

125 Jahre



## **Verantwortlich**

Hauptgeschäftsführer Thomas Lengfelder

## **Auflage**

3.000 Exemplare

## **Texte**

Katharina Daniels, Valie Djordjevic

## **Bilder**

Sabine Hauf

(Titelbild und Bilder auf den Seiten 5, 9, 12, 15, 17, 18, 20, 22, 28, 30, 35, 47,)

Fotolia

(Bilder auf den Seiten 10, 14, 16, 25, 26, 32)

Thomas Brauner

(Bild auf Seite 26)

Berlin Tourismus Marketing GmbH

(Bild auf der Seite 27)

Weitere zum Teil historische Bilder aus privaten Archiven und dem Archiv des Verbandes

## **Konzeption, Satz und Layout**

HAUF+STÜRMER

## **Druck**

FD&V, Fürstenberger Druck & Verlag GmbH

**125 Jahre DEHOGA Berlin**

# INHALT

Grüßworte	
Regierender Bürgermeister von Berlin, Klaus Wowereit	<b>6</b>
DEHOGA Bundesverbandsvorsitzender, Ernst Fischer	<b>7</b>
Editorial	
Präsident des DEHOGA Berlin, Willy Weiland	<b>8</b>
DEHOGA Berlin -	
Leistungen, Schwerpunkte und Selbstverständnis	<b>9</b>
Jetzt und in Zukunft „Wir haben noch viel vor!“	<b>10</b>
Fit für die Zukunft	
Ausbildung	<b>13</b>
Weiterbildung und Qualifizierung	<b>14</b>
BTM – Gastronomie und Hotellerie als Wirtschaftsfaktor	<b>15</b>
„Ich hab noch einen Koffer in Berlin“	<b>17</b>
DEHOGA Berlin intern	
Wie ein starker Verband überzeugt	<b>19</b>
Case Study – WinterZauber Berlin – Kulinarischer Winterzauber	<b>20</b>



Gastgewerbe: Ein Spiegel von Gesellschaft und Kultur	21	
Berliner Legenden: „Schnell mal bei Aschinger ´nen Happen essen“	23	
Mauerfall und die Zeiten danach – Ein Blick zurück mit Wehmut, Glück und Zorn	24	
berlin – a moveable feast – Clubkultur zwischen Illegalität, Kunst und Kommerz	28	
Und abends noch mal um den Block	29	
Nachtschwärmereien	30	
Steuern, Steuern und Gebühren	32	
Wie Phönix aus der Asche		
Berlin als Überlebenskünstlerin - Arm aber sexy	34	
Heinz M. Zeller Mayer		
„Alles zu meiner Zeit“	36	
Interview mit dem Ehrenvorsitzenden	38	
125 Jahre Treue zur Zunft – Gasthaus Ebel – ein Gasthaus im Laufe der Geschichte	40	
Aus den Archiven – Interessantes, Amüsantes, Anekdotisches	42	
Die starken Partner des DEHOGA Berlin	46	
		<b>1. Herbert Beltle</b> Stellv. Vorsitzender Fachgruppe Gastronomie
		<b>2. Michael Zehden</b> Schatzmeister
		<b>3. Willy Weiland</b> Präsident
		<b>4. Michael Czernik</b> Kooptiertes Präsidiumsmitglied
		<b>5. Hans Eilers</b> Vizepräsident Vorsitzender Fachgruppe Hotellerie
		<b>6. Klaus-Dieter Richter</b> Vizepräsident Vorsitzender Fachgruppe Gastronomie
		<b>7. Nicolas Meißner</b> Stellv. Vorsitzender Fachgruppe Hotellerie
		<b>8. Lutz Freise</b> Stellvertretender Schatzmeister
		<b>9. Thomas Lengfelder</b> Hauptgeschäftsführer

# Grußwort

## Klaus Wowereit



**D**er Hotel- und Gaststättenverband Berlin e.V. feiert sein 125-jähriges Bestehen. Und ist doch jung und modern geblieben: Ich gratuliere herzlich.

Als die Vorläuferorganisation des DEHOGA Berlin im Jahr 1884 gegründet wurde, da schickte sich Berlin gerade an, zum führenden Industriezentrum zu werden. Die aufstrebende Metropole verzeichnete rasante Wachstumsraten. Berlin wurde zur Boomtown, zu einer Stadt des schnellen Erfolgs. Auch viele namhafte Persönlichkeiten der Gastronomie und des Hotelgewerbes zog es in jener Zeit um die Jahrhundertwende in die Stadt. Man denke nur an die Familie Kempinski, an die Brüder Aschinger, an Lorenz Adlon oder an die Erbauer des berühmten Hotel Kaiserhof.

Heute hat Berlin erfolgreich angeknüpft an diese große Tradition. Die Stadt hat seit dem Mauerfall einen enormen Boom erlebt. Der Tourismus ist zu einem wichtigen Wirtschaftsfaktor geworden. Allein im vergangenen Jahr zählte Berlin nahezu 18 Millionen Übernachtungen. Das war erneut ein Rekordergebnis.

Dabei punktet die Stadt vor allem mit ihrem unvergleichlichen Kulturangebot, mit ihrer reichen Geschichte und ihrer Architektur. Sie ist beliebt als Messe- und Kongressmetropole und zieht als Gastgeberin internationaler Sportereignisse wie in diesem Jahr der Leichtathletik-WM zahlreiche Gäste an.

Diesen Erfolg haben wir dem guten Zusammenwirken vieler Akteure zu verdanken. Dazu zählt auch der Hotel- und Gaststättenverband Berlin, der sich heute wie vor 125 Jahren erfolgreich im Interesse der Branche und für Berlin als ebenso gastfreundliche wie weltoffene Metropole engagiert. Als aktuelle Beispiele nenne ich nur den „Runden Tisch Tourismus“ oder unsere gemeinsamen Initiative „Service in the City“.

Nun fällt das Jubiläum des DEHOGA Berlin zwar in eine schwierige Zeit. Die weltweite Wirtschaftskrise macht auch vor Berlin und seinem Gastgewerbe nicht halt. Gerade jetzt kommt es deshalb darauf an, weiter intensiv an der touristischen Entwicklung Berlins zu arbeiten. Der Hotel- und Gaststättenverband ist hier ein verlässlicher Partner. Die richtigen Weichen sind bereits gestellt: Unsere Hotellerie und Gastronomie überzeugen nicht nur durch ein vielfältiges Angebot, sondern auch durch hervorragenden Service, hohe Qualitätsstandards und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Wir haben also guten Grund, zuversichtlich in die Zukunft zu blicken.

In diesem Sinne danke ich dem DEHOGA Berlin für die stets gute Zusammenarbeit und wünsche ihm und all seinen Mitgliedern weiterhin viel Erfolg am Standort Berlin.

# Grußwort

## Ernst Fischer



**H**erzlichen Glückwunsch dem Berliner Landesverband des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes zu seinem 125-jährigen Bestehen! Ein seltenes Ereignis, das einer herausragenden Würdigung bedarf. 125 Jahre DEHOGA Berlin – das sind 125 Jahre Einsatz für die schönste Branche der Welt.

Das Jubiläum fällt in eine für das Gastgewerbe nicht einfache Zeit. Viele Bereiche unserer Branche leiden unter den Auswirkungen der weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise. Doch Hotellerie und Gastronomie standen schon in der Vergangenheit vor großen Herausforderungen und haben sie gemeistert.

Auch das ausgehende 19. Jahrhundert war geprägt von großen gesellschaftlichen Veränderungen. Die Menschen brachen auf in eine neue Epoche, sie strebten nach sozialem Aufstieg und folgten dem Ruf der Versprechungen, dass das Leben unermessliche Schätze bereithalte. Das Gründungsjahr des Berliner Hotel- und Gaststättenverbandes war dabei ein ganz besonderes Jahr für Deutschland und für die Stadt selbst. Denn nicht nur der Reichstag feierte im Juni 1884 mit der Grundsteinlegung Geburtstag, auch unser erster Bundespräsident Theodor Heuss erblickte im gleichen Jahr das Licht der Welt.

Nach bewegenden Jahrzehnten ist Berlin 125 Jahre später erneut der Mittelpunkt Deutschlands. Architektonische Highlights, eine einzigartige Museumslandschaft, historische Stätten oder das pulsierende Nachtleben – mit fast 18 Millionen Übernachtungen ist die Metropole an der

Spree eines der meistbesuchten Ziele im nationalen und internationalen Städtetourismus. Und die Hoteliers und Gastronomen sind die Hauptleistungsträger.

Doch eines ist auch klar: Sie können nur erfolgreich sein, wenn die wirtschaftspolitischen und rechtlichen Rahmenbedingungen stimmen. Dafür macht sich der DEHOGA Berlin stark. Die komplizierten Verhandlungen mit den Alliierten nach Kriegsende, der Kampf für die liberalste Sperrzeitenregelung der Republik oder heute die Mitwirkung beim Runden Tisch Tourismus – der DEHOGA Berlin ist immer vorne mit dabei, wenn es darum geht, die Interessen der Branche lautstark und mit einer Stimme zu vertreten.

Dabei ist es dem Verband in bewundernswerter Weise gelungen, nach dem Fall der Mauer und der Wiedervereinigung die besonderen Bedürfnisse und Anliegen der Unternehmer aus Ost und West gleichermaßen zu berücksichtigen und erfolgreich zusammenzuführen. Hier beim DEHOGA Berlin wird sie gelebt – die deutsche Einheit!

Für sein vorbildhaftes Engagement zum Wohle der Branche gestern wie heute gilt dem DEHOGA Berlin mein allerherzlichster Dank. Ich wünsche allen Mitgliedern weiterhin viel Power, Freude und Erfolg beim Erreichen unserer gemeinsamen Ziele. Lassen Sie uns alle Potenziale nutzen, um die Zukunft von Hotellerie und Gastronomie zu sichern und das Ansehen unserer Branche zu fördern.

Ihr Ernst Fischer  
Präsident

Deutscher Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA Bundesverband)

# EDITORIAL

## Willy Weiland



**B**eständigkeit und Bewegung, Tradition und Zukunft – die Vielfalt unseres Metiers, der Hotellerie und der Gastronomie, ist der Motor für die Entwicklung des Berliner Tourismus-Marketing. „Service in the City“ als gemeinsames Projekt unseres Verbandes mit Partnerorganisationen, Politik und Verwaltung, ist mehr als ein Konzept, es ist eine Lebenseinstellung, die unseren Besuchern im Gedächtnis bleibt. Die Verbindung der unverwechselbaren Berliner Herz-mit-Schnauze-Mentalität mit einer an internationalen Maßstäben ausgerichteten Qualität und Vielfalt des touristischen Angebots zeichnet uns aus.

**D**er DEHOGA Berlin versteht sich als Global Player, aufgeschlossen gegenüber neuen Strömungen und Partnerschaften. Wir wollen, dass international renommierte Hotelketten in die Hauptstadt kommen – die Eröffnung des Großflughafens BBI ist hierfür ein wichtiges Signal. Wir unterstützen die

Stadt in ihrer Entwicklung zu einer internationalen Metropole als Sportstadt, als Kongress-Stadt, als Hauptstadt der Kultur und der Wissenschaften. Schon heute ist Berlin die am schnellsten wachsende Städtedestination in Europa, lebendig, dynamisch, trendy und hip, mit großer Tradition und wechselvoller Geschichte, so präsentiert sich die deutsche Hauptstadt der ständig steigenden Zahl von Besuchern aus dem In- und Ausland. Kultursuchende jeden Alters finden in Berlin unter anderem 175 Museen, viele interessante Ausstellungen und Galerien. Nicht nur Messen, auch drei Opernhäuser, mehr als 150 Theater und Bühnen machen Berlin zur Hauptstadt des Events. Auch bei jungen Menschen ist die Stadt Kult, die Clubszene gehört zu den meist angesagten Europas.

**D**er Hotel- und Gaststättenverband Berlin verfolgt mit wachem Blick die Herausforderungen und Anforderungen an

Hotellerie, Gastronomie und Stadtmarketing im 21. Jahrhundert. Unsere überaus erfolgreichen Initiativen wie „Runder Tisch Tourismus“, „Service in the City“ und die Umsetzung „WinterZauber Berlin“ zeigen unser Bekenntnis zum Standort Berlin. Die wachsende Bedeutung unserer Zunft, ihre Magnetrolle für Tourismus, vernetzte Strategien und ein unverwechselbares Profil Berlins weltweit bedeuten für den DEHOGA Berlin auch hohes Engagement innerhalb des Verbandes. Der Professionalität unseres Servicenachwuchses und damit einer qualitativ hochwertigen Aus- und Weiterbildung kommt im internationalen Vergleich zunehmend Bedeutung zu.

**L**assen Sie uns auch weiterhin die Zukunft aktiv und kreativ gestalten – die Vergangenheit hat gezeigt, dass wir gemeinsam viel bewegt haben und noch weiterhin bewegen können. Ich zähle auf Ihre Mitarbeit!

# DEHOGA Berlin

## Leistungen, Schwerpunkte, Selbstverständnis

### Von Hauptgeschäftsführer Thomas Lengfelder

**D**er Hotel- und Gaststättenverband Berlin e.V. (DEHOGA Berlin), Mitglied im Deutschen Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA Bundesverband), ist für die gastronomischen Einrichtungen in der Hauptstadt Wirtschaftsverband, Arbeitgeberverband und moderner Dienstleister in einem. Als Interessenverband des mittelständisch geprägten Hotel- und Gaststättengewerbes fungiert der DEHOGA Berlin als Sprachrohr in den Bereichen Politik, Verwaltung, Presse und Öffentlichkeit.

**D**ie Mitgliedschaft basiert auf Freiwilligkeit – manche Betriebe sind schon seit mehr als 40 Jahren dabei und profitieren von den Angeboten und Leistungen des Verbandes. Dazu gehören

Rechtsberatung bei juristischen Fragen, ein geschlossener Internetbereich für die Mitglieder, aktuelle und Hintergrundinformationen im Verbandsmagazin hogaspiegel, die aktive Teilnahme an Erfahrungsaustauschgruppen sowie die Vergabe von Qualitätssiegeln wie die „Deutsche Hotelklassifizierung“.

**D**arüber hinaus erhalten die Mitgliedsbetriebe Vergünstigungen und Sonderkonditionen bei einer Vielzahl von Dienstleistern sowie eine umfassende Beratung in wirtschaftlichen Fragen unter Einbindung der Partner des Verbandes. Einen besonderen Fokus richtet der DEHOGA Berlin auch auf seine Aktionen im Bereich Aus- und Weiterbildung mit zahlreichen Seminarangeboten sowie fundierten Informationen rund um das Berufsfeld Gastronomie und Hotellerie.

**I**n der Öffentlichkeit ist der DEHOGA Berlin mit verschiedenen Marketingaktivitäten präsent. Dazu gehören zum Beispiel der „WinterZauber Berlin“ oder der Wettbewerb um die beliebteste Außengastronomie, „the sunny side of berlin“. Seit Februar 2004 findet auf Initiative des DEHOGA Berlin regelmäßig die Veranstaltung „Runder Tisch Tourismus“ unter ständiger Teilnahme des Regierenden Bürgermeisters von Berlin, Klaus Wowereit, statt. Die teilnehmenden hochrangigen Vertreter des Berliner Dienstleistungssektors setzen sich intensiv mit dem Thema Wirtschaftsfaktor Tourismus auseinander. Ihre Arbeit ist von Anfang an geprägt von Vertrauen, Kooperation und Effizienz. Gemeinsames Ziel ist, den Tourismus in der Stadt zu fördern und die Stadt, da wo nötig, noch attraktiver zu machen. ■



## Jetzt und in Zukunft „Wir haben noch viel vor“

**B**erlin im flirrenden Sommerlicht, vor den Terrassen der Freiluftrestaurants plätschern Havel oder Spree, große Linden und Kastanien bewegen sich leise rauschend im Sommerwind – und dazu eine Berliner Weiße – was kann es Schöneres geben! Der alljährliche Wettbewerb „the sunny side of berlin“ eröffnet den Gartenlokalen die Chance, sich vorzustellen und gibt den Gästen einen Leitfaden für die Oasen Berlins an die Hand – nur eine der vielfältigen und phantasievollen Marketing-Initiativen, die aus dem Zusammenwirken verschiedener Tourismus-Experten unter der Federführung des DEHOGA Berlin entstanden sind.

„Warum kommt man nach Berlin? – Zum einen, weil man muss, zum anderen, weil man will“, pointiert DEHOGA-Berlin-Schatzmeister Michael Zehden. Den

unverwechselbaren Charakter Berlins als Ziel Geschäfts- und Privatreisender zu festigen und auszubauen, ist denn auch Kern des Destinationsmarketings, das die vielfältigen Aspekte der Hauptstadt in attraktive touristische Angebote verwandelt: Von Highlights im Kongress- und Kulturgesehen übers Shopping bis zur Freundlichkeitsoffensive – der Ideenpool ist noch lange nicht ausgeschöpft. „Gemeinsam sind wir stark“ – dieses Motto verkörpert der Runde Tisch Tourismus mit seinen Protagonisten DEHOGA Berlin, Berlin Tourismus Marketing GmbH (BTM), Berlin Partner GmbH sowie den Berlin Partnerhotels e. V. und dem Senat der Stadt Berlin.

**F**ür Privat- und Vergnügensreisen-ende ist der „WinterZauber“ konzipiert, eine Imagekampagne, für die der DEHOGA Berlin als maßgeblicher

Impulsgeber zeichnet, die Organisation liegt in Händen der BTM: Weltweit wirbt Berlin für seine Attraktionen in der kalten Jahreszeit mit exklusiven Shopping-, Gastronomie- und Kulturadressen. Dass da die Freundlichkeit der Gastgeber eine große Rolle spielt, versteht sich von selbst: „Herz mit Schnauze“, in enger Zusammenarbeit mit dem Senat der Stadt Berlin ins Leben gerufen, hat vornehmlich Angestellte in öffentlichen Diensten im Visier: Berliner Busfahrer etwa, deren Mundwerk weit über die Grenzen Berlins hinaus einen legendären Ruf genießt, erlernen in Schulungen die Kombination ihrer erfrischenden Unmittelbarkeit mit gastfreundlicher Hilfestellung für den Reisenden, der verzweifelt die nächste Linie zum Bahnhof Zoo sucht. Die nach einem aufregenden Hauptstadtbesuch Heimgekehrten mögen des Lobes voll sein über den originellen und zugleich so liebenswerten Berliner.

**B**ei aller Originalität freuen Touristen sich natürlich auch über viele kleine Zeichen der Aufmerksamkeit wie Ruhebänke, aussagekräftige Beschilderungen, saubere Gehwege und dergleichen mehr. Unter dem Label „Service in the City“ inspizieren daher hochrangige Vertreter von Senat, IHK und Gremien

– darunter Berlins Regierender Bürgermeister Klaus Wowereit, DEHOGA-Berlin-Präsident Willy Weiland und DEHOGA-Berlin-Schatzmeister Michael Zehden die Tourismuszentren Berlins auf gemeinsamen Spaziergängen. Könnte dieses Viertel mehr Grün, mehr „Ruheinseln“ vertragen, jenes eine lebhaftere Gastronomie? Ein geplantes Gäste-Verwöhnprojekt von „Service in the City“ ist die City-Taxe: Der erlebnishungrige Gast nutzt die Berliner Taxis für sein Sightseeing, erfährt vom Fahrer vielleicht noch ein paar skurrile Anekdoten und zahlt all inclusive mit seiner Hotelrechnung.

**E**rleben, genießen, Neues erfahren, alles spiegelt sich in den Tourismus-Konzepten der Hauptstadt: Die historischen Stadtrundfahrten eröffnen den Blick auf Berlins aufregende Vergangenheit, sensibilisieren für die Wunden dieser Stadt und den unverwüthlichen Wiederaufstehcharakter der Berliner. Immer neue Gastronomie-Konzepte locken Touristen in die Stadt und die Kongresse, Messen und Sportevents haben internationales Flair. Speziell für Gourmets sind Formate wie „Berlins Best“ und „Berliner Meisterköche“ entwickelt worden. Mit „Berlins Best“ haben sich fünf Berliner Spitzenköche

zum Gourmet-Caterer zusammengetan. Der alljährliche Wettbewerb „Berliner Meisterköche“ ist eine Initiative von Berlin Partner GmbH in enger Kooperation mit dem DEHOGA Berlin: Es gilt, die regionale Küche ins Licht der internationalen Aufmerksamkeit zu rücken.

**B**erlin – Kongress-Stadt der Zukunft. Internationalen Rang haben heute die Berliner Großveranstaltungen in den Kongresszentren und den Sportarenen. Sei es im ICC im Westen Berlins oder im neuen Congresscenter im Osten am Alexanderplatz: Immer mehr Veranstalter aus den zukunftsweisenden Branchen entscheiden sich für die Hauptstadt. So lag im Jahr 2008 Berlin als Kongressstadt weltweit auf Platz Zwei. Große Medizin- und Technologiekongresse, aber auch Touristikmessen wie die ITB und Pow Wow ziehen internationales Fachpublikum an die Spree. Speziell für Fachbesucher aus der Touristikbranche etwa hat der BTM Partnerhotels e. V. das aus den USA stammende Konzept Pow Wow nach Berlin geholt – und mittlerweile Nachahmer auch in anderen Bundesländern gefunden. Aus dem Indianischen stammt der Begriff Pow Wow und bedeutet „zusammen sein, sich unterhalten“. In der Tourismusbranche versteht man darunter

das Miteinander von Machern, Anbietern, Einkäufern und Fachpresse.

**B**erlin als Metropole – ein Ziel, das untrennbar mit der Entwicklung von Hotellerie und Gastronomie verbunden ist. Und hierfür bedarf es eines starken, eines aufgeschlossenen, eines tatkräftigen Verbandes. Eigenschaften, die der DEHOGA Berlin oftmals bewiesen hat und stetig weiter kultiviert. Dass der DEHOGA Berlin auch an seinem 125. Geburtstag die Nase am Wind der Zeit hat, beweist sein Engagement für die Einbindung der jungen kreativen Gastronomie-Szene. Aber auch die internen Strukturen des Verbandes passen sich zunehmend den Gesetzen eines an Effektivität und Effizienz orientierten Unternehmens an: Mit der nachweislich fruchtbaren Ausschöpfung von Netzwerkstrukturen, dem Kultivieren von win-win-Optionen zugunsten eines gemeinsamen Ziels, sieht der DEHOGA Berlin auch seinen künftigen Aufgaben mit Erwartung entgegen.



# Fit für die Zukunft Ausbildung

## Fundiertes Wissen und Können von der Pike auf gelernt

Von **Gerrit Buchhorn, DEHOGA Berlin**

Die nächste Generation an Auszubildenden steht in den Startlöchern.

**F**achkräftemangel und demographische Entwicklung hinterlassen auch im Gastgewerbe ihre Spuren. Umso wichtiger ist die exzellente Ausbildung der Anwärter für eine Laufbahn im Hotel- und Gaststättenwesen. Dem DEHOGA Berlin steht hier sein Kooperationspartner, das OSZ-Gastgewerbe (Berufsschule), zur Seite.

**E**ine direkte Anlaufstelle im Verband ermöglicht die Bündelung der elementaren Strategien wie Kommunikation zwischen den an der Ausbildung Beteiligten, Inhalte, Prüfungsbedingungen, Azubi-Werbung mit dem Ziel, die Attraktivität der Ausbil-

dungsberufe im Gastgewerbe zu stärken. Es gilt, geeignete Kandidaten für das Gastgewerbe zu gewinnen und diese dann in der Branche entsprechend der jeweiligen Anforderungsprofile der Berufe auszubilden.

**A**uch die Berliner Jugendmeisterschaft als Landeswettbewerb in den sechs gastgewerblichen Berufen zeigt das Engagement des Verbandes für hochwertige Qualität in der Ausbildung. Der Wettbewerb gewinnt an Attraktivität und soll in Zukunft noch verfeinert werden. 2009 feiert der Wettbewerb bereits seinen 30. Geburtstag. Über allem steht unser Motto: Gute Ausbildung ist wichtig und spricht sich herum. Wir setzen uns dafür ein. ■

## Präsidium heute:

**Michael Zehden**



### „Berlin ist ständig in Bewegung!“

Sein Familienunternehmen Albeck & Zehden mit 11 Häusern hat es in den Olymp der 300 wichtigsten Hotelketten weltweit geschafft. Allein das legt Zeugnis ab für das Engagement und den Einfallsreichtum des 1956 geborenen Hotelmanagers und Schatzmeisters des DEHOGA Berlin.

Geburtsort Helsinki, Gymnasium und Lehre zum Groß- und Einzelhandelskaufmann in Hamburg, Einstieg in den Im- und Exporthandel seines Vaters, seit 1980 Wahlberliner. 1988 Einstieg ins Hoteliers-Metier: Sein Sinnen und Handeln fokussiert er auf die Vernetzung aller am Berlin-Tourismus und der Wirtschaftsentwicklung beteiligten Organisationen: „Nur wenn der Tourismus- und Wirtschaftsstandort Berlin boomt, profitiert auch das Hotelgewerbe“. Michael Zehden ist Mitbegründer des BTM Partnerhotels e. V., Vorsitzender des Aufsichtsrates der Berliner Flughafengesellschaft mbH BFG, Aufsichtsratsmitglied der Flughafen Berlin Schönefeld GmbH und Aufsichtsratsvorsitzender der Berlin Tourismus Marketing GmbH und er wünscht sich, „dass die inzwischen hervorragende Vernetzung unter den einzelnen Institutionen noch lange nahrhaft bleibt und weiter gedeihen kann“.



seminare. für die gastgeber berlins

# Weiterbildung und Qualifizierung

**Q**ualifizierte Fach- und Führungskräfte sind das wichtigste Kapital eines Unternehmens. Eine schöne Fassade nützt nichts, wenn die Beschäftigten nicht über das entsprechende Know-how verfügen.

**E**in Unternehmen, das langfristig erfolgreich sein will, wird daher in das sogenannte Humankapital, sprich in die Weiterbildung der Mitarbeiter investieren. Diese Grundsätze gelten auch für einen modern geführten Verband wie den DEHOGA Berlin bzw. für seine Mitgliedsbetriebe. Denn Hotellerie und Gastronomie leben in höchstem Maße von der Qualifikation ihrer Mitarbeiter und damit der Servicequalität gegenüber den Gästen.

„DEHOGA Berlin Seminare“ wurde und wird als Marke & Serviceleistung des Verbandes seit Mai 2008 noch stärker ausgebaut und an die Bedürfnisse der Mitglieder bzw. Mitgliedsbetriebe angepasst. Von der Existenzgründung bis zur Prüfungsvorbereitung für Auszubildende bietet der Verband den Betrieben wertvolles



Know-how. Auch maßgeschneiderte Seminare für Einzelunternehmen gehören zur Dienstleistung des Verbandes für seine Mitglieder. „Aus der Praxis für die Praxis“ ist die Leitlinie bei der Verpflichtung der Referenten. Jeder unserer Trainer hat bereits selbst

im Gastgewerbe gearbeitet und kann auf einen entsprechenden Erfahrungsschatz zurückgreifen.

**F**ür Berlin als Tourismusdestination ist diese Investition in Bildung ein Plus: Hohe Servicequalität im Gastgewerbe trägt zum guten Ruf der Stadt als Reiseziel bei. ■

# BTM

## Gastronomie und Hotellerie als Wirtschaftsfaktor

**Von Burkhard Kieker,  
Berlin Tourismus Marketing GmbH**

### **Hotels und Restaurants sind der Motor der Stadt**

Berlin lebt vom Tourismus. Der Hotel- und Gaststättenverband, die ehemalige Hotel- und Gaststätteninnung bündelt und entwickelt seit nunmehr 125 Jahren die Geschicke eines der inzwischen wichtigsten Wirtschaftszweige der Stadt. Dass dieser Fortschritt – insbesondere in den letzten Jahren – möglich war, ist vor allem dem Fall der Berliner Mauer zu verdanken.

**D**enn mit diesem Glücksfall der Geschichte am 9. November 1989 hat für Berlin eine neue Zeitrechnung begonnen, deren markanteste Daten die Wiedervereinigung Deutschlands 1990,

die Hauptstadt-Entscheidung 1991 und der Umzug von Regierung und Parlament in die ehemals historische Mitte der Stadt sind. Diese Meilensteine waren und sind noch immer bestimmend für die Anziehungskraft, die die Stadt auf Menschen aus aller Welt ausübt und das Image von positiver Energie, kultureller Kreativität, geschichtsträchtiger Patina und multikultureller Vielfalt bestimmen.

**B**erlin, im Herzen Europas, war und ist von jeher ein zentraler Ort für Reisende aus aller Welt. Der Potsdamer Platz der dreißiger Jahre war der verkehrsreichste Platz Europas. Hier stand auch die erste Verkehrsampel, die heute als Replik an dieser Stelle erneut zu bewundern ist. Das Areal spiegelt den Auf- und Umbruch der gesamten Stadt wider. Geographisch liegt Berlin nach der Wiedervereinigung an der Schnitt-

## Präsidium heute:

**Klaus-Dieter Richter**



### **„Wer nicht dabei ist, ist selber Schuld“**

Ein Gastronom reiner Prägung und ein Mann, der das starke Band gemeinsamer Interessen zu würdigen weiß: Klaus-Dieter Richter, Vizepräsident DEHOGA Berlin, Jahrgang 1956, vertrat bis 2002 als Bezirksmeister die Interessen des HOGA Spandau, seitdem firmiert er als Vizepräsident und Vorsitzender für den Fachgruppenbereich Gastronomie des DEHOGA Berlin. Er ist Mitglied der IHK-Vollversammlung sowie des Tourismus-Ausschusses der IHK, und er beurteilt als Prüfungsmeister das Können der Köche und Küchenmeister. Der gelernte Koch mit Küchenmeisterbrief (1986) ist in insgesamt 36 Berufsjahren 26 Jahre in eigenen Familienbetrieben tätig. Seine Stationen führten ihn in angesehene Häuser in Berlin, Saarbrücken sowie Nancy/Frankreich. Sein Hauptaugenmerk in der Verbandstätigkeit legt er auf den DEHOGA Berlin „als Sprachrohr der gesamten Branche“. Denn der Verband „wird in naher Zukunft auch der Szene und den jungen Kreativen eine Heimat bieten“.

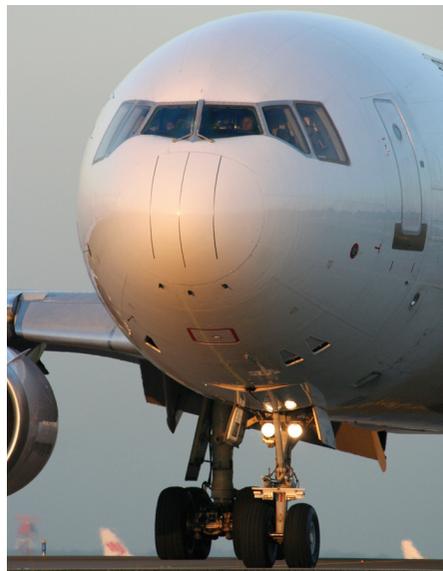
stelle zwischen Ost und West in Europa und zieht täglich viele Besucher an. Berlin war schon immer eine Reise wert. Diese Botschaft hat sich in den letzten 15 Jahren weltweit durchgesetzt, und spätestens mit der erfolgreichen Fußballweltmeisterschaft 2006 hat sich die Stadt auf der internationalen touristischen Landkarte fest verankert.

**D**ie Zahlen des Rekordjahres 2008 sprechen für sich: 17,77 Millionen Übernachtungen aus dem In- und Ausland. Der Anteil der internationalen Gäste am Gesamtaufkommen stieg auf 39,6 Prozent. Insgesamt reisten von Januar bis Dezember 7,9 Millionen Hotelgäste aus dem In- und Ausland in die deutsche Hauptstadt. Das entspricht einem Plus von 4,2 Prozent. Dass sich Berlin in Europa nach London und Paris den dritten Platz im Städtetourismus erarbeitet hat, ist sicher der Angebotsvielfalt dieser Stadt zu verdanken. Vor allem aber ist es dem touristischen Dienstleistungsgewerbe mit seinen mehr als 250.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu verdanken, die ihre Aufgabe jeden Tag aufs Neue zum Wohl unserer Gäste wahrnehmen.

Heute verfügt Berlin über die modernste Hotellandschaft Europas. Den Gästen stehen mehr als 650 Beherbergungsbetriebe zur Auswahl. Ob Edelquartier

oder Low Cost Home, Pension garni oder mit Vollverpflegung – alle Häuser bieten den Besuchern während ihres Aufenthalts ein ganz eigenes und spezielles Heim in der Spreemetropole.

### **Gastronomie – Ein Dutzend Sterne leuchten in der deutschen Hauptstadt**



Erinnern wir uns an die achtziger Jahre: Berlin-Besucher hatten vielleicht zwei bis drei Restaurants mit legendärem Ruf zur Auswahl. Heute hängt der Restoranthimmel über Berlin voller Sterne. Auch dieses Angebot lockt viele neue Besucher in die Stadt. Pars pro toto sei das Hotel Adlon erwähnt, das als einziges Hotel der Welt über drei Restaurants mit je einem Stern verfügt. Hotellerie und Gastronomie sind somit einer der Motoren des Berlin-Tourismus.

### **Wie gestaltet sich die Zukunft?**

Im Schulterschluss mit dem DEHOGA Berlin und allen touristischen Leistungsträgern ist unser vorrangiges Ziel, die Steigerungsraten und die Qualität auch zukünftig auf gutem Niveau zu halten. Dies wird im Hinblick auf die vielen geplanten neuen Häuser keine einfache Aufgabe, denn die globale Wirtschaftskrise ist in Besucherrückgängen einzelner Märkte bereits zu spüren. Dem Berlin-Tourismus steht jetzt eine schwierige Phase bevor. Die Stadt verfügt mit ca. 100.000 Betten bereits heute über mehr als New York. Wir alle warten sehnsüchtig auf den Start des neuen Flughafens, um uns endlich einen zentralen Platz im weltweiten Netz zu sichern und die Stadt damit für neue Märkte schneller erreichbar zu machen.

**A**ber Berlin hat mit seinem exzellenten Preis-Leistungs-Verhältnis auch einen großen Vorteil, der zukünftig unter dem Arbeitsbegriff „Value for money“ international kommuniziert wird. Die Stadt hat das Potenzial, sich immer neue kreative Ressourcen nutzbar zu machen und verfügt damit über einen Attraktivitätsbonus, den wir gemeinsam mit unseren Partnern in die Welt tragen. Auch zukünftig werden wir unseren Gästen Berlin als „The Place to be“ ans Herz legen!



# Ich hab' noch einen Koffer in Berlin

**Von Gerhard Buchholz,  
Berlin Tourismus Marketing GmbH**

## **Berlin hat Platz für viele Koffer**

**M**ythos Berlin – so hieß eine Ausstellung in den achtziger Jahren. Berlin ist schon immer ein Kultort gewesen. Der legendäre Ruf der Stadt hat sich in den geschichtlichen Dekaden stets neu definiert und sich selbst transformiert. Die dadurch freigesetzte Energie zieht die Menschen magisch an.

**D**as erklärt auch, warum der Tourismus diesen Stellenwert für die Stadt hat. Die Menschen kommen mit den unterschiedlichsten Motiven nach Berlin. Berlin atmet Kunst – Berlin ist die Stadt der Künste, der Künstler und der Museen. Berlin setzt Trends. „Create Berlin!“ heißt das Netzwerk der jun-

gen Kreativen in Berlin. Es könnte das Motto ganz Berlins sein. Die Metropole zieht junge Menschen und Kreative magisch an. Mode und Design, zeitgenössische Kunst und Galerien, Club- oder Multimedia-Szene bieten hier in jeder Hinsicht den „State of the Art“. Jede Woche ein neuer Club. Alle 24 Stunden eine neue Inlocation. Die Szene scannt jeden Quadratmeter ab und wandert – schnelllebig wie die Stadt selbst – zum nächsten Event. In Berlin inspiriert das Unfertige, die Aufbruchsstimmung und die stetige Veränderung. Visionäre Architekturentwürfe wechseln sich mit funktionalen Wohngebäuden, wiederbelebte Industriebrachen mit edlen Shoppingmeilen ab. Vor allem in Sachen innovative Mode ist Berlin der Trendsetter Europas. Leadmessen und temporäre Laufstege an ausgefallenen Orten laden zur Inspiration ein. Berlin,

der Ort, wo die Geschichte Menschen bewegt. Die Spuren der Geschichte sind in Berlin besonders tief. Hier ist die Geschichte mit dem Pflug durch das Stadtbild gefahren, wie eine brachial gezogene Furche erstreckte sich der ehemalige Todesstreifen als einstige Grenze zwischen Ost und West. Die Menschen, die nach Berlin kommen, möchten temporärer Teil dieser Entwicklung sein, Orte besuchen und den Zeitgeist spüren. Viele kommen wieder, einige bleiben für immer und bringen mehr als nur einen Koffer mit.

**U**m diesen Sog zu nutzen, werden die Angebote täglich erweitert, neue Veranstaltungsorte und Formate entwickelt und der Service für die Gäste optimiert. Die Stadt muss aber auch zukünftig immer wieder neue Besuchsanreize bieten, innovativ, wandel-

bar und anziehend sein. Das geplante World Wheel am Zoologischen Garten, die Entwicklung der MediaSpree, die 12. IAAF Leichtathletik-Weltmeisterschaften Berlin 2009™, die Eröffnung des Neuen Museums, die O2-World oder das 125-Jahre-Kurfürstendamm-Jubiläum im Jahr 2011 sind gute Beispiele dafür. Große Sport-events und Fanmeilen locken Gäste in die Stadt, der Flughafen,

der 2011 endlich eröffnet wird, sorgt für einen weiteren Schub, insbesondere im Messe- und Kongressgeschäft. Denn Berlin verfügt mit dem Internationalen Congress-Centrum Berlin (ICC) schon seit 30 Jahren über ein einmaliges Kongressgebäude. Der Messe- und Kongressstandort Berlin hat sich weltweit auf den zweiten Platz vorgearbeitet und sorgt für eine enorme touristische Wirtschaftsförderung.

In diesem Jahr feiern wir zum zwanzigsten Mal den Tag des Mauerfalls. Dies ist ein Jubiläum besonderer Art und sichert der Stadt mit ihrem Veranstaltungskanon wieder die Aufmerksamkeit der Weltöffentlichkeit.

Aber wie gesagt: Berlin hat noch Platz für viele Koffer! ■



## DEHOGA Berlin intern

# Wie ein starker Verband überzeugt

**D**as Zauberwort der Corporate Identity (CI) gilt in zunehmendem Maße auch für nicht gewinnorientierte Vereine und Verbände. In Zeiten des globalen Wettbewerbs steht die Unternehmensidentität für Glaubwürdigkeit und damit für Durchsetzungsstärke. Den Gedanken, „was wir nach außen kommunizieren, leben wir auch nach innen“, stellt der DEHOGA Berlin mit seinen Qualitätsoffensiven, den Events für seine Mitglieder und seiner Netzwerkarbeit stetig unter Beweis.

**A**llein ein Überblick über die Aktivitäten im Jahr 2008 zeigt die Bandbreite des Engagements für das Hotel- und Gaststättengewerbe. Den Startschuss gab der Neujahrsempfang im InterContinental Berlin, bereits kurze Zeit später folgten Gespräche mit der AG Tourismus der CDU/CSU-Bundes-

tagsfraktion, ein Pressefrühstück und Tarifverhandlungen. Bei den Berliner Jugendmeisterschaften, in deren Rahmen die Berliner Gastronomie und Hotellerie ihre Auszubildenden ins Rennen schickte, kürte die Jury im April unter 300 Bewerbern die jeweils Besten ihrer Fachbereiche im Roten Rathaus.

**D**er DEHOGA-Berlin-Fußball-Cup im Juni schaffte den ersten sportlichen Höhepunkt im Verbandsleben, der zweite im September 2008 erbrachte im Rahmen der DEHOGA Berlin Golf-Trophy je 1200 Euro zugunsten der Stiftung Kinderherz und der Berliner Gasthausmission. Zwischenzeitlich war die Berliner Gastronomie bei „the sunny side of berlin“ aufgerufen, sich ihren Gästen und deren Bewertungen zu stellen. Mehr als 20.000 Bewertungen auf speziellen Bierdeckeln führten zur Kür der schönsten Außengast-

ronomie. Dem Gewinner winkte der Goldene Sonnenschirm. Das Sommerfest im August auf der BBI-Großbaustelle (Großflughafen Berlin-Brandenburg International) förderte die Kontakte unter den Mitgliedern und zu den Netzwerkpartnern, zu denen unter anderem die Berlin Tourismus Marketing GmbH (BTM), der Verein BTM-Partnerhotels e.V. sowie die IHK (Industrie- und Handelskammer Berlin) und andere touristische Leistungsträger gehören: Tagungen und Kongresse, Städtetourismus, Jugend- und Sport sowie Events sind die tragenden Marketingsäulen in der touristischen Vermarktung Berlins. Unzählige Treffen der Bezirksmeister und kleinere Wirte-Stammtische vervollständigen die Aktivitäten im und rund um den Verband. Den festlich-besinnlichen Jahresabschluss bildete der „Winterzauber“ unter anderem mit dem „Kulinarischen Winterzauber. ■

# Case Study: WinterZauber Berlin



**B**erlin hat viele Gesichter – weiße Schneehauben auf den Spitzen der Bäume, die Berlins Straßen säumen und den Mittelstreifen teilen, überwältigender Lichterglanz in den Boulevards am Kurfürstendamm und Unter den Linden und der Duft nach Glühwein und kulinarischen Spezialitäten auf den Weihnachtsmärkten gehören in die vierte Jahreszeit, zum Wintergesicht Berlins.

## **Kunst, Kultur und Kommerz**

Die Marketing-Initiative „WinterZauber“ mit ihrer Special Edition „Kulinarischer Winterzauber“ ist die konsequente Umsetzung in ein höchst erfolgreiches Tourismuskonzept. Impulsgeber war Anfang des Jahrtausends der DEHOGA Berlin, der Senat der Stadt Berlin übernahm die Schirmherrschaft, die Berlin Tourismus Marketing GmbH (BTM) die Umsetzung, und unzählige Privatunternehmen aus

Kunst, Kultur und Kommerz bieten bis zum heutigen Tage ihre Leistungen zu ermäßigten Preisen an. Die Anzeigen und Prospekte für diese Imagekampagne werden weltweit gestreut. Ein Bravourstück einer gelungenen Public-Private-Partnership-Initiative.

**D**ie Eis- und Rodelbahnen am Potsdamer Platz reißen nicht nur die Kinder zu Freudenschreien hin, im Badeschiff Treptow ziehen Schwimmer ihre Bahnen im warmen Wasser, mit Blick auf die Spree und weißen Kältewolken um den Kopf. Verzauberte Berlin-Gäste erleben eine unvergessliche Lichterfahrt mit Glühweinstopp in nostalgischen Gefährten, und in den Stätten der Kultur lassen sich die Gäste Berlins in die Theater, Musik- und Museen-Welt mit ihren oft einzigartigen Exponaten entführen. Einkaufstempel wie das KaDeWe in der City West und

das Lafayette in der City Ost vertiefen noch den Metropolen-Charakter Berlins.

**B**ei all dem Erlebnishunger spielt die Berliner Gastronomie eine erhebliche Rolle. In liebevoll gestalteten Broschüren stellen sich seit nunmehr vier Jahren jedes Jahr neu jeweils 100 Restaurants ihren Gästen vor, offerieren Menüs von 10, 20, 30 und 40 Euro, und auch immer mehr Weihnachtsmärkte offenbaren den Berlin-Besuchern ihre Besonderheiten wie etwa der Chanukkamarkt am Jüdischen Museum oder der historische Weihnachtsmarkt inmitten der Geschichte atmenden Kulturstätten am Gendarmenmarkt. Die Gastfreundschaft einer ganzen Stadt hat sich für die Gastgeber schon mehr als bezahlt gemacht: 2004 und 2005 hat die Kampagne für jeweils 1,2 Millionen Hotelübernachtungen und 45 Millionen Euro Mehreinnahmen gesorgt. ■

# Gastgewerbe: Ein Spiegel von Gesellschaft und Kultur



## Ein Rückblick von der Gründung bis zum Jahr 1938

Im Herbst 1884 setzten 66 Gastwirte ein Zeichen: Die Gründung der Berliner Gastwirte-Innung spiegelte die wachsende Bedeutung dieses – im Vergleich zu anderen „Gewercken“ – noch recht jungen Gast- und Beherbergungsgewerbes. Die Bäcker hatten bereits 1272 ihren Interessenverband gegründet, die Fleischer im Jahre 1311. Das Gastgewerbe hingegen spielte bis ins 19. Jahrhundert hinein kaum eine Rolle. Die gesellschaftlichen Schichten trennten Welten.

## Von Volkes Belustigung zur gehobenen Geselligkeit

Vergnügte sich der Adel zu Zeiten des Großen Kurfürsten (1620 – 1688) vornehmlich bei Hofe oder in seinen Jagdschlössern längs der Spree, so

pflegte das gehobene Bürgertum den Umgang miteinander im häuslichen Bereich. Die Gaststätten an der Spree waren den Flussschiffen vorbehalten und nur bisweilen für ehrbare Bürger einen abenteuerlichen Ausflug wert.

Ein wenig änderte sich die Szenerie bereits bei Friedrich I, dem Sohn des Kurfürsten Friedrich Wilhelm I von Brandenburg. Friedrich I, der sich 1701 selbst die Krone aufs Haupt setzte und seitdem als König in Preußen firmierte, liebte den Luxus und besaß eine frankophile Ader – eine deutsche Liebe, die einige Generationen später bei seinem Enkel Friedrich II (Friedrich der Große) zum Bau des Schlosses Sanssouci führte. Unter Friedrich I wuchs zunächst der internationale Geschäftsverkehr. Es entstanden Gaststätten nach französischem Muster, in denen Gäste aus dem Ausland und ihre

Pferde und Wagen Unterkunft fanden. In den Schankräumen entstanden die ersten Stammtische von Bürgern und Handwerkern.

Doch erst im 19. Jahrhundert nach der französischen Besatzung Preußens durch die Truppen Napoleons in den Jahren 1806 bis 1808 begann langsam der Aufschwung Berlins. Es entstand 1810 die Friedrich-Wilhelm-Universität (1949 in Humboldt-Universität umbenannt). Berlin baute seine Stellung als Manufaktur- und Industriestadt aus. Mit der Proklamation von König Wilhelm I von Preußen zum Deutschen Kaiser im Jahre 1871 wurde aus der preußischen Hauptstadt die Hauptstadt des Deutschen Reiches. Gesellschaftliche, kulturelle und Geschäftsreisen gewannen weiter an Bedeutung, und damit wuchs auch das Hotel- und Gaststättengewerbe rasant.

*„Berlin soll zu einem  
begehrten Ziel für  
die reichen und vornehmen  
Besucher der  
Weltstädte werden.“*

Hotel  
Adlon

Lorenz Adlon

Die „Goldenen zwanziger Jahre“ stehen bis zum heutigen Tage für eine im Wachstums- und Vergnügungstaumel begriffene Zeit.

### **Hotels als Stätte der Eleganz, der Begegnung und des Wohlebens**

Die Gründung des Deutschen Reiches bedeutete zugleich auch eine neue Wirtschaftsepoche und einhergehend damit eine neue Gewichtung des Hotelwesens. Berlin kann getrost als Wiege der modernen deutschen Hotelindustrie bezeichnet werden. Ursprünglich bedeutete das Wort „Hôtel“ im französischen ein vornehmes Stadthaus im Stile eines Palais, zudem kannte man das Hôtel Dieu als Hospital und das Hôtel de Ville als Rathaus.

Im Jahr 1878, sieben Jahre nach der Reichsgründung und nach seinem eigenen Baubeginn, empfing das noch

junge Hotel Kaiserhof am Wilhelmsplatz die führenden Minister und Diplomaten im Rahmen des Europäischen Kongresses in einem sehr anspruchsvollen Ambiente. Wenige Jahre später, im Jahr 1905, kaufte Lorenz Adlon dem Grafen von Redern das Palais Unter den Linden 1 ab, um es abzureißen und an dieser Stelle ein Hotel zu bauen. Er kam damit wohl auch einem Wunsch Kaiser Wilhelm II nach, nämlich dass „Berlin endlich zu einem begehrten Ziel für die reichen und vornehmen Besucher der Weltstädte“ werden sollte.

Ihr Ziel haben Lorenz Adlon und Kaiser Wilhelm II in jenen Jahren erreicht: Viele russische Adlige machten auf ihren Reisen in den Westen regelmäßig Halt in Berlin, Familien von Rang und Namen aus Deutschland und Europa erkoren sich die Reichshauptstadt als Reiseziel, weil dies zum international guten Ton gehörte.

Die Berliner Hotels, darunter etwa das Grandhotel Esplanade, das Excelsior und der Fürstenhof, galten als die schönsten der Welt.

Mit der nationalsozialistischen Machtübergreifung im Jahr 1933 erlosch langsam das so rege gesellschaftliche Treiben. Auch das eigenständige Wirken der Innung unterstand jetzt politischen Reglements. 1938 unterzeichnete die Gastwirte-Innung zu Berlin und des Landkreises Teltow ihre neue Satzung, die sich „nach den Grundsätzen nationalsozialistischer Staats- und Wirtschaftsführung“ richten sollte. Im Krieg selbst wurde ein Großteil der Betriebe zerstört: Von 12 000 Gaststätten waren nur noch 1000 übriggeblieben, von einst 24 000 Betten in etwa 1700 Hotels und Pensionen nur noch rund 1500 Betten in etwa 400 Beherbergungsbetrieben. ■

# Berliner Legenden: „Schnell mal bei Aschinger ’nen Happen essen“

**Der Name Aschinger stand in Berlin für die „schnelle“ Gastronomie schlechthin. Der Schwabe Carl Aschinger eröffnete 1892 mit seinem Bruder die erste Kneipe des späteren Aschinger-Imperiums, damals des größten Gastronomieimperiums europaweit.**

**R**und 40 000 Gäste besuchten nach Beendigung des ersten Weltkrieges täglich die 80 Betriebe mit ihren 5000 Angestellten.

Wöchentlich wurden 1,1 Millionen Brötchen kostenlos

zur traditionellen Erbsensuppe mit Bockwurst an die Gäste verteilt. Der Spruch dazu: „Gleiches Gratis-Brötchen-Recht für alle“. Den Rekord stellte ein Student auf: 20 Brötchen und einen Topf Most- rich verdrückte er zum Bier, das hier einst 15 Pfennig kostete.

**I**n den „Goldenen Zeiten“ der 20-er setzte Aschinger sogar Austern auf die Speisekarte, seine Gäste tranken ihre Molle dazu, Sekt konnten sich die „kleinen Leute“ nicht leisten. Zu Aschinger gehörten aber auch die Hotels Fürstehof und Kaiserhof und die Vergnü-

gungsbetriebe Weinhaus Rheingold und Haus Vaterland. Im Zweiten Weltkrieg wurde ein Großteil der Betriebe durch Bomben zerstört.

**S**eine Schwieger- tochter Anneliese

Aschinger, die in den 20-ern hinterm Tresen bedient hatte, gründete nach dem Krieg die „Gesellschaft zur Wiederher-

stellung, Restaurierung und Erhaltung kulturhistorisch wertvoller Gebäude“. 1976 meldete das Unternehmen wegen extrem gestiegener Mieten Konkurs an. Noch 1990 wehrte sich Anneliese Aschinger vergebens gegen ein gleichnamiges Gasthaus am Kurfürstendamm, das mit ihrer Familie nichts zu tun hatte. Anneliese Aschinger starb 1993 im Alter von 89 Jahren.

*„Gleiches  
Gratis-Brötchen-Recht  
für alle“*



# Mauerfall und die Zeiten danach

# Ein Blick zurück mit Wehmut, Glück und Zorn

**D**as hätte sich am 9. November 1989 wohl niemand träumen lassen: 20 Jahre nach dem Fall der Mauer beherrscht Ostalgie das Land – eine Wortschöpfung eigens für das Gefühl der in Wehmut, bisweilen auch Rührseligkeit getauchten Erinnerung an vergangene Zeiten, das sich in der Nostalgie verbirgt. „Ostalgie – auf den Spuren des Ostens“ heißt denn auch ein komplettes Berlin-Programm der Berlin Tourismus Marketing GmbH, Netzwerkpartner des DEHOGA Berlin am „Runden Tisch Tourismus Berlin“.

**W**ie Phönix aus der Asche, erlebt Berlin direkt nach dem Mauerfall den Aufstieg zur Trend- und Boommetropole. Das Potenzial, das jahrelang brach gelegen hat, wird durch mutige und kreative Unternehmer aus der Gastronomie zum Leben erweckt.

Auf den Spuren des Gastgewerbes in Ost-Berlin galt der frühere Palast der Republik auch als zentrale Vergnügungsstelle fürs Volk. Der ausgehfreudige DDR-Bürger konnte hier ein Restaurant besuchen, auf der Bowlingbahn alle Zehne werfen oder live die beliebte Show „Ein Kessel Bunt“ miterleben. 1950 hatte die DDR-Führung das frühere Berliner Stadtschloss der Hohenzollern trotz internationaler Proteste gesprengt und an seiner Stelle später den Palast der Republik errichtet. Nach rund einem halben Jahrhundert rächt sich die Geschichte – im Jahr 2009, 20 Jahre nach dem Fall der Mauer, ist der verspiegelte DDR-Prunkbau wieder abgetragen, das Stadtschloss soll mit architektonischen Zitaten seiner Vergangenheit neu erwachen. Aber auch in den Mauern des Palastes der Republik verbarg sich manch' Wertvolles: Die historischen

Meissner Porzellanwandgestaltungen etwa standen 2007 zum Verkauf, „z. B. für Coffeeshop-oder Eisdielen-Konzepte“, wie die Allgemeine Hotel- und Gastronomiezeitung (AHGZ) in ihrer Ausgabe 17/07 trendbewusst schrieb.

## „Traumhafte Nächte im DDR-Kitsch“

Weiter östlich in der Karl-Marx-Allee, „Deutschlands einzigartigem Freilichtmuseum der Architektur des stalinistisch-neoklassizistischen Stils der 50-er Jahre“ (BTM Guide) erwarten den Ostalgiker im Café Sybille eine Ausstellung zur Stalinallee mit den Wohnpalästen für Werktätige, Lesungen und Konzerte. Ganz in der Nähe schwimmen noch andere Gewerbetreibende auf der Welle der verzuckerten Erinnerung: „Traumhafte Nächte im DDR-Kitsch“ titelte RP Online (Rheinische Post) am 21. Juni 2007. Am 1. Mai dieses Jahres

hatte das „Ostel“ am Berliner Ostbahnhof seine Pforten geöffnet. Das „DDR Design Hotel“ – ein ehemaliger Plattenbau – ist komplett im Stil des früheren Arbeiter- und Bauernstaates eingerichtet. Die Nächte durchzufeiern bietet sich in den nahe gelegenen Szenetreffs wie dem Berghain, dem KitKat oder dem „Café Moskau“ an. Sein Frühstück kann der noch leicht zerknitterte Gast dann – ganz im Stil einer modernen Business-Kooperation – im Restaurant Ossi-Hof gegenüber einnehmen: mit Essensmarken von der Rezeption des Ostels.

**F**ür die Bürger der DDR war das Essengehen nicht ganz so lustig. Selbst in praktisch leeren Restaurants prangte auf den Tischen das Schild



„Reserviert“, auch zu lesen als „Hinsetzen verboten“. Schon beim Betreten der Gaststätte empfing den Gast die Order: „Sie werden platziert“. In DDR-Zeiten hatte diese Gepflogenheit schnöde wirtschaftliche Gründe, der Mangel machte sich überall bemerkbar, in Nahrungsmittelressourcen, technischer Ausstattung und Personal.

### „Hamwanich“

Im reinsten Berlinerisch mimt der Kabarettist Dieter Hildebrandt einen Kellner in einem Ost-Berliner Fischrestaurant, der dem jungen Pärchen Ede Meier und Freundin Lore, den einzigen Gästen im Restaurant, bei jeder ihrer Bestellungen ein „Hamwanich“ entgegen schleudert. Die 1986 gedrehte Spielfilmkomödie „Meier“ nimmt kurzweilig ironisch Systemmängel hüben wie drüben aufs Korn und wurde u. a. mit dem Ernst-Lubitsch-Preis ausgezeichnet. Nach der x-ten Nachfrage von Ede und Lore nach dem nächsten Gericht auf der Karte reißt Kellner Hildebrandt der Geduldsfaden: „Frajn Se nich, wat wir ham, bestelln Se, wat Se wolln“.

**D**ie Komödie spiegelte die bittere Realität, frischer Fisch war Mangelware in der DDR, dafür gab



es Soljanka und Weißkrautsalat. Den Offiziellen trieb solch ärmliche Ausbeute allerdings die „Schamesröte ins Gesicht“ – so das Abendblatt in seiner Reportage „Zerknitterte Servietten, kaltes Essen und Tangolicht/Ost-Berliner Hotel- und Gaststättenwesen kritisiert Lokale“ vom 9. Oktober 1970.

**E**ine Führungsgruppe von Mitarbeitern des Ost-Berliner Hotel- und Gaststättenwesens hatte eine Kontrollfahrt unter Leitung des Stadtrats für Handel und Versorgung unternommen und musste seinen ausländischen Gästen im Renommierlokal Moskau ein „billiges Nachtprogramm“ präsentieren – außerdem servierte das Moskau schon nach 15 Uhr keine warmen Speisen mehr. So hatten sich die Partei-Oberen den „neuen sozialistischen Stil in der Gastronomie“ nicht vorgestellt.

### **Mit den Ureinwohnern schwinden die Traditionen**

Heute, 20 Jahre später, hat der anfangs noch vorsichtige Stoßseufzer, „aber es war doch nicht alles schlecht“, einem neuen Selbstbewusstsein im Retro-Stil Platz gemacht: „So gut wie unsere Currywurst in Ost-Berlin“, sagt eine Imbissbudenbesitzerin, „kriegen die das hier in West-Berlin nicht hin.“ Gerade im Seneviertel Prenzlauer Berg trauern die Alteingesessenen, die der sogenannten Gentrifikation noch nicht gewichen sind, beschaulicheren Zeiten hinterher. Gentrifizierung im besten Soziologendeutsch bedeutet die gesellschaftliche Aufwertung eines Stadtteils durch Zuzug einer urbanen Oberschicht. Mit den „Ureinwohnern“ schwinden auch deren Traditionen. Und zu denen gehört auch die gute alte Eckkneipe. Gerade hat in der Greifswalder Straße, so Spiegel Online am 16.11.08 in seiner Reportage „Sushi statt Schnaps, Brunch statt Bulette“, die Escobar mit falschen

Palmen und wuchtigen Ledercouches eröffnet. Früher hieß die Lokalität Schöbs, und Alt-Anwohner André Voigt, 43, trauert laut Spiegel schöneren Zeiten hinterher: „Nachdem der Besitzer gewechselt hat, war ick nur noch einmal drin, früher war’s da jemütlicher.“ Voigt ist der Wirt des Willy Bresch, einer Berliner Eckkneipen-Institution seit mehr als 40 Jahren. „Die Yuppiesierung eines ehemaligen Arbeiterviertels“, so Spiegel Online, fordere ihren Tribut, „im ehemaligen Choriner Krug kaufen junge Mütter heute Kinderbücher, in der einstigen Handwerkerkneipe Laterne gib’t Fotos für Bewerbung und Business.“ „Die Kneipe mit Herrngedeck wird es bald nicht mehr geben“, zieht Klaus-Dieter Richter, Vizepräsident des DEHOGA Berlin, Bilanz: „Die Wirte müssen sich neue Geschäftsfelder erobern.“ ■



## Präsidium heute:

Thomas Lengfelder



# ... und plötzlich ging die Mauer auf! 20 Jahre Mauerfall

**D**er Mauerfall am 9. November 1989 markiert für Berlin eine beispiellose Wende. Insbesondere die Berlinerinnen und Berliner erinnern sich heute noch gut an die aufwühlenden Wochen im Herbst 1989. Es ist nur wenigen Menschen gegeben, ein historisches Ereignis solcher Dimension staunend und ganz persönlich nah erleben zu dürfen. Unvergesslich und immer wieder gut für eine Gänsehaut sind die Bilder von der Bornholmer Brücke, als die Schranke den Menschenmassen nicht mehr standhielt und geöffnet wurde. Dieser Moment markierte nicht nur das Ende des Kalten Krieges, der Teilung Europas, sondern vor allem das Ende der unnatürlichen Teilung Berlins.

Die Menschen auf beiden Seiten der Mauer bekamen je eine Stadthälfte zur Entdeckung geschenkt und machten davon staunend Gebrauch. Endlich konnte zusammenwachsen, was zusammengehörte, und das geschah in rasantem Tempo. Denn wer hat heute noch

eine Vorstellung von den Brachen am Potsdamer Platz und anderswo, wer kann heute noch sicher den Mauerverlauf bezeichnen?

**B**erlins Aufstieg zur angesagten Boom- und Trendmetropole übertraf die Erwartung auch der Skeptiker. Wo sonst hatten Architekten die Möglichkeit, das Herz einer Stadt neu zu gestalten, konnten junge Künstler und Galeristen Freiräume besetzen, durfte die Loveparade eine politische Demonstration sein, boten sich Investoren so traumhafte Möglichkeiten. Nicht einmal rheinische Traditionswirte oder motzige Laubenzieper konnten sich diesem Sog widersetzen.

Heute gibt es keine namhafte Werbeagentur, die nicht in Berlin präsent ist, Hotelketten übertrumpfen sich mit Spitzenhäusern, Weltmarken positionieren ihre Flagstores, Stars, Sternchen, Künstler und Lebenskünstler zieht es nach Berlin. Berlin zeigt der Welt nicht nur zur Fußball-WM ein zauberhaftes, entspanntes, neues Deutschland. ■

### „Verbot her, Problem weg, funktioniert nicht“

Mit stattlichen 125 Jahren Verbandshistorie im Rücken, richtet der Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Berlin den Blick stets nach vorn, „wir sind ein moderner, junger Verband“. Seit seiner Ernennung zum Hauptgeschäftsführer scheut der Hotelmanager keine Auseinandersetzung, um für die Mitglieder seines Verbandes optimale Geschäftsbedingungen zu schaffen. 1959 geboren, arbeitete Lengfelder im In- und Ausland und leitete zuletzt von 1995 bis 2006 als Managing Director das Hotel Berlin am Lützowplatz, fünftgrößtes Hotel in Deutschland. Seit 2007 setzt sich Thomas Lengfelder für die Belange und Interessen der Hotellerie und Gastronomie ein: Nichtraucherschutzgesetz, Smiley System, HACCP, Alkoholpolitik, Jugendarbeitsschutzgesetz, Bürokratieabbau, Rundfunkgebühren und natürlich das Ziel der Mehrwertsteuerreduzierung sind heute seine Themen. Diverse Verbote, zum Beispiel Heizpilze, Tabak- und Alkoholwerbung auf Sonnenschirmen, gefährden laut Lengfelder massiv den Fortbestand einiger Betriebe. „Das Motto: Verbot her, Problem weg, funktioniert nicht.“



# *berlin - a moveable feast*

## Clubkultur zwischen Illegalität, Kunst und Kommerz

Feiern bis zum Sonnenaufgang und darüber hinaus – dafür sind die Berliner Clubs seit Anfang der 90-er bekannt. WMF, Tressor, E-Werk sind die bekanntesten Namen, die einen Musikstil und ein Jahrzehnt prägten. Angefangen hatte alles im Brachland um den Potsdamer Platz, wo nach dem Fall der Mauer partywütige junge Menschen anfangen, leer stehende Gebäude zu Tanzschuppen umzufunktionieren. Natürlich ohne vorher Genehmigungen einzuholen oder sich an Auflagen zu halten. Trotzdem – oder gerade deshalb – schrieben sie sich in die Kulturgeschichte des Jahrzehnts ein.

Inzwischen ist die Club-Karawane weitergezogen und hat den Potsdamer Platz den Shopping Malls und Multiplex-Kinos überlassen. Ihr neues Zentrum befindet sich heute zwischen Alexanderplatz und Oberbaumbrücke entlang der Spree. Das britische Fachmagazin „DJ Mag“ hat im April

gleich zwei dieser Clubs in seine Top 10 der besten Clubs der Welt aufgenommen – das Berghain, den Techno-Tempel am Ostbahnhof, sogar auf Platz 1. Auf Nummer 8 steht das Watergate an der Oberbaumbrücke.

Der Musikjournalist Tobias Rapp beschreibt die Berliner Konstellation von „Brachflächen, Leerstand und immer noch billiger Miete“ als Nährboden für eine blühende Szene. Die Zeiten der Illegalität sind zwar vorbei, aber viele der Clubs und Bars haben nur Zwischennutzungsverträge und handeln sich von Vertrag zu Vertrag. Das ist zwar manchmal lästig, führt aber dazu, dass man in spektakulären Locations wie Heizkraftwerken, Bunkern oder Tresorräumen tanzen gehen kann.

Clubs stellen einen nicht zu unterschätzenden Wirtschaftsfaktor in der Stadt

dar. Einer Studie der Berliner Club Commission – einem Zusammenschluss von Clubbetreibern und Partyveranstaltern – zufolge betrug der Jahresumsatz der Clubs 2005 zirca 170 Millionen Euro – Tendenz steigend. 8 000 Menschen arbeiteten 2005 in der Branche; das sind ungefähr genauso viele, wie die Telekom oder die Deutsche Post in der Stadt beschäftigen. Eine Befragung der Berlin Tourismus Marketing GmbH kam zu dem Ergebnis, dass Ausgehen nach Museumsbesuchen der zweitwichtigste Grund für Berlin-Reisen sei.

Es sieht auch nicht so aus, als ob der „Easyjetset“ – so nennt Rapp die Club-Touristen, die mit den Billigfliegern in die Hauptstadt strömen, um sich die Nächte und Tage um die Ohren zu hauen – schon bald genug hat von der „Feier-Hauptstadt der westlichen Welt“. Schließlich hat die Party gerade erst angefangen. ■

# Und abends noch mal um den Block

**Rauchschwaden in gemütlicher Geselligkeit**

**W**as dem einen unverzichtbarer Genuss, ohne den das frisch Gezapfte nicht wirklich mundet, mag dem anderen noch lange nicht schmecken: blauer Dunst in Räumen des Gastgewerbes steht für zwei Weltanschauungen.

Der DEHOGA Berlin setzt sich gemeinsam mit dem Bundesverband für die Wahlfreiheit von Gästen und Wirten tatkräftig ein. Einen kleinen Sieg haben die Anhänger des Tabakkonsums jüngst errungen, von DEHOGA Berlin Hauptgeschäftsführer Thomas Lengfelder ausdrücklich begrüßt: In Eckkneipen, auch Einraumgaststätten genannt, ist das Rauchen wieder erlaubt. Das bisherige Verbot stellte laut Interessenvertefcher

Lengfelder „einen klaren Nachteil für kleine Kneipen dar“.

**Ü**berhaupt sieht Lengfelder durch das eifrige Bemühen des Berliner Senats, der Raucherfreiheit zu Leibe zu rücken, eine „massive Gefährdung etlicher Betriebe“. Selbst Heizpilze, in kälteren Jahreszeiten eine Wärmequelle für fröstelnde Raucher, die nun auf dem

Gehweg vor der Gaststätte ihrer Lust frönen, sollen aus Umweltgründen verboten werden.

**„Das Ziel ist es eine lebenswerte und lebendige Metropole zu schaffen“.**

„Statt immer neuer Vorschriften,“ argumentiert der Hauptgeschäftsführer, „sollte eine tatsächliche Kontrolle der bestehenden Gesetze in Zusammenarbeit mit dem DEHOGA und im Dialog mit den Gastwirten erfolgen.“ ■

**Präsidium heute:  
Willy Weiland**



**„Die ganze Welt in einer Stadt. Berlin!“**

Als Direktor des InterContinental Berlin und Geschäftsführer der InterContinental Hotels in Deutschland, Polen und Kiew, ist er der Stadt tief verbunden, „Berlin ist traumhaft“. Sein besonderes Augenmerk richtet er auf die wirkungsvolle Verzahnung des DEHOGA Berlin mit den Institutionen der Stadt und damit auf die internationale Vermarktung Berlins. Als Mitbegründer der Berlin Tourismus Marketing GmbH hat er wesentlichen Anteil an Initiativen wie „Runder Tisch Tourismus“, „Herz mit Schnauze“, „Service in the City“.

Geboren 1947, besucht er nach Mittlerer Reife und Koch- und Kellnerlehre die Hotelfachschule in Berlin. Seit 1973 bei InterContinental Hotels Group in verschiedenen leitenden Funktionen, seit 1991 verantwortlich für das InterContinental Berlin. Unter seiner Ägide hat sich das Berliner InterContinental zum drittumsatzstärksten Hotel in Deutschland entwickelt. „Meine Arbeit ist keine Quälerei, sie ist Qualität, die mich herausfordert und zufrieden macht.“

# Nachtschwärmereien

## Metropolen kennen keine Polizeistunde

Das Auge des Gesetzes wacht weltweit über seine Bürger – besonders des Nachts und in den frühen Morgenstunden, wenn die Lebensgeister der Nachtschwärmer erst richtig erwachen. So nimmt es nicht Wunder, dass die Polizei, genauer gesagt die Sperrstunde für die Lokalitäten des Vergnügens auch in den Sprachen unserer europäischen Nachbarn fest verankert ist. Nur in den wirklichen Metropolen dieser Welt wie New York und Berlin sind die Übergänge zwischen Nacht und Tag fließend.

Freiheitsdrang und die Lust am Amüsement sind seit jeher Markenzeichen Berlins. Die Stadt, die in Anlehnung an den „big apple“ New York „niemals schläft“, genießt erstmals in der Silvesternacht 1919 die verlängerte Polizeistunde über die Mitternacht hinaus: „Die Beine rasen wie verhext über die Dielen, Röcke fliegen, der Atem jagt, Berlin feiert die Sekunde, die ihm heute gibt, was sie ihm vielleicht morgen nicht mehr gewähren kann – die verlängerte Polizeistunde“, schreibt Ruth Glatzer in ihrem im Siedler-Verlag veröffentlichten Buch „Ber-

lin zur Weimarer Zeit“. Nach dem Taumel der Goldenen Zwanziger und dem Zweiten Weltkrieg sind genau diese Freiheiten erstmal wieder passé.

Der Krieg ist überstanden, die

größten Trümmer weggeräumt – und schon regt sie sich wieder, die Lust am nächtlichen Vagabundieren durch die Vergnügensstätten einer gerade wieder genesenden Stadt. Am 6. April 1946 von der Gastwirte-Innung

Berlin noch skeptisch beäugt: Die aktuelle „Warenverknappung“, zwingt die meisten Betriebe schon bei Tage „haushälterisch mit ihren Waren umzugehen“. Nur für Vereinsveranstaltungen seien Nachtkonzessionen sinnvoll. Das sehen die Wirte anders. Im Juli beantragt die

„Künstlerklausen“ eine Verlängerung über 24 Uhr hinaus, ein paar Monate später schließt sich das „Restaurant Internationaler Künstlerclub“ an, beide



stoßen auf Hindernisse. Zwar macht sich die Gastwirte-Innung nunmehr gegenüber dem Polizeipräsidium für eine Festsetzung der Polizeistunde auf 24 Uhr stark, die eigentliche Spaßbremse aber lauert bei der amerikanischen Kommandantur, die um 22 Uhr die Lichter löschen will.

**E**rst 1949 gelingt Heinz M. Zeller Mayer, Obermeister der Gastwirte-Innung Berlin, der Durchbruch. Vorstellig zunächst bei den europäischen Nachbarn der alliierten Besatzungsmächte, den Briten und Franzosen, blitzt er sofort ab. Der damalige Berliner Polizeichef Dr. Johannes Stumm gibt Zeller Mayer den Tipp, dass der US-General Frank Howley sehr aufgeschlossen sei

und auch mal gerne einen Whiskey trinke. „Da bin ich dann hin“, erzählt Zeller Mayer, „wir tranken einen Whiskey, er hatte Bedenken wegen der Sicherheit, wir tranken noch einen Whiskey – und dann schlug ich erstmal einen Probemonat vor. Wenn es nicht klappt, dann eben nicht, das fand er

okay.“ Noch am selben Tage verständigt Zeller Mayer die Bezirksmeister der Innung, die gute Nachricht verbreitet sich gleich einem Freudenfeuer – und der Probemonat währt bis zum heutigen Tage an. Auch in anderen deutschen Städten weckt diese Regelung Begehrlichkeiten. ■



# Steuern, Steuern und Gebühren



Seit Beschluss des EU-Rates im März 2009 ist die Einführung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes für Hotellerie und Gastronomie überall in Europa möglich, nur in Deutschland tut sich nichts. Hoteliers und Gastronomen fordern Chancengleichheit in Europa. Die absurden Widersprüche im deutschen Mehrwertsteuersystem und die unzähligen Abgaben und Gebühren müssen endlich beseitigt werden.

Im Gegensatz zu Deutschland schätze Frankreich die wirtschaftliche Bedeutung und die Leistungsfähigkeit der Gastronomie, so Ernst Fischer, Präsident des DEHOGA Bundesverbandes. In Frankreichs Hotellerie gilt schon lange ein Mehrwertsteuersatz von 5,5 Prozent. Deutsche Hoteliers aber werden mit 19 Prozent belastet. Auch in Deutschland müsse man begreifen, dass ein reduzier-

ter Mehrwertsteuersatz von 7 Prozent das beste Konjunkturprogramm für den Tourismusstandort Deutschland sei.

Ob Getränke-, Speiseeis-, Tanz- oder Vergnügungssteuer: Die Abgaben an den Fiskus waren schon zu den aktiven Zeiten von Heinz M. Zeller Mayer Grund zum Widerstand. Anfang der 50-er errang Zeller Mayer einen Sieg in Sachen Getränkesteuer bzw. deren Abschaffung. Den verdankte Zeller Mayer nicht zuletzt einer Episode, in welcher der damalige Regierende Bürgermeister Ernst Reuter über seine eigene Steuerfalle stolperte: Im Flughafenrestaurant zürnte der OB: „Da hat mir der Mensch doch für den Kaffee zusätzlich Getränkesteuer berechnet.“ Restaurantbetreiber Zeller Mayer: „Herr Reuter, ich bin froh, dass Sie es bemerkt haben.“ „Wieso?“, knurrte der Gast. „Sie haben ja scheinbar nicht

gewusst, dass diese Steuer auch auf alle nicht-alkoholischen Getränke erhoben wird.“ Reuter entschuldigte sich, und der Politiker Zeller Mayer hatte „freie Bahn“ im Berliner Abgeordnetenhaus.

Auch heute besteht die Gefahr von Steuererhöhungen für Getränke: „Großes Ungemach“, so der Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Berlin, Thomas Lengfelder, im Jahr 2009, „droht durch die Drogenbeauftragte der Bundesregierung, Sabine Bätzing, die den Alkoholkonsum u. a. durch Preis- und Steuererhöhungen senken möchte.“ Lengfelder bezieht klare Position: „Das ist eine systematische Um-erziehung des mündigen Bürgers.“

## Wie GEMA & Co ihren Tribut verlangen

Aber nicht nur Steuern, sondern auch der Abgaben- und Gebührenwildwuchs stehen im Fokus des DEHOGA Berlin. Allen voran die GEMA, die im Interesse von

# 19% 7%

Komponisten Rahmenverträge aus-  
handelt, z. B. mit

Schutz von Musikern, Schauspielern etc., die nochmal 20 Prozent der je-

weiligen GEMA-Tarife für die Wiedergabe in den Hotels, Restaurants, Clubs und Cafés verlangen. VG Media, Rech-  
tevertreter privater Rundfunk- und Fernseh-  
anstalten, und CNN fordern einen erheblichen Betrag pro Zimmer und Jahr. Die ZWF Zentralstelle für die Wiedergabe von Fernsehsendungen will 6 Euro pro Zimmer und Jahr. Das summiert sich aufs Jahr gerechnet schon zu erklecklichen Beträgen.

**D**aneben tummeln sich aber noch die GVL, die Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsrechten, also zum

der Bundesvereinigung der Musikveranstalter (BVMW), dem der DEHOGA als größtes Mitglied angehört. Denn in der Gastronomie ist der „Klangteppich“ fast immer Teil des Inventars. Aktuell erhält das DEHOGA-Mitglied 20 Prozent Nachlass auf alle GEMA-Gebühren, 4,50 Euro pro Jahr und Hotelzimmer. Darin sind auch bereits die Rechte der Verwertungsgesellschaft Wort enthalten, die die persönliche Darbietung von Sprachwerken auswertet.

**D**er DEHOGA Berlin drängt daher auf die dringende Überarbeitung der bestehenden Verwertungspraxis. ■

## Präsidium heute:

Hans Eilers



### „Jeder trägt Verantwortung“

Gesellschaftlich engagiert mit Gespür für touristische Überraschungsbombs: Hans Eilers, geboren 1950, Direktor des Savoy Hotels Berlin und Vizepräsident des DEHOGA Berlin, vereint scheinbare Gegensätze in seiner Person. Als Sponsor hat er sich für die Malariahilfe in Afrika stark gemacht, denn „in einer globalisierten Welt trägt jeder von uns Verantwortung“. Der Mitbegründer und Vorstandsvorsitzende des BTM Partnerhotel e. V. legt ein besonderes Augenmerk auf qualifiziertes Fachpersonal mit Auslandserfahrung. Für Berlin wünscht sich Eilers mehr kosmopolitisches Flair: „Berlin muss in den Köpfen der Menschen wieder als Hauptstadt wahrgenommen werden.“ Für die interne Entwicklung seines Verbandes sieht er die Notwendigkeit eines stärkeren Zuwachses von Mitgliedern aus der Gastronomie. In der Außendarstellung „braucht der DEHOGA Berlin eine stärkere Wirkung in der Politik und einen Ausbau seines Netzwerkes“.

# Wie Phönix aus der Asche – Berlin als Überlebenskünstlerin Arm aber sexy

Die Wirtschaftskrise könnte in die Liste der wichtigsten Worte des Jahres 2009 eingehen. Keine Branche, die nicht betroffen wäre, denn Ursache und Wirkung finanzieller Engpässe auf Anbieter- und Konsumentenseite bedingen einander auf scheinbar unentrinnbare Weise. Fast beschwörend schwillt da das Summen der „Krise als Chance“ zu einem gewaltigen Crescendo an, und die Spree-Metropole marschiert an der Spitze der Unverdrossenen. „In Berlin“, sagt Thomas Lengfelder, Hauptgeschäftsführer des Hotel- und Gaststättenverbandes der Hauptstadt, „haben die Hotels bisher noch wenig Grund zur Klage, weil das besondere Berliner Preis-Leistungsverhältnis hoffentlich weiterhin für Besucher sorgt.“ Die Touristenströme sollen 2009 konstant bleiben. Mauerjubiläum und die Leichtathletikweltmeisterschaften bewirken das ihrige, 170 000 Karten sind bereits an die Anhänger des

leichtfüßigen Sports verkauft worden, Berliner Hoteliers haben Anlass zur Freude.

## Hurra, wir leben noch

Unzählige Male gelang es den Berlinern aus dem Nichts etwas Neues zu zaubern. 8. Mai 1945, der zweite Weltkrieg ist beendet und kaum sind die größten Trümmer weggeräumt, sprießen die ersten zarten Triebe neu erwachenden gesellschaftlichen Lebens aus dem kargen Boden. Bereits am 23. Oktober 1945 richtet die Gastwirte-Innung Berlin eine Anfrage an den Magistrat der Stadt Berlin, eine höhere Preisgruppierung für die Gaststätte „Femina“ in der Nürnberger Straße zu genehmigen. Der wohl auf sinnliche Freuden seiner offenkundig zahlungskräftigen Gäste ausgerichtete Betrieb erhebt Eintrittsgelder von 2, 50 Reichsmark, eine Garderobengebühr von 50 Pfennig, und schenkt Cocktails mit einem Alkoholgehalt von bis zu 12 Prozent aus, das 5-cl-Glas für 17 Reichsmark.

Andere Gaststätten müssen da unvergleichlich sparsamer haushalten. Grundnahrungsmittel sind extrem knapp, als Zahlungsmittel dienen Lebensmittelmarken. Kartoffeln mit Bratentunke etwa kosten den hungrigen Gast – im Regelfall ausgebombt und vom Besitz einer eigenen Kochstelle Lichtjahre entfernt – drei Marken mit einem Gegenwert von fünf Gramm Fett, 50 Gramm Nahrungsmittel und 400 Gramm Kartoffeln, die der Gastwirt bei der zuständigen Vergabestelle einlösen kann. Für eine Roggengrütze in Brühe sind nur Marken für fünf Gramm Fett und 50 Gramm Nahrungsmittel zu berappen.

## Grüne Bohnen und Rindfleisch zum Eröffnungsmenü

So wie die Ungleichheit zum Wesen der menschlichen Existenz gehört, so gab es natürlich auch nach Beendigung des Krieges Menschen, die sich Besseres leisten konnten, und andere, die die Nischen zu nutzen wussten. Heinz. M. Zellermayer gehört zu den Ersten der Stunde. Bereits am 16. Juli 1945 eröffnet er das Restaurant Zellermayer am Steinplatz, ein Kilo Fleisch und eine Dose grüne Bohnen organisiert er zum Eröffnungsmenü – die nächsten Jahre lernt er die Regeln des Schwarzmarkts virtuos zu beherrschen. Jeden Morgen tauchen in seinem Restaurant die Displaced Persons auf (Lagerinsassen während des Krieges), die Zugang zu den reich bestückten amerikanischen Supermärkten für die Soldaten

haben. „Die DPs fragten, was brauchen Sie? Und eine Stunde später war alles da – vom Feinsten“, erinnert sich Zeller Mayer. Es wurde getauscht und verkauft, was der Markt hergab, von Diamanten bis zum Benzin. Die Restaurantgäste waren vorrangig Kriegsgewinnler des Schwarzmarkts, die sich ein exzellentes Essen schon wieder leisten konnten. Bis zur Blockade West-Berlins durch die Sowjetunion am 24. Juni 1948

florierte das Restaurant Zeller Mayer, „dann mussten wir erstmal wieder dichtmachen“.

**B**erg- und Talfahrten kennzeichneten den Zustand der Hotellerie und Gastronomie in jenen Nachkriegsjahren, in den Jahren der Versorgung der Berliner Bevölkerung durch die Luftbrücke der Alliierten, zwischenzeitlich geht es nach der Ausrufung der Bundesrepublik Deutschland 1949

wieder steil aufwärts, das Wirtschaftswunder beginnt. 1961 folgt dann kurz nach dem Mauerbau am 13. August wieder eine Abwärtskurve: Rund 50 Vereins- und Betriebsfeiern sind laut Gastwirte-Innung in den großen Sälen abgesagt worden. Die Gelder, so die Begründung der Firmen, sollten der Flüchtlingshilfe dienen.

**E**rneuter Tiefschlag 1982: Als schlechtestes Jahr für die Hotellerie seit Kriegsende bilanziert Obermeister Zeller Mayer die Lage mit einem Rückgang von 220 000 Besuchern und einer Umsatzeinbuße von fast 30 Prozent bei den Gaststätten. Aber Berlin wäre nicht Berlin, ginge es nicht kurze Zeit später schon wieder rasant aufwärts. Der „Berliner Sommernachts Traum“ – eine Marketing-Initiative aller Tourismus-Beteiligten der Stadt – bringt den Durchbruch, die Philharmoniker spielen erstmals im Freien in der Waldbühne, die Stimmung ist grandios, fast 30 Prozent mehr Übernachtungen als im Vorjahr verbuchen die Marketingstrategen. Das damals geplante „Wintermärchen“ als Folge-Offensive hat sich nach der Jahrtausendwende im „WinterZauber“ und im „Kulinarischen Winterzauber“ verwirklicht. Die Kampagne für Berlins Kultur, Shopping- und Gastronomie-Szene hat der Stadt bereits märchenhafte 1,2 Millionen Hotelübernachtungen und 45 Millionen Euro Mehreinnahmen beschert. ■



# Heinz M. Zeller Mayer

## „Alles zu meiner Zeit“ – die Geschichte der gehobenen Berliner Hotellerie und Gastronomie in Gestalt eines Mannes

Die Wurzeln sitzen tief und fest: Heinz Maxim Zeller Mayer, 1915 als Sohn des erfolgreichen Kaufmanns und Bankiers Alexander Zeller Mayer geboren, sog die Luft der Hotellerie, der Weltgewandtheit bereits im zartesten Knabenalter in tiefen Zügen ein. Etliche Monate wohnte die gesamte Familie im Hotel Vierjahreszeiten in München, unterwegs zu einer neuen Existenz in der Schweiz, dann kehrte die Familie doch nach Berlin zurück. In der Stadt, der sich der Kosmopolit Zeller Mayer Zeit seines Lebens zutiefst verbunden fühlt, verbringt er seine Kindheit und Jugend in den privaten vier Wänden seiner Familie am Steinplatz, und wächst dennoch nahtlos in seinen

späteren Beruf, in seine Berufung hinein.

1935 folgt nach der Matura dann der Start ins Hoteliers- und Gastronomen-Gewerbe als Praktikant im Montreux-Palace-Hotel in der Schweiz, als Absolvent der renommierten Hotelfachschule Lausanne und als tatkräftige Unterstützung im elterlichen Hotel am Steinplatz. Bei dem bedeutendsten und auch an-

spruchs-  
vollsten  
Gastronomen seiner  
Zeit, Otto  
Horcher,

verdient sich Zeller Mayer die ersten „Rangabzeichen“ in der Bewirtung der deutschen Botschaft in London, organisiert dort die Feierlichkeiten für die Krönung König Georg von England. In Paris assistiert er Horcher in der Gas-

tronomie des deutschen Pavillons der damaligen Weltausstellung.

Nach dem Krieg eröffnet Zeller Mayer zwei deutsche Restaurants in Reval und Riga. Bereits während des Krieges hatte er als Vertreter von Otto Horcher dessen Restaurant Maxime, den Nachtclub Bagatelle und das Portweinhaus Sandemann in Paris geleitet. Das Bagatelle verlangte Zeller Mayer Gespür und Durchsetzungskraft für den Umgang mit Vertretern der „Halbwelt“ ab: Seine erfolg- und listenreiche Abwehr von Schutzgeldeintreibern trug ihm bei seiner französischen Belegschaft den bewundernden Beinamen „le grand manitou“ ein.

Ende August 1945 eröffnet Zeller Mayer im ausgebrannten Hotel seiner Eltern ein Restaurant, wird vom

*„Kosmopolit Zeller Mayer  
bleibt Zeit seines Lebens, Berlin  
zutiefst verbunden“*



Heinz M. Zeller Mayer auf der Bundesfachschau 1958 in Berlin

damaligen Oberbürgermeister mit dem Wiederaufbau des Beherbergungsgewerbes in Berlin beauftragt, hebt die neue Berliner Gastwirte-Innung aus der Taufe und wird vier Jahre später in Frankfurt, im Jahr 1949, auch Mitbegründer des Bundesverbandes DEHOGA.

1950 eröffnet er das Flughafenrestaurant in Tempelhof, das er 25 Jahre lang bewirtschaftet. 1951 wird er zum Obermeister des DEHOGA Berlin ernannt, eine Funktion, die er 45 Jahre lang ausüben wird. 1952 eröffnet der Umtriebige das Schultheiss Bräuhaus am Kurfürstendamm, errichtet 1957 das Parkhotel und streckt seine Fühler ab 1960 nach Westdeutschland aus: er eröffnet Restaurants und Hotels an Autobahnen, Hotels in Wuppertal und Wiesbaden, schließlich den Stutenhof in Keitum auf Sylt.

**Z**eller Mayers Initiative ist es zu verdanken, dass Berlin keine Polizeistunde kennt, er steht für die Abschaffung der Getränke-, Tanz- und Vergnügungssteuer. Berlin als Touristenmagnet war ihm stets eine Herzensangelegenheit. Veranstaltungsformate wie die Philharmoniker in der Waldbühne oder die Messe Kulinaria sind auf seine unermüdlichen Aktivitäten in den Fremdenverkehrskonzepten der Hauptstadt zurückzuführen.

**D**ies sind nur die Spitzen von Zeller Mayers Wirken in seiner Zunft, ganz zu schweigen von seinem politischen Engagement im Abgeordnetenhaus und in Organisationen. In seiner persönlichen Bilanz „Alles zu meiner Zeit“, herausgegeben im Arne-Verlag, lässt der Grandseigneur der deutschen Hotellerie tiefere Einblicke zu, nimmt

den Leser mit auf eine Lebensreise, die Kraft, Beharrungsvermögen, Esprit und Einfallsreichtum mit der Begabung des Genießens kombiniert. Heinz M. Zeller Mayer, Träger der Brillat-Savarin-Plakette für außerordentliche Verdienste, ist nach seiner Verabschiedung aus der Führungsspitze der DEHOGA Berlin im Jahre 1990 die Auszeichnung zum Ehrenobermeister auf Lebenszeit verliehen worden. ■

# Interview mit dem Ehrenvorsitzenden Heinz M. Zeller Mayer „Ein verrücktes Leben“

Herr Zeller Mayer, Sie haben sich Berlin stets auf das Tiefste verbunden gefühlt, jetzt aber sind Sie in die Schweiz umgezogen.

*Wissen Sie, ich fühle mich hier sehr zuhause, ich habe ja schon als junger Mensch meine Ausbildung in Montreux und in Lausanne absolviert. Wir leben hier mit Blick auf die Weinstöcke und den Zürcher See, in der Höhe die schneebedeckten Berge. Außerdem lebt ganz in der Nähe mein Sohn mit seiner Familie, zu dem ich eine starke Verbindung habe.*

Sie gehören zu den Gründervätern des DEHOGA Berlin und auch des Bundesverbandes. Was überwiegt, der Blick zurück auf ein dichtes Berufsleben oder das lebendige Interesse für die aktuellen Vorhaben Ihres Verbandes, dessen Ehrenobermeister Sie sind? *Ich fühle mich dem Verband heute noch sehr eng verbunden, menschlich beson-*

*ders stark Willy Weiland, bei allen wichtigen Ereignissen bin ich wenn möglich noch dabei.*

Ihrer Initiative und Ihrem Engagement sind solche bahnbrechenden Errungenschaften wie die Abschaffung der Polizeistunde für Berlin zu verdanken, die 1980 noch einmal akut bedroht war. Damals hatte sich eine Lehrerin über das Zuklappen der Autotüren zu abendlicher Stunde vor dem Restaurant Hundekehle beschwert, sofort wollte der Senat diese Kneipe all-

abendlich vorzeitig schließen lassen. Sie beriefen eine Protestversammlung der Gastronomen ein, ein Großteil der 5600 Kneipenunternehmer machte nach Ihrer flammenden Rede eine Nacht lang ihre Kneipen dicht, selbst der Spiegel berichtete darüber: „Ganz Berlin war eine Nacht lang zappenduster.“ Der Senat nahm den Schließungsbeschluss zurück.

*Mein ganzes Leben lang habe ich mich*

*dagegen gewehrt, dass von Amts wegen zu sehr in das Leben eingegriffen wird. Mein oberstes Ziel war es immer, die Freiheit wirtschaftlicher Betriebe zu erhalten. Gegen den Zugriff auf errungene Freiheiten habe mich stets vehement gestellt.*

Ihr Leben ist ungeheuer rasant verlaufen, ein Gefühl wie Langeweile kennen Sie vermutlich gar nicht.

*Gott sei Dank nicht. Ich habe ja nicht nur in Deutschland Hotellerie und Gastronomie mit aufgebaut, auch in Frankreich habe ich große Betriebe mit meinen beiden französischen Partnern aufgebaut und geleitet, wie das Restaurant im Eiffelturm und die Flughafenrestaurants in Orly, Roissy und Marseille. Ich habe dauernd im Flugzeug gesessen zwischen Paris, Westdeutschland und Berlin, denn auch in Westdeutschland habe ich zwei große Hotels betrieben, eines in Wuppertal, eines mit 100 Zimmern an einer Autobahnraststätte sowie zwei Autobahnrestaurants – ein verrücktes Leben.*

Sie haben gerade im Bereich der Steuern viel für das Gastgewerbe erreicht.

*Der Staat dachte immer nur daran, wie er Geld in die Kasse kriegen kann, das konnten die Wirte nicht mehr schaffen. Ich habe mich gerade als Abgeordneter im Berliner Abgeordnetenhaus auch weit über die Parteigrenzen engagiert. Ich hatte eine sehr gutes Verhältnis auch zur SPD, wenn dies in Einzelfragen sinnvoll war, das stieß nicht immer auf das Wohlwollen der Vorsitzenden. Ich habe die innerfraktionelle Zusammenarbeit stets für wichtiger erachtet als das Verbeißen ins Parteibuch. Auf mein Betreiben hin ist übrigens auch der Weihnachtsmarkt rund um die Gedächtniskirche entstanden.*

Die Hotellerie war stets ein sehr wichtiger Bestandteil Ihres Wirkens, in Ihrem im Krieg zerstörten Hotel am Steinplatz haben Sie 1945 zunächst ein Restaurant eröffnet. Wie sah es denn damals mit Hotels in der Stadt aus?

*Wir hatten damals überhaupt keine Hotellerie in West-Berlin. Der Neffe eines jüdischen Restaurateurs, der in Berlin vor dem Krieg zwei Restaurants betrieben hatte und in die USA auswandern musste, wollte in der Nachkriegszeit wieder ein Restaurant hochziehen. Dem Senat aber lag der Bau neuer Hotels mehr am Herzen, er schenkte dem Amerikaner das Grundstück Kurfürstendamm/Ecke Fasanenstraße und half beim Aufbau des Hotels. Als dann die ersten Mauern aus der Erde staken, wandte sich der Erbauer an den Senat: „Ich habe*

*kein Geld mehr.“ Er bekam zehn Millionen Reichsmark, setzte sich ins Flugzeug und verschwand mit den Millionen in die USA. In seiner Not wandte sich der Senat an den Direktor der Berliner Hotel-Betriebsgesellschaft, die früher Häuser wie den Kaiserhof und das Bristol betrieben hatte, jetzt allerdings nur noch auf dem Papier existierte. Der Direktor in seinem Büro verwaltete das Nichts. Mit nochmaliger finanzieller Unterstützung des Senats zog er dann das Kempinski hoch. Das begeisterte den Betreiber des amerikanischen Hilton dermaßen, dass er sich erbot, ein Hilton in Berlin aufzubauen – eigenes Geld wollte er allerdings nicht investieren. Der Senat steckte in einer Zwangslage, gab ihm das Grundstück an den Budapester Straße und Geld – und als dann alles fertig war, besaß der Betreiber die Dreistigkeit, auch noch die Finanzierung des Kleininventars wie Bestecke und Geschirr und die Erstausrüstung der Küche mit Lebensmitteln einzufordern. Auch hier sah sich der Senat zur Einwilligung gezwungen – ein Stück aus dem Tollhaus. Hilton hat dann über die Jahre das Haus vollkommen heruntergewirtschaftet. Als das Interconti den Komplex aufkaufte, musste alles neu gemacht werden.*

Zurück in die Gegenwart: Wie stehen Sie zu der bereits erfolgten Schließung Tempelhofs und zu der geplanten Tegels anlässlich des Großflughafens Berlin-Brandenburg International?

*Die Entscheidung mit Tempelhof war die größte Dummheit des Regierenden Bürger-*

*meisters, die man sich denken kann. Jede andere Stadt würde sich freuen, wenn sie noch einen zusätzlichen Flughafen hätte (Anm: gemeint sind Tempelhof und Tegel als Innenstadtlughäfen neben dem BBI). Die Stilllegung Tempelhofs kostet soviel wie zuvor der Betrieb des Flughafens, gerade für eine wachsende Metropole wie Berlin sind auch schnelle Kleinflugzeuge lebenswichtig – seine Entscheidung kann ich Wowereit nicht verzeihen.*

Wo würden Sie heute Schwerpunkte in den Tourismuskonzepten der Stadt setzen?

*Ich habe mehr als zehn Jahre im Abgeordnetenhaus dafür gekämpft, dass die Philharmoniker auch für die breite Öffentlichkeit spielen, alle haben sich dagegen gesträubt, mit Karajan an der Spitze. Und dann ist es mir doch gelungen, dass die Philharmoniker in der Waldbühne auftraten. Es war ein Riesenerfolg, die Menschen waren begeistert. Aus meiner Sicht ist das Kulturpotenzial, das in Berlin schlummert, noch lange nicht erschöpft, da ist Berlin noch weit hinten dran. Da muss mehr geschehen, gerade in der Öffentlichkeit, die Kultur darf sich nicht nur in elitären Räumen verstecken, wie in der Philharmonie, wo der Eintritt ja auch nicht gerade gering ist. In New York etwa spielen die Philharmoniker zweimal im Jahr im Central Park, ohne Eintritt zu erheben. Stellen Sie sich vor, ein frei zugängliches Konzert im Tiergarten – so etwas macht eine Stadt interessant.*

# 125 Jahre Treue zur Zukunft

**Gaststätte Ebel –  
ein Gasthaus im Laufe der Geschichte**



Auf der alten Fotografie, die wohl vor hundert Jahren aufgenommen worden ist, sieht man ein einstöckiges gedrungenes Haus mit einem ebenerdigen Anbau. „Reichshalle Hannemann“ steht in Frakturschrift an der Tür. Das Gebäude steht in Altglienicke, seit 1920 ein Ortsteil von Berlin, damals aber noch eigenständig. Die Nachbarn haben sich versammelt, Fahrradfahrer ihre Fahrt unterbrochen, um mit im Bild zu sein.

Reichshalle Hannemann, HO-Gaststätte Altglienicke, Gaststätte Ebel – der Name hat sich geändert, aber die Gaststätte ist geblieben. In den Namen spiegelt sich Geschichte. Die „Gaststätte Ebel“ – eine der ältesten Gaststätten in Berlin, die immer noch in Familienhand ist – wurde vor 1870 als „Dorfkrug“ eröffnet,

1897 dann vom Inhaber Paul Ebel umbenannt in Deutsche Reichshalle.

Der heutige Besitzer, Peter Schulz, ein freundlicher und energischer Endvierziger, bewahrt diese Tradition, was sich in einer umfangreichen Sammlung von Familienfotos, Dokumenten und Erinnerungen niederschlägt.

Verantwortlich für den Beginn der Tradition ist Peter Schulz' Urgroßmutter Minna, eine Gastwirtswitwe aus dem Wedding, die es in zweiter Ehe nach Altglienicke zog. Obwohl um die Jahrhundertwende sage und schreibe 17 Gaststätten ihre Türen für die geselligen Altglienicker öffneten, war die „Reichshalle Hannemann“ durch ihren zentralen Standort immer etwas Besonderes. Sie befand sich nämlich gleich gegenüber der Altglienicker Kirche –

ein zentraler Anlaufpunkt für den Frühschoppen vor dem Kirchbesuch, das Familienessen danach, das Skatspielen am



Abend. Um 1900 wurde die Gaststätte dann in Ebel umbenannt, nachdem die Tochter der Gründerin Paul Ebel geheiratet hatte, der auch heute wieder als Namenspatron dient.

Aber das war natürlich nicht das Ende: Nach dem Zweiten Weltkrieg wurde aus dem Ebel die HO-Gaststätte Altglienicke. Anfang der 50-er Jahre übernahmen zuerst die Großeltern, dann die Eltern und schließlich der

Bruder von Peter Schulz als Gaststättenleiter die Zügel – zwar angestellt von der HO, aber immer noch der Familientradition folgend. 1987, als der Bruder in den Westen flüchtete, kam Peter zum Zuge. Und 1990, nach der Rückübertragung, machte er aus der Handelsorganisation wieder die Gaststätte Ebel.

**D**abei war der DEHOGA eine große Hilfe, meint Peter Schulz. Er bekam dort Unterstützung und Hilfe, wenn er sie brauchte. „Unsere Familie hat sich immer schon

**„Vom ersten Tag an, bin ich aktiv dabei. Mitgestalten, etwas bewegen, das ist mir wichtig!“**

**als Teil einer Interessensgemeinschaft verstanden“**, betont er und zeigt eine alte Fotografie von der Sitzung des Gastwirtsverbandes, auf dem seine Großmutter zu sehen ist, Mitte der 20-er Jahre muss das gewesen sein. So ist es nur folgerichtig, dass er selbst aktiv im Verband tätig ist – erst als Stellvertreter und dann als Bezirks-

beauftragter für Treptow. Er setzt sich vor allem für die Interessen der kleineren Betriebe außerhalb der City ein. Die haben nämlich ganz andere Probleme als in der Innenstadt, meint

er. Im Augenblick etwa unterstützt der Verband die Gastwirte bei den Verhandlungen mit den Wasserwerken: Sie sollen nämlich Fettabscheider einbauen, was eine Investition von 6000 Euro bedeutet. Für viele Betriebe ist es ein Betrag, den sie nicht so ohne Weiteres übrig haben.

**D**ie Gaststätte Ebel selbst ist weiterhin ein beliebter Entspannung- und Treffpunkt für die Altglienicker. Die ganze Woche ist etwas los: Familienfeiern, Gäste aus der Umgebung, Tagungen, Betriebsversammlungen. Der Biergarten vorne zur Straße hin ist im Sommer gut besucht. Demnächst werden fünf Gästezimmer dazukommen, so dass auch in Zukunft das Ebel ein Mittelpunkt in Altglienicke bleiben wird. ■



Peter Schulz –  
Gaststätte Ebel



Peter Schulz' Großmutter bei der  
Sitzung der Gastwirte

# Aus den Archiven

„Weil ick ma immer wieda auf Berlin freue“.

Interessantes,  
Amüsantes,  
Anekdotisches

## Plüsch und Pomp auf Bombenkratern (1947)

Zerbombt und grau die Stadt, Menschen, denen Hunger und Frieren ins Gesicht geschrieben standen – das war die eine Seite Berlins im Februar 1947. Plüsch, Pomp und pure Alkoholika in abendlichen Vergnügungsstätten die andere. Meist waren es Kriegsgewinnler, die sich solche Extratouren leisten konnten. Da mochte das Polizeipräsidium nicht mehr ungerührt zuschauen: „Ab sofort sind sämtliche Tanzlokale und Luxusgaststätten unverzüglich zu schließen und Überprüfungen auf vorhandene bezugsbeschränkte, nach Lage des Falles nicht ordnungsgemäß erworbene Nahrungs- und Genussmittel, ferner auf Brennmaterialien (Kohle, Holz) durchzuführen.“ Nebst den Tanzlokalen galten als Luxusgaststätten solche, die erst ab 17 Uhr geöffnet

hatten. Die jeweiligen Polizeiinspektoren in den Bezirken waren persönlich verantwortlich und verpflichtet, sich mit den zuständigen Ernährungs- und Wirtschaftsämtern sowie den Innungsmeistern der Gastwirte-Innung im Kampf gegen die Vergnügungssucht zusammenzuschließen.

## Ausgetrocknete Schankwirtschaft (1947)

Mal einen Klaren trinken, um dem Grau des Nachkriegsalltags zu entfliehen, solche Sehnsüchte hatten gerade diejenigen, die sich den Besuch von Luxusgaststätten nicht erlauben konnten. Auch sie wollten die Welt zumindest vorübergehend durch den zarten Schleier eines kleinen Schwipses betrachten. Steuern sie dann frohen Mutes eine Schankwirtschaft an, so waren auch dort

die Kanäle ausgetrocknet – ganz speziell im Westsektor unter dem Protektorat der Westalliierten.

Seit mehr als einem Jahr, schreibt am 11. Juli 1947 die Gastwirte-Innung an den Magistrat von Groß-Berlin, „konnten in den westlichen Sektoren keinerlei Spirituosen und Alkoholika zugeteilt werden, die Lage muss als äußerst angespannt bezeichnet werden“. Mangels Gästen konnten die Lokale kaum mehr ihre Miete bezahlen. Zwar hatte es im Winter 46/47 eine Belieferung mit Bier gegeben, das aber war so dünn gebraut worden, dass keiner es trinken mochte. Also wurden die Bierkontingente gedrosselt, mit der unerfreulichen Folge, dass für die bevorstehenden Sommermonate nicht mal mehr das kühle Blonde zum abendlichen Durstlöschen über die Theken ging. Im Osten unter der russischen Komman-

# Präsidium heute:

Herbert Beltle



dantur ging es den Menschen zumindest in dieser Hinsicht besser. Hier stieß man bei gut gefüllten Spirituosenlagern öfter mal auf ein „Nastrowje“ an.

## „Zu Trinken bring' Se sich selba mit“ (1947)

In großer Not sind die Menschen stets lam erfinderischsten: Konnten schon die Schankgaststätten ihren Gästen keine Alkoholika mehr anbieten, brachten sich die Gäste ihre Vorräte eben selber mit und zahlten mit dem sogenannten Korkgeld für die Erlaubnis, den mitgebrachten Wein oder Schnaps in der Gaststätte öffnen und trinken zu dürfen. Schon während des Krieges hatten sich solche Sitten eingebürgert, allerdings nur in vereinzelt Fällen, und so fiel denn zu diesen Zeiten das Korkgeld auch recht bescheiden aus: Drei Reichsmark

für Wein, fünf für Spirituosen. 1947 wurde der Einzel- zum Regelfall, und der Markt musste sich den Gegebenheiten anpassen: „Wir bitten darum“, schrieb die Gastwirte-Innung an den Magistrat von Groß-Berlin, „das Korkgeld auf 10 RM für Wein und 20 RM für Spirituosen festzusetzen.“

## Keine Kohle für die Kohle (1947)

1947 ging es den Menschen so schlecht, dass viele zum Aufwärmen gerne mal in einer Gaststätte Unterschlupf gesucht hätten. Aber selbst das war kaum mehr möglich aufgrund der extremen Knappheit an Heizmaterialien, besonders Kohle. „Wir bitten Sie im Interesse der Berliner Bevölkerung“, schrieb im September 1947 die Gastwirte-Innung an den Stadtrat Klingelhöfer, „in gewissem Umfange auch den Gast- und Schank-

## „Zurück zum Einfachen“

Das Authentische, Ehrliche, liegt Herbert Beltle am Herzen. Als Eigentümer der Restaurants Altes Zollhaus am Landwehrkanal, Aigner am Gendarmenmarkt und jüngst der Rotisserie Weingrün im Hochzeitshaus an der Friedrichsgracht nahe dem Spittelmarkt, orientiert sich die Küche des stellvertretenden Vorsitzenden der Fachgruppe Gastronomie an saisonalen und regionalen Köstlichkeiten: „Der Zeitgeist kehrt zurück zum Einfachen“, ist das Credo des 1957 in Augsburg geborenen Spröblings einer Gastronomenfamilie. So avancierte er auch zum Leibkoch des Altkanzlers Gerhard Schröder. Seine erste eigene Kreation, Eierpfannkuchen am elterlichen Herd, steht heute noch auf der Speisekarte in den Beltle-Restaurants. Beltle ist Mitglied der Eurotoque-Stiftung, die sich für das kulinarische Erbe Europas, die Produktion natürlicher Lebensmittel und die Pflege heimischer Erzeugnisse engagiert. Nach Stationen in London, Genf, St. Moritz und Cannes kam er als Sous-Chef ins Kempinski Berlin, wechselte noch einmal als Küchenchef ins Arabella München, um sich 1988 endgültig als Inhaber des Alten Zollhauses in Berlin anzusiedeln.

# Präsidium heute:

Nicolas Meißner



## „Berlin mit Herz“

Seit 20 Jahren prägt er als Geschäftsführer der Sorat Hotelgruppe die Berliner Hotellandschaft. Mit der Eröffnung des ersten Berliner Designhotels im Jahr 1990 legte der 1963 geborene Berliner den Grundstein für eine neue Ära: die Ära der Kunst- und Designhotels in Berlin. Mit ungewöhnlichen Hotelkonzepten, wie etwa dem Umbau des Traditionshotels Ambassador am Wittenbergplatz vis-à-vis vom KaDeWe zum stylischen und modernen Retrolookhotel, macht er mit den Sorat Hotels von sich reden. Besonderes Hauptaugenmerk richtet er dabei auf freundlichen Gästeservice und kompetente Arbeitsweise. Mit viel Engagement widmet er sich daher als stellvertretender Vorsitzender des DEHOGA Fachgebietes Hotel dem Thema Aus- und Weiterbildung in der Hotellerie. „Gut ausgebildete Mitarbeiter sind die Basis, Leistungskraft, Wettbewerbsfähigkeit und Ansehen der Berliner Hotellerie positiv auszubauen und zu stärken.“

wirtschaften sowie den Beherbergungsbetrieben Kohlen zur Beheizung ihrer Räume zumindest in den kältesten Wochen zur Verfügung zu stellen.“ Ohne Kohle konnten in den Speisegaststätten keine Speisen gekocht werden, in den Beherbergungsbetrieben mussten ohne warmes Wasser Bettwäsche und Zimmerreinigung unterbleiben.

## „Wenn er rot sieht, kann ich für nichts garantieren“

(1945 - 1948)

Heinz Maxim Zeller Mayer, der heutige Ehrenobermeister des DEHOGA Berlin, hatte gleich nach Kriegsende sein Restaurant Zeller Mayer am Steinplatz eröffnet und betrieb dort bis zur Blockade des Westsektors durch die Russen 1948 ein florierendes Luxusrestaurant. Die Waren kamen vom

Schwarzmarkt, die Gäste aus der Kriegsgewinnler-Szene. „Natürlich“, schreibt Zeller Mayer in seinen Erinnerungen „Alles zu meiner Zeit“, „lagen wir in einem fortwährenden Krieg mit den Überwachungsbehörden.“ Um Spitzel rechtzeitig zu enttarnen, übernahm Zeller Mayer die Begrüßung der Gäste höchstpersönlich und entwickelte einen unbeirrbar riechenden Riecher für Gefahr. Eines Tages jedoch musste er seine Frau vom Bahnhof abholen, und Oberkellner Bommi bediente ein reizendes Ehepaar zunächst auf Basis der offiziellen, ausgesprochen dürftigen Nachkriegskarte. Ob es denn nichts anderes im Angebot gäbe, wollte das Ehepaar wissen, und Bommi geriet in Fahrt: Mit leisem Stolz in der Stimme berichtet er von gebackener Kartoffel mit Kaviar bis zu einem Chateaubriand. Entzückt orderten die Gäste ein komplettes Menü, als jedoch die Rechnung kam, platzt die

# Präsidium heute:

Lutz Freise



Bombe. Der Herr entpuppte sich mittels Ausweis als Behördenfahnder. Das gesamte Restaurant und die Existenz aller Angestellten standen auf dem Spiel. Bommi griff sich ans Herz, sank gekonnt darnieder, ergriff aber zugleich heimlich die Rechnung und ließ sie blitzschnell verschwinden. Als der Fahnder sich zu Bommi herab neigte, flüsterte der Oberkellner ihm ins Ohr: „Wenn Du uns hier hochgehen lässt, bringe ich Dich um, ich besitze die Nahkampfspange in Gold.“ In diesem Moment trat Restaurantbesitzer Zeller Mayer hinzu, wurde leise von den Geschehnissen in Kenntnis gesetzt und schob den Mann in sein Büro: „Unser Oberkellner ist schwer kriegsverletzt, wenn er rot sieht, kann ich für nichts garantieren. Betrachten Sie Ihren Verzehr als Einladung und lassen Sie sich nie mehr blicken.“ Der Fahnder ward nicht mehr gesehen.

## Blauer Dunst (1946)

Auch alliierte Soldaten hatten Abends Lust, der Kaserne zu entfliehen und ein Bier trinken zu gehen. Leider stand diesem Wunsch der Mangel an deutschem Bargeld entgegen, denn speziell die Briten und die Amerikaner teilten ihren Mannen nur noch Gutscheine zum Einlösen in der Kantine zu. So kamen die Soldaten auf den Dreh, stattdessen mit ausländischen Zigaretten zu bezahlen – für die Gastwirte kein gutes Geschäft, zumindest dann nicht, wenn sie auf der ehrlichen Seite blieben. Denn bei einer Zeche von 200 Reichsmark, so die Gastwirte-Innung in ihrem Schreiben an den Magistrat der Stadt Berlin, hätten ausländische Zigaretten als Zahlungsmittel bei einem legalen Weiterverkauf mit Preisbindung lediglich 9 RM Gegenwert erbracht.

## „Schöne Wasserstadt Berlin“

Einem internationalen Publikum die Schokoladenseiten Berlins zu präsentieren, ist das Ziel von Lutz Freise, Geschäftsführer der Reederei Riedel und stellvertretender Schatzmeister beim DEHOGA Berlin. Seinen unternehmerischen Fokus setzt er auf die informativen Schiffsrundfahrten durch Berlins politische und historische Mitte über Spree und Landwehrkanal. 1961 in Wolfsburg geboren, erfolgt 1972 der Umzug nach Berlin, wo bereits die Eltern Freise die Gründung der Reederei Riedel begleiten. Nach Gymnasium und Ausbildung zum Speditionskaufmann betreibt Lutz Freise zunächst eine Kunstspedition und kauft 1996 mit seinem Bruder Stefan die Reederei Riedel, heute mit 14 Fahrgastschiffen die zweitgrößte Fahrgastreederei Berlins. Die Restaurants „Spree-Blick“ und „East-Side-Blick“ gehören zum Riedel-Imperium. „Wir sehen uns als leistungsstarken Partner im Berlin-Tourismus“, so Freise, der sich als Mitglied im Tourismus-Ausschuss der IHK sowie im Vorstand des Berliner Reederverbandes und als Vorsitzender im Abwasserverband der Berliner Fahrgastschiffahrt für ein attraktives Berlin engagiert.

### **Von Nackttänzen und Glücksspielen (1950)**

**D**er Kitzel des Verruchten ist eine zutiefst menschliche Regung. So erfuhren denn auch zu Beginn der 50-er jene Anbieter rege Nachfrage, die ihre Gäste in nicht-konzessionierte private Wohnungen lotsten, in denen Glücksspiele stattfanden und Nackttänze dargeboten wurden. Solche Schlepperkolonnen brachten die Passanten, die sie auf der Straße angesprochen hatten, jeden Abend in andere Wohnungen. Die Einkünfte der „Gastgeber“ unterlagen keiner Kontrolle – und auch der Steuerpflicht entzogen sich die halbseidenen Gestalten. Das konzessionierte Gaststättengewerbe erlitt durch dieses Treiben beträchtliche Einbußen, so dass die Gastwirte-Innung äußerst erbost den Polizeipräsidenten von Berlin darum bat, „diesem unwürdigen Zustand ein

Ende zu bereiten“, der zudem dem Ruf der „Fremdenverkehrsstadt Berlin“ außerordentlichen Schaden zufüge.

### **Ehrenwerte Tresorknacker (1945 bis 1950)**

**A**uch Herren des gehobenen Bürgertums sehen sich bisweilen zu absonderlichem Handeln gezwungen. Bei der Gastwirte-Innung Berlin handelte es sich um das Bergen von Wertgegenständen aus Innungsvermögen sowie um die Kette des Obermeisters, welche während des Krieges sicher in einem Geldtresor verschlossen worden war. Im Besitz des Schlüssels befand sich das Fräulein Martha Trapp, Angestellte der Gastwirte-Innung. Bereits 1945 hinterlegte Fräulein Trapp den Schlüssel beim Magistrat der Stadt Berlin, bei dem er dann weitere fünf Jahre ruhte.

Erst am 29. Juni 1950 kamen in einer Besprechung eigenartige Geschehnisse ans Licht. Ein Herr Rechtsanwalt Köhler sei vom Magistrat zwischenzeitlich als Treuhänder bestellt worden und habe dann ohne Hinzuziehung Fräulein Trapps den Geldschrank geöffnet, eine Kette sei nicht vorhanden gewesen. Am 7. Juli 1950 rückte Rechtsanwalt Köhler die Dinge gerade: Bereits Anfang 1947 habe er den Auftrag zurückgegeben. Zuvor habe er gemeinsam mit dem Sachbearbeiter des Senats, einem Herrn Bury, vergeblich versucht, mit den Schlüsseln von Fräulein Trapp den Geldschrank zu öffnen. Herr Bury habe sodann erwogen, den Tresor gewaltsam zu knacken. Ob er dies zu einem späteren Zeitpunkt noch getan hatte, entzog sich sowohl der Kenntnis des Rechtsanwaltes Köhler als auch der Erkenntnis des Chronisten.



**Seit 75 Jahren zischt ein Schultheiss  
am Tresen  
(1989)**

**G**leich auf mehrfache Jubiläen konnte das Ausflugslokal Dannenberg in Heiligensee 1989 zurückblicken: Seit 75 Jahren Kunde der Schultheiss-Brauerei und seit mehr als 250 Jahren, genauer gesagt bereits seit dem Jahr 1736, Betreiber der Gaststätte am Niederneuendorfer See in Heiligensee. Die Schankkonzession besaßen die Dannenbergs seit den Zeiten des Großen Kurfürsten. Der Betreiber Peter Dannenberg ist seit 1972 Mitglied der Innung.

**Garten Eden im Tiergarten  
(1989)**

„Rein kann jeder, der nett aussieht, Touristen in Strömen, Berlins gute Mittelschicht,

man macht sich fein fürs Eden“, schreibt die Bild Berlin 1991 und zählt Promis auf, die sich ein Stelldichein gaben: „Die Stones, Paul McCartney, Udo Jürgens, der irre Kinski und auch Roman Polanski hielten hier nach jungen Mädchen Ausschau, Ingrid Steeger fing im Eden als Go-Go-Girl an“, dennoch, so Bild, eine Nobel-Disco sei das nicht. „40 Leute arbeiten hier, viele seit Anbeginn, da stehen nicht nur die obercoolen Supermädels hinterm Tresen.“ „Mann, das Eden“, seufzt Bild und findet, dem Herrn Eden, der diesen wunderbaren Laden erfand, dem sollte man einen Teil vom Tiergarten widmen: „Der könnte dann Garten Eden heißen.“

**Fünf Blatt Weißkohl und Hack  
(1992)**

**P**reisfrage: Was ist riesig, schmeckt riesig und bekommt riesig? Die

Kohlroulade von Heinz „Heini“ Holl, mit 1,68 Meter selbst alles andere als ein Riese, dafür aber ein Großer seiner Zunft und Berlins beliebtester Promi-Wirt. Mit 77 Jahren starb er 1994 an einem Herzleiden. Sein Restaurant in der Damaskstraße 26 hatte Gäste wie Richard von Weizsäcker, Hans-Dietrich Genscher und Eberhard Diepgen verköstigt. Holl spielte auch Theater mit dem legendären Wolfgang Neuss, reiste gern quer durch die Weltgeschichte und kam umso lieber zurück: „Weil ick ma immer wieda auf Berlin freue.“ ■



# Berliner Kindl

wieder in  
alter Friedensqualität!

**Unsere ERFAHRUNG - IHR VERDIENST!**

Die Schack Holzverarbeitungs G m b H., BERLIN-WITTENAU,  
Hermsdorfer Str. a. d. Industriebahn / Tel.: 49 53 41 u. 49 01 65

bietet an in der Abt. I: Anfertigung von Holzhäusern, Verkaufsständen,  
Türen, Fenster, Ladeneinrichtungen, sowie Reparaturen.

Abt. II: Anfertigung von Transportkisten u. Kisten aller Art.

**LEISTUNG - UNSERE EMPFEHLUNG!**

*Ihre Tankstelle*

**R.K.S.** a. d. Gasanstalt  
Pächter: Theodor Mützell

**FRANZ HECKEL**  
VERTRETUNG  
**TABAKWAREN**  
Berlin-Tegel, Schloßstr. 31 | Tr.  
Eingang vom Hof



Die Hauptstadtbrauerei – Partner der Berliner Gastronomie  
**125 Jahre DEHOGA Berlin – darin spiegeln sich auch 125 Jahre Berliner Geschichte.**

**G**egründet wurde die Interessenvertretung des Gastgewerbes noch im Kaiserreich. Vieles, was damals als Utopie galt wie eine gute Ausbildung oder die Abschaffung der Sperrstunde, ist inzwischen selbstverständlich. Heute ist der DEHOGA Berlin Wirtschaftsverband, Arbeitgeberverband und moderner Dienstleister für die Gastronomie und Hotellerie der Bundeshauptstadt.

Der DEHOGA Berlin hat in dieser langen Zeit bewiesen, dass er Vorausdenker ist und notwendige Veränderungsprozesse aktiv begleitet. „Als bedeutendste Brauerei der Region schätzen wir die-

## BERLINER-KINDL-SCHULTHEISS-BRAUEREI

ses Engagement seit vielen Jahrzehnten und gratulieren herzlich zum Jubiläum“, so Jens Caßens, Geschäftsführer der Berliner-Kindl-Schultheiss-Brauerei. „Mit 9 000 Gastronomie- und Hotelleriepartnern bringen wir als Exklusivpartner des DEHOGA Berlin unsere Kompetenz, Erfahrung und die Kenntnis regionaler Besonderheiten in die Zusammenarbeit ein. Gemeinsam sind wir ein starkes Stück Wirtschaft und wichtiges Rückgrat der heimischen Tourismuswirtschaft.“

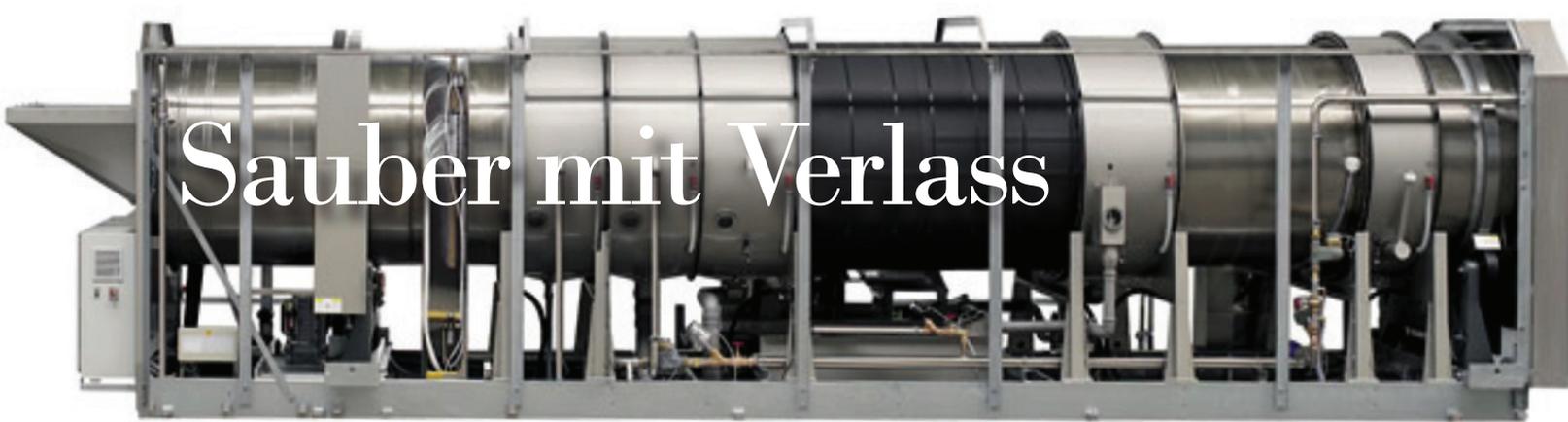
Als Unternehmen der Radeberger Gruppe, der größten Privat-Brauereigruppe Deutschlands, verfügt die Hauptstadtbrauerei über ein Portfolio, das keine Wünsche offen lässt: Ob feinherbspritziges Berliner Pilsener, klassisches Berliner Kindl, traditionelles Schultheiss oder eine der Spezialitäten – für jeden Geschmack gibt es das passende Berliner Bier. Nationale Premiummarken wie

Radeberger Pilsner, Jever oder Schöfferhofer runden das Sortiment ab.

**B**ei vielen Events des DEHOGA Berlin ist die Hauptstadtbrauerei als Partner und Förderer aktiv. Gemeinsam wird im Jubiläumsjahr zum Beispiel zum Gourmet-Festival „Taste of Berlin“ geladen. Oder unter dem Motto „the sunny side of berlin“ die schönste Außengastronomie in der Spreemetropole gesucht.

**Genussvoller kann man Berlin kaum erleben ...**

**D**ie Zukunft wird die Hotellerie und Gastronomie vor neue Herausforderungen stellen. „Deshalb muss man in Zeiten gravierender Veränderungen gemeinsam entwickeln, welches der beste Weg ist“, so Jens Caßens. „Denn es ist unsere Zukunft, hier in der Metropole und Weltstadt Berlin.“



# Sauber mit Verlass

**Wir, Fliegel Textilservice GmbH und Co. KG in Berlin, sind ein mittelständisches Unternehmen und arbeiten als Dienstleister für Hotels in Berlin, Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern. Unser Service ist die Reinigung und Bereitstellung von Hotelwäsche. So sind wir natürlich Partner des DEHOGA Berlin und somit Partner seiner Mitglieder.**

**W**ir bedienen ausschließlich First Class Hotels mit einem exquisiten Wäschesortiment, so wie es solchen Häusern naturgemäß ansteht. Die häufig komplizierte Waschtechnologie für hochwertige Hotelwäsche aller Art steht in unserem Hause unter ständiger Qualitätskontrolle. Unsere technische Zurüstung in allen Servicebereichen wird laufend auf dem letzten Stand gehalten.

**N**icht umsonst investieren wir dabei in erhebliche technische Maßnahmen zur Verbesserung unserer Produktionsbedingungen. Den Fortschritt können unsere Kunden an der Qualität unserer Produkte täglich fühlen und messen.

**U**nseren wichtigsten Arbeitsmottos sind Zuverlässigkeit und Pünktlichkeit. Wer dem genügen will, muss in der Lage sein, in kürzester Frist Störungen im laufenden Versorgungsbetrieb wirksam bekämpfen zu können. Dies setzt nicht nur ein detailliertes Know-how für die Anforderung des Transportmanagements voraus, sondern auch die Fähigkeit, oft schwierige und ausgefallene Problemstellungen unserer Kunden zu lösen. Unser Team ist auf die schnelle Bewältigung von Konflikten trainiert.

**U**nseren Kunden, das sind vor allem die Mitglieder des DEHOGA Berlin, der sich für die Interessen der Berliner Gastgeber einsetzt.

**A**ls Partner des DEHOGA Berlin freuen wir uns mit ihm gemeinsam, auf eine erfolgreiche und lebhafte Zeit im Dienst der Hotellerie und Gastronomie zurückblicken zu können. Wir wünschen dem Hotel- und Gaststättenverband auch weiterhin das Gespür, um innovativ mit den Herausforderungen der Zukunft umzugehen.

# Starke Partner des DEHOGA Berlin für die Zukunft



AUDIT EIDOS BERLIN



125 Jahre

