies] gesellschaft für
integrierte kommunikation und bildungsberatung mbh:

Die Teilnehmenden haben sich besonders für innovative Tools der Recruitierung (Bewerbungen per Whatsapp, Bewerbungen ohne dezidiertes Anschreiben, Einsatz von kurzen Handyvideos in der Azubirecruitierung über Social Media) interessiert. Schwierigkeiten macht es anscheinend, dass niemand so richtig Zeit für ein strategisches Employer Branding hat. Allerdings waren sich alle einig, dass der Fachkräftemangel noch größer werden wird.





Foto: privat

Sebastian Schöneburg
Geschäftsführer Immoviewer:

Die Location war klug gewählt, denn sie förderte die lockere und entspannte Atmosphäre, die für einen offenen, kreativen Meinungs austausch wichtig ist. Auch die technischen Voraussetzungen waren tadellos. Ich war sehr positiv überrascht, dass die Teilnehmerinnen und Teilnehmer in beiden Gruppen schon nach jeweils kurzer Zeit mitten in einer sehr lebhaften Diskussion waren. Dabei ging es um die technischen Möglichkeiten der 360-Grad-Touren, den vergleichsweise geringen finanziellen Aufwand und eine Technologie, die effizient und professionell ist. Das Feedback hat mir bestätigt, dass die Impulse punktgenau landeten.

Peter Rudert
Geschäftsführer Enjoy Hotel Berlin City Messe:

Ich fand beide Vorträge hochspannend, insbesondere aber das Thema virtuelle Hotelführung. Das werde ich in meinem Haus umsetzen.



Fotos: Peggy Mayer



Neu: Loretta an der Spree

Am Mercedes Platz
in Friedrichshain
entstand eine ganze
Gastronomie-Landschaft



Die Loretta-Familie hat Nachwuchs: das Loretta an der Spree und Loretta's ImBiss am Mercedes Platz in Berlin-Friedrichshain. Eröffnet wurde Mitte Oktober mit viel Prominenz, darunter Philip Anschutz, Inhaber der Anschutz Entertainment Group. „Ich wollte schon lange mit der Marke expandieren und suchte einen Betrieb, der saisonunabhängig ist“, begründet Steffen Kirchner seine Entscheidung für dieses Areal. Das traf sich gut, denn die Betreiber suchten für den Standort vis-à-vis der Mercedes-Benz Arena einen erfahrenen Gastronomen, der „moderne deutsche Küche und Biergarten beherrscht“. Das Ergebnis dieses beiderseitigen Wunsches kann sich sehen lassen: Loretta an der Spree vereint Tradition und Moderne, ist Bar, Lounge und Restaurant in einem. Naturholz, Stahl und Glas mischen anheimelndes Wohlfühlen mit großstädtischer Atmosphäre. Der eilige Gast bekommt nebenan im Loretta's ImBiss frisch zubereitete schnelle Gerichte auf die Hand. 40 Plätze gibt es hier, das Restaurant verfügt über knapp 200 Plätze, im Biergarten sind es 300.

Standort mit Wachstumspotenzial

„Das ist ein Standort mit enormem Potenzial“, weiß Steffen Kirchner. „Neben einer der erfolgreichsten Multifunktionsarene der Welt gelegen, sorgen mehrere Hotels, die neue Mall, die Verti Music Hall und die nahe East-Side-Gallery für Gäste. Im Januar kommt dann das neue Zalando-Hauptquartier mit 6.000 Mitar-



beitern.“ All das hat Steffen Kirchner in seinem gastronomischen Konzept berücksichtigt. Serviert wird eine frische deutsche Küche, zu der hausgemachte Salate genauso gehören wie Tapas und jetzt in dieser Jahreszeit Gänsebraten. Für die Büroleute ringsum gibt es einen wechselnden Lunch. Der Renner sind von mittags bis in die Nacht die pfannenfrischen Röstis, wahlweise mit Fleisch, Fisch, vegetarisch oder vegan. In den neuen Locations schaffte Steffen Kirchner über 40 Arbeitsplätze. „Ich habe übrigens die Arbeitsverträge vorab vom Justiziar des DEHOGA Berlin prüfen lassen. Das hat sich als sehr nützlich erwiesen“, berichtet der Gastronom, der auch weiterhin das Loretta am Wannsee und Loretta's Almhütte betreibt.





Rund 20 Gastro-Angebote platzieren sich rund um den Mercedes Platz, darunter viele Namen bekannter Ketten. Keine Angst vor zu viel Konkurrenz? Der studierte Touristikfachmann Kirchner, der 1997 sein erstes Restaurant in Lübars eröffnete, schüttelt den Kopf: „Das wusste ich doch vorher.“ Und er weiß, dass er mit guten Konzepten aus Gästen Stammgäste machen kann. So wird zukünftig zwei Stunden nach Konzertende in der Arena die Musik des jeweiligen Stars im Loretta an der Spree bei der After-Show-Party erklingen. Auch die Termine für Weihnachtsfeiern sind gut gebucht. Schließlich wirbt Loretta mit dem Slogan. „Entspann Dich, Berlin!“

von Brigitte Menge



Fotos: Loretta an der Spree

www.loretta-berlin.de

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






Auf dem Weg zum guten und erfolgreichen Arbeitgeber



Unsere 5-teilige Serie, anlässlich der aktualisierten 2. Auflage der Broschüre, beschäftigt sich mit den Handlungsfeldern **Gute Führung und Kommunikation, Personalrekrutierung und -bindung, Teamentwicklung, Weiterbildung und Kompetenzentwicklung sowie Gesundheitsförderung.**

Lassen Sie sich von den Beispielen inspirieren und gehen Sie die personalpolitischen Herausforderungen an.

Die Broschüre „Guter Gastgeber – Guter Arbeitgeber“ ist als pdf verfügbar oder als Printversion kostenfrei bestellbar:

 www.guter-gastgeber-guter-arbeitgeber.de/praxishilfen



Das Projekt wird im Rahmen der Initiative Neue Qualität der Arbeit vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales und dem Arbeitsministerium in Rheinland-Pfalz gefördert.

Autor: Alfred Gettmann



TEIL 4:

Weiterbildung und Kompetenzentwicklung oder: üben, üben, üben...

Selbstverständlich sind die Qualifikationen und Kompetenzen der Beschäftigten in Unternehmen des Gastgewerbes von entscheidender Bedeutung – handelt es sich doch um personennahe Dienstleistungen, die hier erbracht werden. Unbestritten ist ebenso, dass das Angebot an Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen unermesslich ist und alles abdeckt – von der fachlichen Spezialisierung über Führungskräfte trainings bis hin zu Teamtrainings. Unbestritten ist allerdings auch, dass die Nachfrage nach Fort- und Weiterbildung insgesamt gesehen eher dürrig ausfällt. Vor allem werden Zeit-, Organisations- und Kostenargumente dabei ins Spiel gebracht. Von daher stellt sich die Frage, wie vor allem die kleineren und mittleren familiengeführten Unternehmen des Gastgewerbes das Thema „Kompetenzentwicklung“ anpacken sollen. Wir empfehlen drei Schlüssel:

1 Lernendes Unternehmen

Stellen Sie Ihr Unternehmen als lernendes Unternehmen auf; es geht um viel mehr als Fort- und Weiterbildung auf irgendwelchen Seminaren in irgendwelchen Akademien. Es geht um die Fragen: Wie lernbereit ist das Unternehmen? Wie schnell kann es sich an neue Entwicklungen anpassen? Wie kontinuierlich läuft der Verbesserungsprozess und die Effizienzsteigerung im Hinblick auf die Arbeitsabläufe und welche Kompetenzen benötigen dafür die einzelnen Beschäftigten? Die klassische Fort- und Weiterbildung in Form von Seminaren sollte allerhöchstens 10–20 % der Lernaktivitäten ausmachen: Wichtiger sind Erfahrungsaustausch, Fehleranalysen, Teamsitzungen, „learning and reflection by doing“, Lernpartnerschaften und anderes mehr.



Jetzt informieren:
wirecard-retail.de

WIRECARD bietet Kreditkartenakzeptanz und Zahlungsabwicklung aus einer Hand. Unsere Produkte ermöglichen es Ihnen, bargeldlose Zahlungen Ihrer Kunden sicher und schnell entgegenzunehmen. Erschließen Sie neue Umsatzpotenziale, bieten Sie Ihren Kunden attraktive Mehrwert-Angebote und profitieren Sie dabei von Akzeptanzverträgen zu besonders flexiblen Konditionen.

WO finde ich eine maßgeschneiderte Bezahlösung, mit der ich meinen Umsatz am POS langfristig steigern kann?



Alle Beschäftigten eines Unternehmens sollten wissen, was es bedeutet, Teil eines lernenden Unternehmens zu sein. Unternehmen lernen auf drei Ebenen: als gesamtes Unternehmen, als einzelne Teams und als einzelne Menschen. Zweifellos benötigt diese Form des Lernens zeitliche Ressourcen, die allerdings einfacher zu organisieren sind als die Teilnahme an einem Seminar, das extern 100 km entfernt durchgeführt wird.

2 Neue Lernformen

Sowohl die Fort- und Weiterbildungslandschaft als auch das angesprochene informelle und interne Lernen im Unternehmen erfordert neue Lernformen und Formate. Lernen 4.0 findet personalisiert statt (jeder holt sich das, was er benötigt), ist sozial orientiert (Erfahrungsaustausch) und erlebbar (on the job):

- Coaching ist beispielsweise eine Lernform, die die Führungskräfteentwicklung des Einzelnen gut unterstützen kann und zunehmend längere Trainingseinheiten ersetzt.
- Ein weiteres Lernformat zeichnet sich durch die Nutzung von Smart Phones und Tablets ab: So stehen heute schon Programme zur internen Kommunikation zur Verfügung, die die Abläufe im Hotel schneller und transparenter gestalten oder mit deren Hilfe Checklisten digital und jederzeit verfügbar sind und abgerufen werden können.
- Blended Learning Ansätze, die sowohl online als auch durch Präsenzveranstaltungen durchgeführt werden, setzen sich zunehmend durch.
- Gamification und Planspiele, die zurzeit sehr stark an Bedeutung gewinnen, sind auch für das Gastgewerbe vorhanden und vermitteln nicht nur Lerninhalte, sondern setzen auf Erfahrung, gemeinsames Spiel und auf „trial and error“.

Gute Praxis: Schreiben Sie uns bitte oder melden Sie sich, wenn Sie überzeugt sind ein Lernendes Unternehmen zu sein und neue Lernformen einzusetzen – wir suchen nach Unternehmen aus dem Gastgewerbe, die hier beispielhaft sind.

3 Anforderungen und Kompetenzen erkennen

Blickt man auf die einzelnen Beschäftigten und auf die Stellen, sollte man einerseits über die Anforderungen und andererseits über die vorhandenen Kompetenzen sprechen. Es ist unbedingt erforderlich, dass für jede Stelle im Unternehmen ein **Anforderungsprofil** vorhanden ist. Selbstverständlich gelten für alle Köche – sieht man einmal vom Küchen- oder Sous-Chef ab – die gleichen Anforderungen. Auch für Beschäftigte an der Rezeption oder im Service gelten die gleichen Anforderungen. Diese Anforderungen – z. B. Zuverlässigkeit, fachliche Kompetenz, Kundenorientierung, Strukturiertheit – sollten vorab definiert und kommuniziert werden. Jeder sollte wissen, was von ihm bzw. ihr konkret erwartet wird, Dahinter steht aus der Sicht des Beschäftigten die Frage: Nach welchen Kriterien wird meine Leistung bewertet? Eine Rückmeldung zur Leistung erfolgt dann im Mitarbeitergespräch.

Gute Praxis: Die Inhaber und Führungskräfte des „Wohlfühlhotels Alte Rebschule“ haben gemeinsam über die Leistungskriterien der einzelnen Stellen gesprochen und entsprechende Kriterien festgelegt. Je Stelle waren das nicht mehr als 5 bis 7 Kriterien. Im Anschluss haben die einzelnen Führungskräfte in ihren Teams (Küche, Service, Rezeption, Hauswirtschaft) die Kriterien vorgestellt und erläutert. Anschließend konnten dann die Mitarbeitergespräche stattfinden.

Das Thema Weiterbildung und Kompetenzentwicklung muss aus einem Guss sein, um erfolgreich im Unternehmen zu wirken: Das bedeutet, gemeinsam mit Ihren Führungskräften zu überlegen, was es für Ihr Haus heißt ein lernendes Unternehmen zu sein. Es bedeutet vor allem „on the job“ zu lernen durch Teamsitzungen, Erfahrungsaustausch und Fehleranalysen. Es bedeutet auf der Höhe der Zeit zu lernen: digital, spielerisch und mit unterschiedlichsten Formaten. Es bedeutet zu wissen, wo die einzelnen Beschäftigten von ihrer Kompetenz her stehen, und es bedeutet vor allem einen langen Atem zu haben. Lernen benötigt Zeit und Kontinuität.

In der nächsten Ausgabe erscheint der abschließende Teil 5 unserer Serie. Hier erfahren Sie, wie Gesundheitsförderung im Betrieb gelebt werden kann.

**GUTER
GASTGEBER
GUTER
ARBEITGEBER**

i Kontakt:

Autor und Berater:
Alfred Gettmann
a und o Gettmann
Tel.: 06588 4313907
gf@gettmann.de

Projektleitung:
Patrick Schackmann
ed-media e.V.
Tel.: 0631 3724 5513
info@ed-media.org

 www.guter-gastgeber-guter-arbeitgeber.de

Berufsausbildung mit Abitur an der Brillat-Savarin-Schule gestartet

Die Berufsausbildung mit Abitur

– das Duale Abitur –
startete im August 2018
am OSZ Gastgewerbe.

Durch diesen im Rahmen eines Schulversuchs angelegten Bildungsgang kann die Attraktivität des Hotel- und Gaststättengewerbes weiter erhöht werden, besteht doch hier die Möglichkeit für junge Auszubildende, in nur vier Jahren den Beruf der Hotelfachfrau/des Hotelfachmannes zu erlernen und gleichzeitig die allgemeine Hochschulreife zu erwerben.

Die Jugendlichen erlangen von Beginn an den Status als Auszubildende mit den entsprechenden Rechten und Pflichten. Das bedeutet, dass sie nicht der Ferienregelung unterliegen, sondern den üblichen Urlaubsanspruch besitzen.

Da auch die gymnasialen Anteile unterrichtet werden müssen, besuchen die Auszubildenden zu ca. zwei Dritteln das OSZ und stehen den jeweiligen Ausbildungsbetrieben zu einem Drittel der Ausbildungszeit zur Verfügung.

Neben dem Leistungskursfach Ernährung wird im Rahmen eines Grundkurses das Fach Hotelmanagement unterrichtet, um den jungen Auszubildenden sehr schnell fundierte Einblicke in die Branche zu gewähren. Daneben werden ebenfalls die gewohnten beruflichen Lernfelder angeboten.

Aufgenommen werden in diesem Bildungsgang SchülerInnen mit einem gültigen – durch eine Zusatzvereinbarung verlängerten – vierjährigen Ausbildungsvertrag und einem mittleren Schulabschluss mit Gymnasialempfehlung.

Mit dem „Dualen Abitur“ gewinnen beide Seiten – Auszubildende und Unternehmen. Für die Betriebe der Hotellerie ist dieses Angebot ein zusätzlicher Weg, attraktive Bewerbergruppen zu erreichen. Ziel ist es, leistungsstarke Auszubildende zu guten Fachkräften auszubilden und langfristig an das Unternehmen zu binden.

Mit dem Pilotprojekt „Duales Abitur“ möchte die Senatsverwaltung für Bildung, Jugend und Familie gemeinsam mit dem

DEHOGA Berlin sowie der IHK Berlin wieder mehr Absolventinnen und Absolventen, welche die Berechtigung zum Besuch der gymnasialen Oberstufe erworben haben, für die duale Ausbildung gewinnen.

Die Frage „Abitur oder Berufsausbildung“ kann mit dem „Dualen Abitur“ beantwortet werden, denn so erreichen die interessierten Bewerber beides. Mit dem Ende der Ausbildung halten sie zusätzlich zum IHK-Abschluss „Hotelfachmann/-frau“ die allgemeine Hochschulreife in den Händen!



Bei Fragen wenden Sie sich gern an:
OSZ Gastgewerbe
Herr Michael Gotthardt
030 914266-211
m.gotthardt@osz-gastgewerbe.de



Partner und Akteur

Markttag für *visitBerlin* Partnerhotels
zum Tourismuskonzept



**DIE GANZE STADT
IM BLICK**



© visitBerlin / Dagmar Schwelle

Die Markttag der *visitBerlin* Partnerhotels beschäftigten sich bisher stets mit unterschiedlichen einzelnen Themen rund um die Vermarktung der Metropole. Diesmal wurde es ganz grundsätzlich: das Konzept für einen stadtverträglichen und nachhaltigen Berlin-Tourismus 2018+, das der Senat im April 2018 verabschiedet hat. Rund 50 Mitglieder des *visitBerlin* Partnerhotels e. V. kamen am Nachmittag des 29. Oktober ins NH Collection Berlin Friedrichstraße, um mehr über dieses viel diskutierte Papier zu erfahren.

- Warum kommt das Konzept gerade in diesem Jahr?
- Warum ging dem Konzept eine Studie voraus?
- Was eigentlich heißt stadtverträglicher und nachhaltiger Berlin-Tourismus?

Diese und weitere Fragen beantworteten Christoph Sommer von der Humboldt-Universität (Georg-Simmel-Zentrum für Metropolenforschung) und Karsten Heinsohn von der dwif-Consulting GmbH (Tourismus-Unternehmensberatung, die die Studie erstellte).



Das Markttag-Auditorium

© Brigitte Menge

Schnell wurde klar, dass es nicht um ein Ausbremsen oder gar einen Stop für den Tourismus geht, sondern um die Perspektiven dieses wichtigen Wirtschaftszweiges auf der Basis einer wissenschaftlich fundierten Analyse. „Das ist ein politisches Papier, das viele Partner und Akteure aus den unterschiedlichsten Bereichen für die Umsetzung braucht“, so Karsten Heinsohn, der darauf verwies, dass es gewollter Teil des Konzeptes ist, die Partner und Akteure frühzeitig einzubeziehen, um gemeinsam die Richtung zu finden, in die sich der Berlin-Tourismus entwickeln soll. Dabei ist die Steuerung der Besucherströme genauso entscheidend (18 % der Berlinerinnen und Berliner fühlen sich mittlerweile durch Touristen gestört, doch zwischen den verschiedenen Bezirken gibt es große Unterschiede) wie die qualitative Weiterentwicklung. Die *visitBerlin* Partnerhotels sind in diesem Prozess Partner und Akteur zugleich.

12 Mal Berlin | er | Leben ...

... ist die Überschrift des Tourismuskonzeptes 2018 +. Mit der 12 sind die Berliner Stadtbezirke gemeint, denn die Entwicklung des Tourismus in den Bezirken ist einer der Schwerpunkte des Programms. Was das konkret für *visitBerlin* bedeutet, erklärte Bettina Quäschning, seit Sommer dieses Jahres Leiterin Partner Relations bei *visitBerlin*. Das Unternehmen wurde beauftragt, die Zusammenarbeit mit den Berliner Bezirken zu intensivieren, neue Angebote für Berlin-Besucher zu schaffen und den Gästen der Stadt die Vielfalt der Berliner Kieze nahe zu bringen, um diese Vielfalt zu erhalten. *visitBerlin* hat diesen Bereich mit sechs Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern personell stark aufgestellt, um künftig im Sinne einer Unternehmensberatung für die Bezirke zu fungieren, die Bezirke u. a. in der Vermarktung ihrer touristischen Angebote zu unterstützen sowie auf Bezirksebene neue Angebote zu entwickeln, die sich an Berlin-Gäste, aber auch an Berlinerinnen und Berliner richten. „Hierfür brauchen wir Ihr Wissen und Ihre Impulse“, forderte Bettina Quäschning die *visitBerlin* Partnerhotels auf – viel Stoff für die folgende, angeregte Diskussion.

von Brigitte Menge

Das komplette Konzept für einen stadtverträglichen und nachhaltigen Berlin-Tourismus 2018+ unter:

 www.about.visitBerlin.de/tourismuskonzept-2018



Christoph Sommer von der Humboldt-Universität (l.) und Karsten Heinsohn von der dwif-Consulting GmbH bei ihrem Impuls-Vortrag

Boid is Weihnachd'n!

Traditionelles genießen
im Maximilians.

11. November
Knusprige Martinsgans

Friedrichstraße 185-190
maximilians-berlin.de



Maximilians
Speisen wie in Bayern

visitBerlin organisiert Videokunst-Festival in Buenos Aires

Künstler aus Berlin und Buenos Aires erobern die argentinische Hauptstadt: Ende Oktober hat *visitBerlin* in Buenos Aires zum öffentlichen Kunstevent „Die Informale“ geladen. Zahlreiche Videoinstallationen wurden für das Festival am Plaza de Mayo im Herzen der Stadt zu einer einmaligen Kunstinstallation zusammengeführt. Erlebbar waren zum Beispiel Werke von Berliner Künstlern wie Felix Kiessling, Konrad Mühe und Björn Melhus. Bereits in den Wochen zuvor waren einige Installationen unvermittelt an Orten in der Stadt zu sehen und sorgten für Aufmerksamkeit.



Kunstevent „Die Informale“ feiert Abschluss

des weltweiten „Übermut Project“



„Die Informale“ fand im Rahmen des „Übermut Project“ statt. Seit Ende 2016 waren Berlin und Hamburg weltweit unterwegs, um das kreative Potenzial der beiden Metropolen zu präsentieren. Das Projekt machte Halt in Hongkong, Mailand, Brighton, Amsterdam, New York, Paris, Teheran und Bangkok. „Die Informale“ in Buenos Aires war der Abschluss der weltweit erfolgreichen Aktion.

Weitere Informationen unter:
[übermutproject.com](http://www.übermutproject.com)



DEHOGA-Branchentag

20. November 2018, Maritim Hotel Berlin

Gemeinsam viel erreichen *Auf nach Berlin!*



Olaf Scholz



Julia Klöckner



Christian Lindner



Annegret Kramp-Karrenbauer



Thomas Bareiß

Liebe Mitglieder des DEHOGA,
liebe Freunde und Kenner der Branche,
liebe Kolleginnen und Kollegen,



beim großen politischen Branchentreffen erwartet Sie ab **10.30 Uhr** ein Powerprogramm mit hochkarätigen Gästen aus Politik und Wirtschaft.

Freuen Sie sich auf

- **Olaf Scholz**, Vizekanzler und Bundesminister der Finanzen
- **Christian Lindner MdB**, Vorsitzender der FDP-Bundestagsfraktion und Bundesvorsitzender der FDP
- **Annegret Kramp-Karrenbauer**, Generalsekretärin der CDU
- **Thomas Bareiß MdB**, Parlamentarischer Staatssekretär im Bundesministerium für Wirtschaft und Energie und Beauftragter der Bundesregierung für Tourismus
- **Christian Gansch**, Dirigent, Produzent und Autor
- die Diskussionsrunde „Zukunftssicherung für die Gastgeber“ mit den Stellvertretenden Fraktionsvorsitzenden **Dr. Carsten Linnemann MdB**, CDU/CSU, **Michael Theurer MdB**, FDP, und **Anja Hajduk MdB**, Bündnis 90/Die Grünen, und den Unternehmern der Branche **Nicole Kobjoll**, Schindlerhof, **Peter Reichert**, Seehof Herrsching, und **Dieter Wäschle**, Petershof, Konstanz.
- **Guido Zöllick**, Präsident des DEHOGA Bundesverbandes
- **Dr. Hajo Schumacher**, Journalist, Autor und unser Moderator.

Um **19.30 Uhr** startet die DEHOGA-Branchenparty mit einer Ansprache von **Julia Klöckner**, Bundesministerin für Ernährung und Landwirtschaft, und den vielfach ausgezeichneten Miniköchen.

Seien Sie in Berlin dabei und gestalten Sie die Zukunft unserer Branche mit! Wir freuen uns auf Sie!

Guido Zöllick, Präsident

Ingrid Hartges, Hauptgeschäftsführerin



Dr. Carsten Linnemann



Michael Theurer



Anja Hajduk



Nicole Kobjoll



Dieter Wäschle



Christian Gansch



Dr. Hajo Schumacher



Guido Zöllick

Melden Sie sich gleich online an unter www.dehoga.de

Digitale Beratung für die Hotellerie & Gastronomie

L.I.K.E. Hospitality Consulting

Durch die Schnellebigkeit der heutigen Zeit lässt sich die alte Redewendung: „Wer nicht mit der Zeit geht, muss mit der Zeit gehen“ wieder verstärkt auf die verschiedensten Problemstellungen, sowohl online als auch offline, übertragen. Gerade in Bezug auf den Umgang mit den sozialen Medien und deren Management, dem Design und Aufbau einer Website und somit dem gesamten digitalen Auftritt des eigenen Betriebs ist es sehr wichtig, den Anschluss nicht zu verlieren. Insbesondere für privat geführte Betriebe, die sich in naher Zukunft nicht mit diesen Themen auseinandersetzen, wird der Anschluss an das Web 2.0. immer schwerer.

In vielen Projekten, Coachings, Brainstorming-Workshops und Meetings stehen wir in regelmäßigem Austausch mit Kunden, die sich genau diesen

Problemen stellen wollen. Wiederkehrend konnten wir in diesem Zuge erkennen, dass gerade die mangelnde Zeit, sich mit den digitalen Themen (z. B. New Media Management) zu beschäftigen, in vielen Unternehmen die größte Herausforderung darstellt.

Haben Sie diese Sätze auch schon mal gehört: „Mach das mal eben auf Facebook.“ oder „Such mal schnell etwas für Instagram.“ – Falls Ihnen so etwas bekannt vorkommt, dann können wir aus Erfahrung sprechen, dass dies wenig bis keinen Erfolg haben wird. Gerade durch die Professionalisierung des Web 2.0. sollte entsprechend Zeit investiert werden, um den digitalen Raum mit Leben zu füllen und die Follower zu Fans und damit zu potenziellen Kunden zu machen.

 www.like-consulting.com



Nutzen Sie Ihre digitalen Chancen!

Als DEHOGA-Berlin Mitglied erhalten Sie 10 % Rabatt auf unsere Dienstleistungen und unser digitales Know-How.

- Digital Marketing
- Social Media Management
- Digital Development
- Webdesign
- Digital Pre-Opening

L.I.K.E.
HOSPITALITY CONSULTING
www.like-consulting.com | solutions@like-consulting.com

-10%

- Warum braucht ein Unternehmen Fans in den sozialen Netzwerken?
- Warum braucht man einen Auftritt in den sozialen Medien?
- Warum ist Web-Design so wichtig?
- Welche Konsequenzen ergeben sich für den eigenen Betrieb, wenn 90% des Internetverkehrs in Deutschland mobil abgewickelt werden?

Ganz einfach! Weil die erste digital aufgewachsene Generation – die Gen Y – kurz davorsteht, die demografische Gruppe mit der höchsten touristischen Kaufkraft zu werden. Der Anspruch dieser Gruppe an den digitalen Auftritt und damit verbunden der Einfluss auf Kaufentscheidungen sollte Grund genug sein, den eigenen digitalen Status quo zu hinterfragen und entsprechend zu bearbeiten. Wo stehen Sie?



WAS KÖNNEN WIR FÜR SIE TUN?

LEHNEN SIE SICH ZURÜCK, WIR MACHEN DAS FÜR SIE!

Unser Komplettservice umfasst:

Leasingsystem

Unsere textile Vollversorgung nach Ihren individuellen Wünschen.

Hoteleigene Wäsche

Wir waschen Ihre Wäsche schonend nach höchsten Qualitätsstandards.

Mitarbeitergarderobe

Vom Designeranzug bis zur Kochjacke – wir reinigen die Kleidung Ihres Personals, egal ob hoteleigen oder geleast.

Gästewäsche

Wenn Ihre Gäste mal privat etwas zu waschen haben.
Wir machen 's – morgens geholt, abends gebracht.

Mietwäsche

Nutzen Sie unser Wäschelager zur flexiblen Überbrückung kurzfristigen Bedarfs.

Textilhandel

Natürlich können Sie bei uns auch sämtliche Hoteltextilien kaufen, vom Teppichboden bis zur Serviette.

... und noch vieles mehr!

Sie haben darüber hinausgehende Wünsche an textilen Dienstleistungen?
Kein Problem! Sprechen Sie uns an, wir helfen Ihnen gerne!

Tel.: +49 (0)30 3116290 – 20 | Fax: +49 (0)30 3116290 – 30
www.fliegel-textilservice.de | info@fliegel-textilservice.de



Abschlussbilanz 3. Quartal 2018

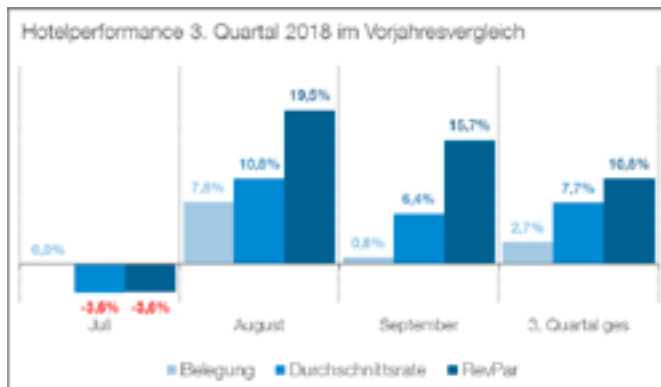
Die Attraktivität von Berlin wächst.



Exzellente organisiert, erschwinglich, cool – so beschreibt laut Tagesspiegel vom Frühjahr die internationale Presse die deutsche Hauptstadt Berlin. Ob die Berliner ihre Heimatstadt genauso beschreiben würden, sei mal dahingestellt. Fakt ist, dieses Image ist Ursprung einer „neuen“ Begeisterung ausländischer Touristen für Berlin. So registrierte das Amt für Statistik Berlin/Brandenburg für Juli 2018 ein Plus von 4,3% bei den Übernachtungen von ausländischen Gästen, kumuliert von Januar bis Juli 2018 klettert der Wert sogar auf 5,5%. Die Belegungsrate im Juli 2018 verharrte zwar in der Nähe des Vorjahreswerts, diese vermeintliche Stagnation ist jedoch vor dem Hintergrund des deutlichen Kapazitätenausbaus seit 2017 eher ein Indiz für eine erhöhte Zimmernachfrage im Jahresvergleich. Immerhin konnte die Zimmerauslastung bei gleichzeitiger Erhöhung des Zimmerangebots gehalten werden.

res. Entsprechend hoch war natürlich die Erwartung in der Hotellerie, aber entsprechend hoch waren auch die Vorjahreswerte, sodass Wachstumsraten hier an Bedeutung und Schlagkraft gewinnen. Im Schnitt mussten Berliner Hotelgäste im September in allen Hotelkategorien deutlich tiefer in die Tasche greifen als noch im Vorjahr. Ein Zimmer in einem 3-Sterne-Hotel kostete im September im Schnitt 111,20 € (+17,7%), 4-Sterne-Hotels erhöhten auf 130,10 € (+ 16,4 %) und die Luxusklasse landete bei durchschnittlich 214,20 € (+14,5 %).

Diese hohen Steigerungsraten des Septembers sind zwar in der Quartalsbetrachtung etwas geglättet worden, dennoch, unterm Strich schließt das 3. Quartal 2018 für die Berliner Hotellerie mit durchweg positiven Leistungskennzahlen.



In der Zeit nach dem Juli hat die gesamte Berliner Hotelbranche die Gunst der Stunde für deutliche Preisanpassungen nach oben genutzt. Damit hat sich der August dieses Jahr selbst übertroffen: Anders als noch in 2016 und 2017 waren die Hotelkennzahlen vom August besser als die Juliwerte.

Preissteigerungen über alle Kategorien im September

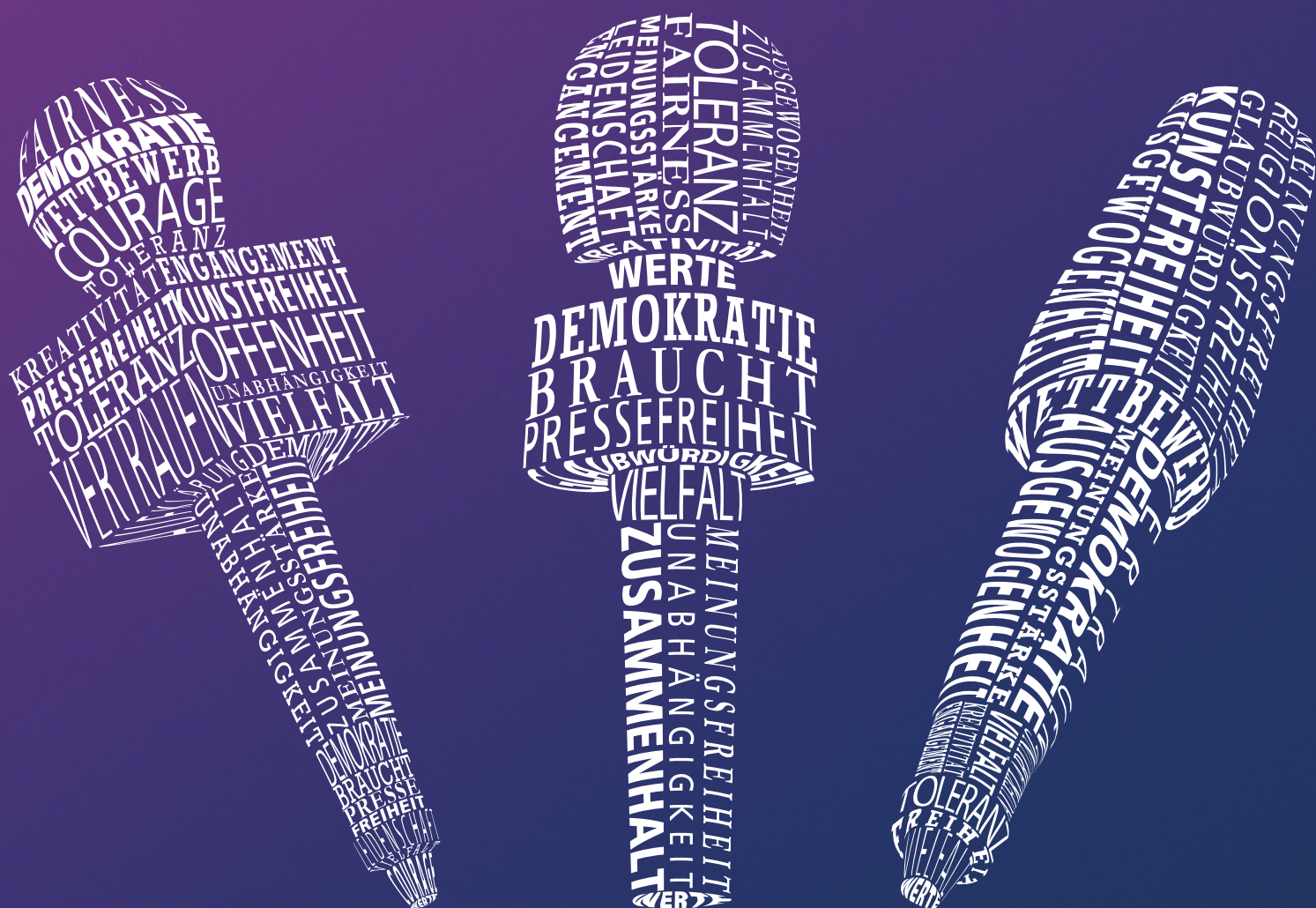
Erfolgsverwöhnt ist die Berliner Hotellerie seit Jahren in Bezug auf den Monat September – regelmäßig und verlässlich ist dieser Monat der erfolgreichste des gesamten Jah-

Bleibt die Frage, wie sich das Jahr 2018 insgesamt in den ersten 9 Monaten entwickelt hat. Die Wachstumsraten auf laufend vom 1. Januar bis zum 30.09.2018 sind bei Berliner Hotellerie insgesamt positiv: Belegung +1,3 %, ADR +3,7 % und RevPar +5,0 %. Keine der Hotelkategorien hat einen negativen Wert zu verkräften. Die Führung bei der Erlössteigerung pro vermieteten Zimmer auf laufend zum Ende September übernehmen die 3-Sterne-Häuser (RevPar +9,3 %). Und was sagt der Blick in die Zukunft? Laut Trendbarometer vom September ist keine Wende zum Negativen im 4. Quartal 2018 zu erwarten. Die Prognose zeigt weiterhin steigende Preise bei relativ stabiler Belegung – im Dezember ist sogar Wachstum bei der Belegung möglich.

i DEHOGA Berlin angeschlossene Unternehmen können sich immer tagesaktuelle Auswertungen von der Verbands-Website downloaden: www.dehoga-berlin.de/brancheninfos/daten-fakten/fairmas-cityreport/
i Fairmas GmbH, Sachsensdamm 2, 10829 Berlin, Tel: 030. 322940520, Fax: 030. 322940521
@ office@fairmas.com  www.fairmas.com

PRESSEFREIHEIT

ALLEN EINE STIMME GEBEN



„Weihnachten mit Frank“

Frank Zanders Fest für Obdachlose und Bedürftige



Am 21. Dezember veranstalten Sie in Berlin zum 24. Mal ein großes Weihnachtsfest für Obdachlose und Bedürftige. Was erwartet die 3.000 Gäste?

Kurz gesagt ein familiäres Weihnachtsfest mit allem Drum und Dran – ein wenig chaotisch, aber immer mit viel Herz! Im Saal des Estrel Berlin gibt es dann Hunderte von festlich gedeckten Tischen, ein tolles Showprogramm, Gänsebraten mit Rotkohl und Klößen, serviert von prominenten Kellnern, und am Ende der Veranstaltung gibt es für jeden noch nützliche Geschenke wie Schlafsäcke oder warme Pullover.



Firmen wie die Radeberger Gruppe KG, die Dieter Fuhrmann Obst und Gemüsegroßhandels GmbH und die Mitarbeiter der Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG gehören unter anderen zu Ihren Sponsoren. Wie schwer ist es jedes Jahr aufs Neue, Geld- und Sachgeber zu motivieren?

Es ist schon wirklich toll, dass so viele Firmen uns unterstützen, und ohne die Hilfe dieser Firmen und Sponsoren könnten wir das Fest gar nicht ausrichten. Der persönliche Kontakt ist natürlich auch wichtig, denn nur einen Zettel zur Chef-Etage schicken reicht meist nicht aus. Aber der Aufwand lohnt sich, denn wer erst einmal gespendet hat und persönlich oder über die Medien sieht, wie direkt die Hilfe ankommt, der spendet auch im nächsten Jahr wieder.

Das erste Weihnachtsessen für Obdachlose haben Sie 1995 organisiert. Wie kamen Sie damals auf die Idee?

Nun ja, der Weg zum Bahnhof Zoo, um ein kleines Paket für Obdachlose abzugeben, gehörte schon vor 1995 zu meinem alljährlichen Weihnachtsritual. Vor 24 Jahren hatte meine damalige Plattenfirma Sony Music die Idee, eine CD-Veröffentlichung zu nutzen, um auch mal arme Menschen einzuladen. Dieses Beispiel kam von Bruce Springsteen, der in New York Obdachlose zu seiner CD-Release-Party einlud. Das Ganze war zwar gut gedacht, ging aber nach hinten los. Auf den Rat einiger Presseleute, ließen wir die CD-Veröffentlichungsparty sausen und kümmerten uns nur um die 120 armen Menschen. Diese erste Feier im Brandenburgischen Schloss Diedersdorf war ein voller Erfolg und für uns eine wichtige und wunderbare Erfahrung. Es wurden jährlich mehr Gäste, bis wir 1999 mit unserer Feier in das Estrel Festival Center zogen. Ich lernte den Estrel-Hotelbesitzer (Herrn Streletzki) kennen und seitdem durften wir unsere Feier im ganz großen Saal (Convention Center) mit ca. 3.000 obdachlosen und bedürftigen Menschen feiern. Ohne die großartige Unterstützung aller Mitarbeiter des Hotels, könnten wir das nie schaffen.

Welche prominenten Helfer werden Ihre Gäste bewirten und unterhalten?

Täglich wird die Liste länger und eigentlich soll es auch eine Überraschung für unsere Gäste sein, aber ein paar Namen kann ich schon verraten. Auf der Bühne werden z. B. die Band Revolverheld, der Sänger Ben Zucker oder auch Ella Endlich die Gäste unterhalten. Mehr will ich aber jetzt noch nicht verraten!

Was motiviert Sie nach über zwei Jahrzehnten sozialen Engagements immer noch, dieses außergewöhnliche Weihnachtsfest zu veranstalten?

Es ist ein Fest für die Ärmsten der Armen und es fühlt sich einfach richtig an, diese Menschen einzuladen und ihnen etwas Würde zurückzugeben, denn mir und meiner Familie geht es gut, wir haben Glück gehabt im Leben und wollen etwas zurückgeben. Das Vertrauen der Leute und die Dankbarkeit in den Augen sind für mich, meine Familie und das





ganze Team genug Motivation und Ansporn, die lange und anstrengende Phase der Vorbereitungen auf uns zu nehmen. Ich glaube, unser Fest ist deshalb so beliebt, weil wir den Menschen absolut ehrlich und nahbar begegnen, ohne Vorurteile, ganz jrad raus, wie der Berliner sagt! Bei uns kann jeder mithelfen und Spenden werden ohne Umwege direkt vor Ort verteilt. Bleiben Geschenke oder Spenden übrig, werden diese von uns am Tag nach der Veranstaltung an andere Einrichtungen geliefert.

Durch Ihr soziales Engagement kommen Sie hautnah mit obdachlosen Menschen in Kontakt, kennen viele Lebensgeschichten. Welche Schicksale und emotionalen Augenblicke berühren Sie am meisten?

Es sind die Umarmungen und Tränen an der Eingangstür, die mich oft auch an meine emotionale Grenze bringen.

Natürlich reichen ein paar kurze Sätze nicht aus, um das ganze Schicksal oder die Krankheit zu verstehen, aber ein Blick in die Augen verrät so viel... Nicht Mitleid, sondern Mitgefühl ist wichtig bei unserer Feier!

SPENDENKONTO:
 Diakonisches Werk Berlin-Brandenburg e.V.
 Bank für Kirche und Diakonie
 Kennwort: Frank hilft
 IBAN: DE48 3506 0190 0000 0444 40
 BIC: GENODED1DKD
 Kontakt: Marcus Zander,

 info@zett-records.de,
 www.obdachlosenfest.de



MIETEN STATT KAUFEN – DIE BESONDERE MAGAZIN-AUSWAHL. KOSTENBEWUSST & ÖKOLOGISCH.

Wie du deine LESEBOX Magazine am besten in Szene setzt, zeigen wir dir auf unseren Social Media Kanälen.

Eiskalt gerollt und geschichtet – neue Friesenkronen-Tapas

Innovatives
Event-Sortiment
aus der Manufaktur
aus nachhaltig
zertifizierter
Rohware

Kreatives Fingerfood entwickelt sich vom Trendsetter zum Must-have in jeder Küche. Die kleinen tiefgefrorenen Tapas-Innovationen von Friesenkronen bieten dem Küchenchef leckere Köstlichkeiten aus dem Meer. So kann er seine Gäste unkompliziert mit Fisch verwöhnen. Die Neuentwicklung aus der Manufaktur Friesenkronen präsentiert sich in unterschiedlichen Formen mit innovativen Rezepturen: Je zwei unterschiedliche Tapas-Sorten als Blini, Wrap und Burger im Miniformat ergänzen das Produktportfolio. Friesenkronen verwendet für die handgemachten Tapas ausschließlich nachhaltig zertifizierte Fischrohware. Die 18 Gramm leichten Häppchen können jede Veranstaltung, gleich ob beim Bankett, auf dem Buffet oder im Catering.

Mit den neuen Tapas erfüllen die Friesenkronen-Produktentwickler die Wünsche von Profikunden mit maßgeschneiderten Produktspezifikationen: Die klein kalibrierten Geschmackstalente gibt es für jeden Gusto – als Mini-Hering-Burger mit Paprikacreme oder mit Senfcreme, als Blini mit Thunfischcreme oder mit Räuchermakrelencreme sowie als Tomate-Basilikum-Wrap mit Räucherlachs in Kräutercreme und Spinat-Wrap mit Räucherlachs in Senfcreme. Die tiefgefrorenen Tapas sind binnen drei Stunden nach dem Auftauen verzehrfertig. Während des Auftauprozesses setzt sich kein Wasser ab. Die abwechslungsreichen Häppchen sind jederzeit stand- und gelingsicher. Dabei ist das Handling des kreativen Fingerfoods für das Personal besonders einfach. Die ideal gelöste Portionierbarkeit und Bevorratung machen Tapas von Friesenkronen absolut kalkulationssicher.

Je Sorte finden sich 30 Stück Tapas lose rollend gefroren in einem Beutel. Eine Verkaufseinheit enthält zwei 30er Beutel (1.080 g pro Karton). Drei Mixkisten Blini, Wrap und Burger mit sechs Tapas gibt es derzeit im Sortiment; lieferbar ab 1. November 2018.



Friesenkronen – aus Liebe zum Fisch. Dort, wo die Elbe das Schleswig-Holsteinische Wattenmeer kreuzt und der ewige Wechsel von Ebbe und Flut das Leben in Dithmarschen bestimmt, ist der Fischfang zu Hause.

Hier schreibt das Familienunternehmen Friesenkronen seine Erfolgsgeschichte. Der erfahrene Fischfeinkost-Experte beherrscht sein Handwerk aus dem Effeff und begeistert mit seinen hochwertigen und innovativen Rezepturen all jene, die Genuss und Gaumenfreuden lieben. Dabei legt Friesenkronen größten Wert auf beste Rohware aus kontrollierten Fanggründen und nachhaltiger Fischerei. Bereits bei der Rohwarenbeschaffung prüfen Mitarbeiter der Friesenkronen die Qualität und Verarbeitung persönlich vor Ort. Somit erfüllt das Familienunternehmen nicht nur die eigenen hohen Ansprüche an Qualität und Zertifizierung, sondern vor allem die der Gastronomen und Caterer. Ob Filets und Happen, Marinaden und Terrinen oder Salate und Saucen – am Anfang steht immer der direkte Kontakt zu dem Verwender. Erfahrung und Inspiration gingen und gehen hier stets Hand in Hand. Kurz: „Aus Liebe zum Fisch“ zeichnet sich Friesenkronen als Vorreiter in der Kategorie Fischfeinkost aus. Und das seit über 100 Jahren.

 www.friesenkronen.de



Foto: Friesenkronen

*Köstlichkeiten aus der Kälte:
sechs neue fantasievolle Tapas
von Friesenkronen als Blini,
Wrap und Burger –
verzehrfertig und sicher.*

Chinese Payment

Interview mit

Annemarieke Kostense,
Senior Project Manager –

Was genau sind Alipay und WeChat Pay und wie funktionieren sie in der Praxis?

Kurz gesagt sind das chinesische Mobile Wallets in Smartphone-Apps integriert. Bezahlt wird entweder innerhalb der App oder durch das Abscannen von QR-Codes, danach wird die Zahlung noch per PIN oder Fingerabdruck bestätigt. Mit den Apps verknüpfen die chinesischen Nutzer ihre Bankkonten, von denen der bezahlte Betrag direkt abgebucht wird.




**China Payment Team
bei Wirecard**

Warum sollten Gastronomen und Hotels in Deutschland und Europa auch Alipay und WeChat Pay anbieten?

Pro Jahr reisen 130 Millionen Chinesen ins Ausland, und Europa ist eine Top-Destination. Keine andere Nation ist so ausgabefreudig wie sie. Im Schnitt werden mehr als 1.100 Euro pro Person und pro Reise für Unterkünfte und für Essen und Trinken ausgegeben. Sie präferieren mit Alipay & WeChat Pay zu bezahlen, was ihnen ermöglicht, auch mehr auszugeben, da die Beschränkungen von Bargeld oder Kreditkarten wegfallen: Laut einer Nielsen-Studie haben 77 % hiervon mittels der Mobile Wallet während ihrer letzten Auslandsreise mehr ausgegeben als vor zwei Jahren.

Wie kann man die Marketing-Möglichkeiten dieser beiden Apps ganz konkret in der Praxis nutzen?

Wirecard integriert Alipay und WeChat Pay bei Gastronomen und Hoteliers und sorgt dafür, dass die Zahlungen bei ihnen sicher ankommen. Sie werden bei chinesischen Kunden erst dadurch wirklich „sichtbar“, wenn sie eine dieser Zahlungsmethoden anbieten, weil sie dann in deren Suche – oft auch schon vor Beginn der Reise – auftauchen, individuell passende Werbung anzeigen oder Gutscheine ausspielen können. Beispielsweise für Chinesen, die an einem bestimmten Tag in der Nähe eines Restaurants sind, solche Aktionen erfreuen sich großer Beliebtheit.

 www.wirecard.de/chinapayment/



Wie verbreitet sind sie in China und warum sind sie so beliebt bei chinesischen Verbrauchern?

Sie sind sehr verbreitet – es gibt mehr als 850 Millionen Nutzer von Alipay und WeChat Pay. Akzeptiert werden diese Zahlungsmethoden quasi überall, vom großen Geschäft bis zum Straßenhändler. In China läuft alles übers Smartphone, deren User sich dort über Produkte, Anbieter und Angebote informieren und per Handy zahlen. Auch Dienste wie Kundenservice, Loyalty-Programme, Reviews und Empfehlungen sind dort integriert.



Fotos: Wirecard AG

METRO CUP 2018:

Junge Köche überzeugen mit frischen Produkten

Am 21. September 2018 feierte der METRO Cup auf dem Gelände der Berliner METRO Academy seine erfolgreiche Premiere. In Kooperation mit dem OSZ Gastgewerbe Berlin, der größten gastgewerblichen Schule Deutschlands, veranstaltete METRO einen anspruchsvollen Kochwettbewerb für junge Talente.



Siegerehrung
auf den Chefdays 2018

Im Rahmen der Gastro-Messe Chefdays verkündeten Guido Mischok und Niklas Siebecke (OSZ Gastgewerbe, Fachbereichsleiter) das Ergebnis des Wettbewerbs und prämierten die drei besten Teilnehmer. Kevin Petersen und Alexander Vu (beide Hotel Regent) belegten die Plätze drei und zwei.

Ausschließlich frische Zutaten und kreative Gerichte:

Beim 1. METRO Cup traf sich der gastronomische Nachwuchs aus Berlin zum kulinarischen Kräftenessen. Für Guido Mischok, Regionalmanager Berlin/Brandenburg, hat der Wettbewerb klare Vorzüge: „METRO Deutschland stellt als Partner der Gastronomie den talentierten Jung-Köchen ein hochwertiges und frisches Sortiment zur Verfügung. Mit diesem klaren Fokus auf erlesene Zutaten hebt sich der METRO Cup von bereits bestehenden Wettbewerben ab. Damit zeigen wir dem kochenden Nachwuchs, was wir ihnen als METRO anbieten können.“

Den ersten Rang sicherte sich Philipp Duclos (Hilton Hotel). Neben einer Urkunde, einem Warengutschein und einer Kochschürze erhielten die drei Gewinner eine personalisierte Kochjacke – die passende Auszeichnung für ihre hervorragenden Leistungen.

Kreative Menüs gesucht



Die Aufgabe der sechs Teilnehmer war es, innerhalb von vier Stunden ein Drei-Gänge-Menü für jeweils sechs Personen zuzubereiten. Die besondere Herausforderung dabei: aus vorgegeben frischen Produkten ein kulinarisches Konzept zu kreieren. Das Highlight des Menüs stellte naturgemäß der Hauptgang dar, der unter dem Motto „Fisch trifft auf Kräuter“ stand. Die Zubereitung der Speisen bewertete eine fachkundige Jury, die aus Spitzenköchen wie Steffen Schwarz und erfahrenen Mitarbeitern des OSZ Gastgewerbes bestand. Besonderen Wert legten sie auf Geschmack, Optik und Umsetzung der Vorgaben.



Fotos: Metro Deutschland GmbH

METRO Cup 2019 bereits in Planung

Nach dem erfolgreichen Auftakt steht die Fortführung des METRO Cups im kommenden Jahr bereits in den Startlöchern. Mit der Austragung des Wettbewerbs hat die METRO es geschafft, auf ihr vielseitiges Angebot an frischen Produkten aufmerksam zu machen. „Darüber hinaus wollen wir den entstandenen Kontakt zum OSZ Gastgewerbe Berlin in den nächsten Jahren weiter ausbauen“, sagt Guido Mischok.

 www.metro.de



ARTS & CRAFTS DAYS
**ZEUGHAUS
MESSE**

**06.-09.
DEZEMBER
2018**

VERKAUFS AUSSTELLUNG KUNST | HANDWERK | DESIGN
IM DEUTSCHEN HISTORISCHEN MUSEUM
UNTER DEN LINDEN 2 | 10117 BERLIN

WWW.ZEUGHAUSMESSE.DE



DEHOGA und IHA gegen Abmahnmissbrauch

Wettbewerbsrechtliche Abmahnungen wegen formaler Bagatelverstöße im Internet haben sich in Zeiten der Digitalisierung zu einem echten Ärgernis nicht nur der Unternehmer in Hotellerie und Gastronomie entwickelt. Zur Eindämmung des Missbrauchs hat Bundesjustizministerin Katarina Barley nun einen Entwurf eines Gesetzes zur Stärkung des fairen Wettbewerbs vorgelegt, damit Abmahnungen nur noch „im Interesse eines rechtstreuen Wettbewerbs erfolgen und nicht zur Generierung von Gebühren und Vertragsstrafen“ genutzt werden. Der DEHOGA Bundesverband und der Hotelverband Deutschland (IHA) begrüßten diese Gesetzesinitiative zur Eindämmung des zunehmenden Abmahnmissbrauchs ausdrücklich, sehen aber noch Nachbesserungsbedarf, den sie detailliert dem Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV) übermittelten.

Ausführlich unter:  www.dehoga.de

Meisterköche: Vollgut-Gala im Vollgutlager



© Berlin Partner | Florian Gaertner/photothek.net

Die Berliner Meisterköche 2018 mit Dr. Stefan Franzke, Geschäftsführer Berlin Partner

Mit der Ehrung der Berliner Meisterköche präsentierte Berlin Partner die Restaurantkultur und Gastfreundschaft der Hauptstadt als Aushängeschild und wichtigen Image- und Wirtschaftsfaktor einer boomenden Trend-Metropole. Die diesjährigen Preisträger zeigten am 13. Oktober beim Gala-Diner im Vollgutlager Berlin ihr Können und präsentierten den rund 400 geladenen Gästen ihr gemeinsames Berlin Menü. Das Berlin Menü 2018 wurde von den ausgezeichneten Meisterköchen kreiert und brachte ihre Küchenphilosophien zusammen. Während die Köche das Berlin Menü 2018 live in der Kocharena im Vollgutlager Berlin zubereiteten, wurden sie Gang für Gang, Kategorie für Kategorie ausgezeichnet.

 www.berliner-meisterkoeche.de

Neu im Steigenberger am Kanzleramt

Tobias Holle ist neuer stellvertretender Hoteldirektor im Steigenberger Hotel am Kanzleramt in Berlin. Zuletzt war er seit 2015 als Director of Operations bei den Azure Hotels in Berlin tätig und betreute mehrere Hotels wie das Holiday Inn Berlin Alexanderplatz und das Indigo Hotel Berlin-Alexanderplatz.

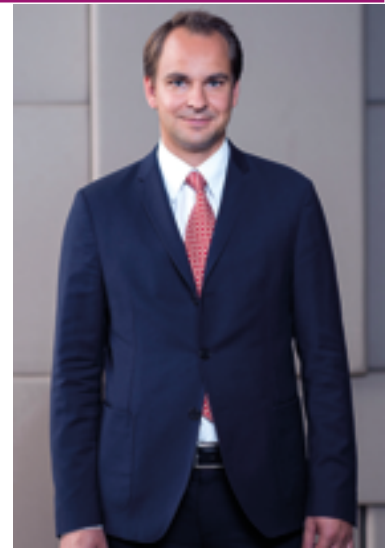


Foto © Steigenberger Hotel am Kanzleramt

Kochlegende Dieter Müller Patron im Ritz-Carlton

Der mehrfach vom Gault Millau ausgezeichnete Dieter Müller wird ab Ende des Jahres das The Ritz-Carlton Berlin mit seiner Küchenexpertise bereichern und die Position als impulsgebender Patron im neuen Restaurant einnehmen. Der aus Baden-Württemberg stammende Gourmetkoch prägte die internationale Genusszone und mit seinem Know-how der gehobenen Restaurantkultur wird er das Fünf-Sterne-Superior-Hotel am Potsdamer Platz verstärken. Eine hochwertige Küche aus nachhaltigen Quellen mit Besinnung auf deutsche Spezialitäten wird im neuen Restaurant des Grand Hotels Einzug halten. Die Ausrichtung der Küche wird mit Ideengeber Dieter Müller unter der Leitung von Frederik Grieb den Ansatz des Foodsharings verfolgen, welches punktuell um neue, kreative Einflüsse ergänzt wird.

 www.ritzcarlton.de/berlin

Fleischgenuss im beef 45

Seit Juni 2018 empfängt das beef 45 im Hotel Palace Fleischliebhaber. Der Fokus des neuen Restaurants in der Budapester Straße liegt auf qualitativ hochwertigem Fleisch. Der Gast kann wählen zwischen Speisen vom französischen Charolais-Rind, dem US-Flanksteak vom Black Angus und dem deutschen Simmentaler Rind. Das Angebot reicht von Beef Tatar zu Rinderfilet und Rib-Eye. Das Fleisch wird ausschließlich mit der schonenden Sous-vide-Garmethode zubereitet. Durch das Vakuumgaren wird der Geschmack des Fleisches nicht verfälscht und es bleibt saftig und zart. Dazu werden Craft Bier, Wein und Signature Drinks aus dem House of Gin gereicht. 24 Sitzplätze stehen am goldenen Tresen und an Tischen zur Verfügung. Täglich 18 bis 22 Uhr.

 www.beef-45.de



Qualität seit 93 Jahren Tradition

World's 50 Best Bars 2018

Anfang Oktober wurde die Liste der World's 50 Best Bars in London präsentiert. Seit zehn Jahren wird der Award vergeben. Der erste Platz ging an die Dandelyan Bar im Mondrian-Hotel London. Die Berliner Bar „Buck and Breck“ in Berlin errang Platz 48.

www.buckandbreck.com

Hyatt Catering: Pop-up mit deutscher Küche

Das Grand Hyatt ist vom 26. November bis zum 31. Dezember mit dem Pop-up-Restaurant „gemütlich“ erstmals mit dabei auf dem Weihnachtsmarkt am Berliner Gendarmenmarkt. Das Restaurant von Hyatt Catering verwöhnt die Gäste mit deutscher Küche. Die Gäste können sich beispielsweise auf Havelzander, geschmorte Rinderschulter und Apfel-Zimt-Crumble freuen. Höhepunkt des diesjährigen Weihnachtsangebotes ist der heiße Winzerwein „H-RED“, der von Stefan Breuer exklusiv hergestellt und flaschenweise am Tisch heiß serviert wird.

Restaurant Sæson: neues Konzept

Das Sæson im neu eröffneten Hotel Lulu Guldsmeden in der Potsdamer Straße bringt eine Küche und Philosophie auf den Tisch, die weltweit jeder versteht: frische, unkomplizierte und unkonventionelle Rezepte. Die Zutaten stammen aus biologischem Anbau der Region, jahreszeitlich und kreativ zubereitet. „Als Teil eines internationalen Unternehmens richten wir unser kulinarisches Angebot ebenso aus. Unsere leidenschaftliche Köchin Maja Sommer Samuelsen übernimmt die Leitung. Sie bietet im Sæson eine Küche für alle und für den ganzen Tag; hinzu kommt ein Sonntagsbrunch für die ganze Familie“, sagt General Manager Marc



General Manager Marc Lorenz, Maja Sommer Samuelsen und René Beck Hansen, der die Küche des Hauses profilierte und nun auf Weltreise geht (v.l.)

© Brigitte Menge

Lorenz. Die Leidenschaft und internationale Handschrift der 28-jährigen Küchenchefin aus Rynkeby auf der dänischen Insel Fünen ist bei allen Gerichten erkennbar.



© Lulu Guldsmeden

www.guldsmedenhotels.com/berlin



Bänke nach Maß gefertigt – ab € 250,- pro Meter



**SONDER
PREIS**

KTS-102-GLO
ab € 59,-



S 38 KH GV
ab € 79,-



KIS-003
ab € 129,-



KPB-472FII1
ab € 130,-

Irrtümer und Änderungen vorbehalten.

Telefon (+49) 09562 501226-0
www.kason.de

Cordobar jetzt Cordo ohne Bar

Am 7. November eröffnete die einstige Cordobar als „Cordo“. Neuer Küchenchef ist Yannic Stockhausen. Der 27-Jährige kommt aus dem Aqua (3 Sterne) in Wolfsburg. Sous Chef ist Florian Brunner, der zuvor im L’Ambroisie in Paris tätig war. Öffnungszeiten: Dienstag – Samstag ab 18 Uhr.

Herbsttagung der Hoteldirektorenvereinigung

Das traditionelle Branchentreffen der Hoteldirektorenvereinigung Deutschland (HDV) findet vom 9. bis zum 11. November 2018 in Berlin statt. In diesem Jahr wird über das Image der Hotellerie diskutiert – von Themen wie Arbeitszeitgesetz über Fachkräfte- und Nachwuchsmangel bis hin zu den Belastungen durch bürokratische Anforderungen. „Die Hotellerie boomt und steht gleichzeitig vor immensen Herausforderungen. Unsere Herbsttagung soll dazu beitragen, die drängenden Fragen der Branche stärker in den Fokus zu rücken“, so HDV-Vorstandsvorsitzender Jürgen Gangl. Hierzu beleuchten hochkarätige Redner in Vorträgen und Podiumsdiskussionen die aktuelle Lage der hiesigen Hotellerie und erarbeiten realistische Zukunftsszenarien. Moderiert wird die HDV-Herbsttagung von dem Publizisten Dr. Hajo Schumacher. Getagt wird im Tempodrom am Potsdamer Platz. Hier sind zur Tagung am Samstag, 10. November 2018, auch Nicht-HDV-Mitglieder eingeladen.

 www.hdvnet.de

Fliegel Textilservice stellt sich neu auf

Die Fliegel-Textilservice-Gruppe hat den Umbau ihrer Führungsspitze abgeschlossen. Mit einem erweitertem Führungsteam werden die einzelnen Standorte gestärkt und können effizienter auf lokale Marktbesonderheiten eingehen. So ist Fliegel gut aufgestellt für die kommenden Jahre.



Ragna Werler und Jens Elkemann verantworten den Berliner Markt



Daniel Tarczynski, Geschäftsführer für alle Fliegel-Standorte

Fliegel Berlin wird durch die langjährigen Mitarbeiter Ragna Werler und Jens Elkemann geleitet. Beide Prokuristen kennen den Hotel- und Wäschereimarkt seit fast 20 Jahren genau und liefern stets neue Impulse, um die Marktposition des Unternehmens weiter auszubauen. Geschäftsführer für alle Fliegel-Standorte bleibt weiterhin Daniel Tarczynski. Er ist seit 18 Jahren bei Fliegel, koordiniert die Finanzen und kennt die Firma wie kaum ein anderer.

 www.fliegel-textilservice.de

CMS Berlin 2019 auf Kurs

Ein Jahr vor Beginn der CMS Berlin 2019 – Cleaning Management Services – registriert die Messe Berlin ein starkes Aussteller-Interesse. Der derzeitige Anmeldestand von nationalen und internationalen Unternehmen entspricht



Die CMS Berlin ist 2019 (24.–27.9.) das global bedeutendste Event der Reinigungsbranche.

dem bislang besten Vorbuchungsstand seit der Messepremiere im Jahr 2001. Vom 24. bis zum 27. September 2019 findet die internationale Reinigungsfachmesse in Verbindung mit dem CMS World Summit 2019 (25.–26.9.) auf dem Berliner Messegelände statt. Das Leitthema lautet „Inject Innovation“. Das viertägige Messe- und Kongress-event hat sich seit der Erstveranstaltung erfolgreich als internationale Kompetenz- und Networkingplattform für Reinigung und Hygiene am Markt positioniert.

 www.cms-berlin.de

Ehrung der Besten der Besten in Berlin

Deutschlands beste angehende Köche, Hotel- und Restaurantfachleute sind bei den 39. Deutschen Jugendmeisterschaften in den gastgewerblichen Ausbildungsberufen in Berlin geehrt worden. Im Ausbildungsberuf Hotelfachmann/-frau siegte Katharina Klinger vom The Charles Hotel Rocco Forte in München (Bayern). Den ersten Platz bei den Restaurantfachleuten erkämpfte sich Julia Wörishofer vom Steigenberger Hotel Der Sonnenhof in Bad Wörishofen (Bayern). Bei den Köchen holte Aljoscha Knoblich vom Restaurant Zum alten Brauhaus in Lüneburg (Niedersachsen) die Goldmedaille. 48 Teilnehmer aus 16 DEHOGA-Landesverbänden traten an, um die Besten ihres Fachs zu ermitteln. Drei Kandidaten aus einem Landesverband bildeten eine Mannschaft. In der Teamwertung gewann die Mannschaft aus Bayern vor Niedersachsen und Baden-Württemberg. Die Wettbewerbsteilnehmer hatten sich zuvor bundesweit in Landeswettkämpfen qualifiziert. „Es sind die Besten der Besten, die hier in Berlin zusammengekommen sind“, erklärte Guido Zöllick, Präsident des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes (DEHOGA Bundesverband), zur feierlichen Siegerehrung im Hotel Adlon Kempinski Berlin vor 350 geladenen Gästen.



Neuer Manteltarifvertrag zum 01.01.2019

Am 1. Januar 2019 tritt ein neuer Manteltarifvertrag in Kraft. Wir hatten bereits in der Mai-Ausgabe von hogaAktiv darüber berichtet. Der Manteltarifvertrag sowie eine Änderungsübersicht finden Sie auf der Webseite des Verbandes unter „mein DEHOGA“ und Tarifverträge.

B Lesezirkel Brabandt

Zeitschriften mieten statt kaufen



Für Ihre Gäste unser Service-Lesespass

GASTRO-MAPPE



- Auto-Motor-Sport • Cosmopolitan •
- Der Spiegel • Eltern Family • Stern •
- Essen & Trinken • Frau im Spiegel •
- Living at Home • Wunschzeitung •

am KIOSK 29,80 €

im LESEZIRKEL

wöchentlich
nur 7.90 €

2.FW - 25% | 3.FW - 30% | 4.FW - 35% | 5.FW - 40%

... oder freie Auswahl aus mehr als 190 Zeitschriften

www.lesezirkel-brabandt.de | TEL. 030 - 25 20 19 70

Deutsche Hotelklassifizierung



Folgeklassifizierungen:

★★★★ Superior
NH Collection Berlin Friedrichstraße

★★★★ First Class
Artim Hotel
Select Hotel Berlin im Spiegelturm

★★★ Komfort
Hotel de France Berlin

★★★ Komfort Superior
Hotel Aquino Tagungszentrum

★★★ Komfort Garni
Gold Hotel am Wismarplatz
Hotel City Green Berlin
Hotel Amano
Hotel Carolinenhof

★★ Standard Superior Garni
Ibis Hotel Berlin Mitte



▶ Betriebsjubiläen im Dezember

HarDie's Kneipe 15 Jahre ■ Hotel am Steinplatz 5 Jahre ■ Restaurant Faustus 15 Jahre ■ Unser Feines Restaurant 10 Jahre

▶ Mitgliedschaftsjubiläen im November

Altstadtcafé Cöpenick 20 Jahre ■ Bienenkorb 5 Jahre ■ Degen-
dorff 5 Jahre ■ Evangelische Bildungsstätte auf Schwanenwerder
15 Jahre ■ Hotel am Steinplatz 5 Jahre ■ Hotel Rheinsberg am See
20 Jahre ■ Kilkenny Irish Pub 5 Jahre ■ Miss Honey Penny 5 Jahre ■
Restaurant Eckstein 5 Jahre ■ Restauration 1840 5 Jahre ■ Ristorante
„Rossini“ 10 Jahre ■ Rothenburg Eck 5 Jahre ■ Suriya Kanthi 20 Jahre
■ Twinkle Events Veranstaltungsagentur & Service 5 Jahre ■ Westend-
pinte 5 Jahre

Der Verband begrüßt herzlich seine neuen Mitglieder

- Bricole – Bar Hors d'œuvre
- Brasserie Lumières
- BVG Mitarbeitergastronomie
- Sausalitos Berlin Mercedes Platz
- Indigo Berlin City
East Side Gallery
- Hampton by Hilton Berlin
City East Side Gallery
- Olivengarten
- Eiscafé Venezia
- Hotel 103



Save the Date
WICHTIGE TERMINE FÜR MITGLIEDER

Dienstag, 20. November 2018	Branchentag	Maritim Hotel Berlin
Donnerstag, 22. November 2018	Partnertreffen	Regent Berlin Restaurant Charlotte & Fritz
Montag, 26. November 2018	Vollversammlung	Capital Catering GmbH
Montag, 7. Januar 2019	Neujahrsempfang	Hotel Palace Berlin
Donnerstag, 19. September 2019	Sicherheitsforum für Locations & Hospitality	Hotel Berlin, Berlin


Bei Draheims wie Daheim

Im ersten Moment stutzt man: Der Familienname „Draheim“, der der schmucken Hotel-Pension im Osten Berlins den Namen gab, klingt wie daheim. „Wir mussten uns nichts Neues ausdenken, sondern spielten mit unserem Namen, der ja sehr heimisch klingt“, erinnert sich Christa Draheim. Vor genau 25 Jahren eröffnete sie mit Unterstützung ihres Ehemannes Ulrich die gemütliche Hotel-Pension in Berlin-Mahlsdorf. Da lag ein großer Berg Arbeit hinter und ein hohes wirtschaftliches Risiko vor ihnen. Als Branchen-Quereinsteigerin hatte die gelernte Reisebürokauffrau – was damals noch Reisebürokaufmann hieß – das ehrgeizige Projekt entwickelt. Auf dem Grundstück ihrer Mutter wurde die gastliche Herberge, die 12 Zimmer hat, errichtet. Die Gäste entdeckten schnell die Hotel-Pension, viele von ihnen wurden zu Stammgästen. Zu den Draheims kommen Geschäftsreisende, Monteure und Berlin-Touristen. Sie alle schätzen die ruhige Lage inmitten des grünen Stadtteils, die direkte Anbindung an das Berliner S-Bahn-Netz und natürlich die herzliche Gastfreundschaft des Familienunternehmens. Das Haus steht inmitten eines 1.000 qm großen Gartens, den die Gäste nutzen können. „Wir haben die Bäume, die einst mein Großvater pflanzte, stehen lassen“, berichtet Christa Draheim.



Inzwischen steht bereits mit Tochter Ira die nächste Gastgeber-Generation in der Hotel-Pension Draheim in den Startlöchern, denn Christa und Ulrich Draheim möchten beruflich kürzertreten. „Ich bin da so reingewachsen“, bekennt Ira Draheim mit einem Lächeln.

von Brigitte Menge

 www.hotel-pension-draheim.de



Verpackungsgesetz

Was Hoteliers und Gastronomen ab 2019 beachten müssen

Am 01.01.2019 tritt ein neues Verpackungsgesetz in Kraft. Das Gesetz ist auch für Hotel- und Gastronomiebetriebe relevant, die Speisen und Getränke an Gäste abgeben und dafür Verpackungen nutzen. Bereits heute gilt, dass nur solche Verpackungen genutzt werden dürfen, die bei einem dualen System lizenziert sind. Ab 2019 müssen sich die Verwender von Verpackungen in ein öffentlich einsehbares Register eintragen lassen. Tut man dies nicht, dann besteht die Gefahr, abgemahnt zu werden.

Wichtige Ausnahme für Serviceverpackungen: Eine wichtige Ausnahme gilt für Serviceverpackungen. Dies sind Verpackungen, die erst kurz vor Übergabe an den Endverbraucher befüllt werden. Darunter fallen z. B. Pizzakartons, Schalen für Pommes oder Coffee-to-go-Becher.

Bei diesen Verpackungen entfällt die Registrierungsspflicht, wenn man bereits vorlizenzierte Verpackungen verwendet. Wichtig ist, dass man sich vom Lieferanten bestätigen lässt, dass das gelieferte Verpackungsmaterial bereits vorlizenziert ist. Ansonsten braucht man nichts weiter zu tun.

Selbst hergestellte Waren: Bei allen anderen Verpackungen, die nicht als Serviceverpackungen anzusehen sind, gilt die Registrierungsspflicht. Im Gastronomiebereich kann dies besonders bei Verpackungen für selbst hergestellte Waren wie Marmelade, Pesto, Wurst oder selbstgebrannter Schnaps relevant werden.

Der Gastronom hat die Wahl. Er kann die Registrierung selbst unter www.verpackungsregister.org vornehmen, oder er kann den Verpackungslieferanten beauftragen, die Registrierung im Namen des Gastronomen vorzunehmen.

Empfehlung: In der Hotellerie und Gastronomie ist die Verwendung von sog. Serviceverpackungen weit verbreitet. Hier sollte man sicherstellen, dass nur vorlizenzierte Verpackungen verwendet werden. Dies sollte man sich vom Verpackungslieferanten auch bestätigen lassen. Bei Verpackungen für selbst hergestellte Waren muss sich der Gastronom selbst um die Registrierung kümmern, alternativ kann er auch den Verpackungslieferanten beauftragen, dies für ihn in seinem Namen zu erledigen.

Ein umfangreiches Merkblatt zum Verpackungsgesetz ist auf der Webseite des Verbandes unter **Mein DEHOGA** unter Verschiedenes hinterlegt.

Der Autor, René Kienker, ist Justiziar im DEHOGA Berlin und steht Mitgliedern für Fragen unter T. 030. 31804819 zur Verfügung.



© DEHOGA Berlin

SMART FÜR DIE ZUKUNFT

Vertical Farming im Restaurant



Foto: Chris Marxen

Drei Fragen an Ema Paulin, Gründerin des Restaurants Good Bank in Berlin-Mitte

Was ist Vertical Farming?

Wir bauen Salate und Gemüse direkt im Restaurant in vertikalen Modulen der Firma Infarm an.

Welche Vorteile hat das für Sie als Restaurant-Besitzerin?

Vertical Farming ist dank LED-Technik sehr energieeffizient. Außerdem können wir weitestgehend auf Transportwege verzichten – das spart jede Menge CO₂.

Und was lockt Ihre zahlreichen Gäste?

Ganz klar: der Geschmack! Die Wurzeln des Salats werden erst kurz vor dem Servieren abgetrennt, so bleibt das Aroma erhalten. Außerdem verwenden wir keine Pestizide.

Weitere Informationen:

good-bank.de infarm.com

VATTENFALL 



Gleitzeit Berlin

Aus dem Office in die Badehose.
Weil es geht in Berlin.

#FreiheitBerlin
be.berlin.de

be  Berlin

**BERLIN, DU BIST
SO WUNDERBAR**

