

hoga *AKTIV*

Das Magazin für Berliner Gastgeber

*Hochkarätiges,
praxisnahes und lebhaftes*

#DEHOGAMEETUPDIGITAL



*DEHOGA startet Zertifizierung
TOP-Ausbildungsbetrieb*

*ITB:
Smarter Tourismus
für die Zukunft*

WIR LIEFERN GLANZ & GLORIA

Darf's ein bisschen mehr sein? Auf unseren Messen liefern sich junge Kochtalente die heißesten Gefechte. Außerdem inspirieren wir Sie mit spannenden Produkten und innovativen Konzepten.

**Die wichtigste Zutat für Ihr Erfolgsrezept: CHEFS CULINAR.
Und unsere 25.000 Produkte.**

**29./30.03.2020
Messe Berlin**

- **Neue Hallenkonstellation
auf 17.000 qm!**
- **Halle 25 + hub27**
- **Mehr Fläche
Mehr Vielfalt
Mehr Highlights**





5



10



15

AKTUELL

Editorial: Wer, wenn nicht wir?	4
#DEHOGAMEETUPDIGITAL	5

WIR IN BERLIN

Frisch und selbstbewusst: Die FRUIT LOGISTICA	9
DEHOGA-Initiative: TOP-Ausbildungsbetrieb	10
Hotelfachschule: ZWEIgleisig	12
GastroPiraten: Gute Führungskräfte	13
ITB: Smarter Tourismus für die Zukunft	14
Frühling im Preußenpark	15
Fairmas: Guter Start ins Jahr 2020	16
visitBerlin: ITB 2020	18

SOCIAL MEDIA

#socialmedia	17
--------------	----

DEHOGA BERLIN-PARTNER

apaleo: Property-Management-System	20
ASQ: Partner im Arbeits- und Brandschutz	21

NEWS

NEWS	22
------	----

MITGLIEDER

Hotelklassifizierung, Jubiläen im März, Neue Mitglieder, Save the Date	26
Neuer Wind im Brechts Steakhaus	27

RECHT UND RAT

Umsatzsteuer Sauna oder Schwimmbad	28
---------------------------------------	----

Impressum

Herausgeber: Hotel- und Gaststättenverband Berlin e. V. (DEHOGA Berlin), Christian Andresen (Präsident), Lutz Freise (Schatzmeister), Thomas Lengfelder (Hauptgeschäftsführer), Keithstraße 6, 10787 Berlin, Telefon +49 30. 318048-0, Telefax +49 30. 318048-28, info@dehoga-berlin.de, www.dehoga-berlin.de; Redaktion: Peggy Mayer, +49 30. 318048-16, projekte@dehoga-berlin.de · Verantwortlich für den Inhalt: HOGA Berlin Service GmbH, Thomas Lengfelder (Geschäftsführer)

Verlag und Gesamtherstellung: TMM Magazine GmbH, Franklinstraße 11, 10587 Berlin, www.tmm.de; hogaaktiv@tmm.de, Tel: +49 30. 2359951-71, Fax: +49 30. 2359951-88
Geschäftsführer: Jürgen H. Blunck, Layout: Astrid Güldemann, Titelbild: DEHOGA Berlin

Erscheinungsweise: 11 Onlineausgaben und 6 Printausgaben. Der Bezugspreis ist im Verbandsbeitrag enthalten. Namentlich gekennzeichnete Artikel sind Ausdruck grundsätzlicher Meinungsfreiheit; sie geben nicht unbedingt die Auffassung der Redaktion bzw. des Herausgebers oder des Verlages wieder.

Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages. Es gilt die Anzeigenpreisliste vom 1. Januar 2020

Wer, wenn nicht wir?

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

ganz gleich, welches Thema unsere Branche gegenwärtig diskutiert, über kurz oder lang spricht man auch über Fachkräftegewinnung und -bindung. Je nach Temperament schwankt die Einschätzung der aktuellen Situation zwischen stabil über besorgt bis hin zu dramatisch. Aber vom Jammern allein hat sich die Welt noch nie verändert. Deshalb bin ich überzeugt, dass nur eins hilft: handeln und die Dinge, die notwendig sind, angehen. Wir sollten Ideen entwickeln, aber auch vorhandene Angebote nutzen, um zu zeigen, welche großartige Möglichkeiten und Entwicklungschancen unsere Branche bietet. Das kann kein Betrieb allein. So stelle ich mir die Frage, wie können wir gemeinsam noch mehr erreichen? Im Bereich Ausbildung haben wir darauf eine gute Antwort: Mit dem ersten bundeseinheitlichen DEHOGA-Ausbildungssiegel „TOP-Ausbildungsbetrieb“. Wir wollen und werden damit die engagierten, guten Betriebe und damit das Image der Branche positiv nach vorn bringen. Je mehr gute Betriebe sich dem Siegel anschließen, desto geringer ist die negative Ausstrahlung der sogenannten „schwarzen Schafe“ auf unsere Branche. Das wird gemeinsam mit allen 17 Landesverbänden, dem DEHOGA Bundesverband und den teilnehmenden Betrieben gelingen. Davon bin ich überzeugt. Mehr zum neuen Ausbildungssiegel erfahren Sie auf den Seiten 10 und 11.

An dieser Stelle gilt unser Dank all denjenigen, die mit Ihren Ideen und Ihrem Engagement dazu beigetragen haben, dass wir diesen gemeinsamen Schritt gehen konnten. Alles über das bundeseinheitliche Siegel „TOP-Ausbildungsbetrieb“ unter <https://topausbildung.de>

Apropos gemeinsam: Wie können wir noch mehr Betriebe aktivieren, um die Interessen unserer Branche gegenüber Politik und Öffentlichkeit entschlossen zu vertreten? Muss sich ein Betrieb tatsächlich allein durch die ganzen Vorgaben, Verordnungen und Gesetze kämpfen, die sich Politik und Behörden ausdenken? Ihr Ziel ist es doch, Gäste gemeinsam mit Ihren motivierten Mitarbeiter*innen glücklich zu machen. Stattdessen verbringen Sie viel zu viel Zeit am Schreibtisch und kämpfen mit und gegen bürokratische Hürden. Nur ein starker Verband kann hier Veränderungen bewirken.

Eine Menge Veranstaltungen stehen in diesem Jahr wieder im DEHOGA Berlin-Kalender. Begonnen haben wir mit dem DEHOGA Berlin-Meet-up Digital unter dem Motto „Digitalisierung als Erfolgsfaktor?!“, gefolgt vom Gastro Business Club mit den Themen Jahresabschluss und Fachkräfteeinwanderung. Zudem werden wir auch wieder zwei bis drei Termine zum Thema Kassennachschau anbieten. Veranstaltungen sind immer eine gute Möglichkeit, sich auszutauschen. Veranstaltungshinweise finden Sie in diesem Magazin und auf unsere Website.

Immer ein offenes Ohr für Ihre guten Ideen hat Ihr

Gerrit Buchhorn
stellv. Hauptgeschäftsführer
des DEHOGA Berlin

Tel. 030. 31804812

E-Mail: gerrit.buchhorn@dehoga-berlin.de



© DEHOGA Berlin

Digitalisierung als Erfolgsfaktor?!

Hochkarätiges, praxisnahes und lebhaftes

#DEHOGAMEETUPDIGITAL

Wer meint, dass Digitalisierung trocken, theoretisch und ziemlich anstrengend ist, irrt! Den Beweis, dass dieses Thema im Alltag der Gastgeber (mehr oder weniger) angekommen ist, trat das erste Meet-up Digital an, zu dem der DEHOGA Berlin am 11. Februar ins Forum Digitale Technologien Am Salzufer eingeladen hatte. Für den notwendigen fachlichen Input sorgten hochkarätige Speaker, Partner des DEHOGA Berlin und natürlich

Er analysierte das Buchungsverhalten und stellte die Tools vor, die der Online-Riese Hotellerie und Gastronomie bietet und erklärte, was jedes

„Mit Innovation zurück zur Tradition.“

Christian Hamerle, DATA KITCHEN



© DEHOGA Berlin

die Teilnehmer des Workshops aus der Gastronomie und Hotellerie. Begrüßt wurden die Teilnehmer*innen von Christian Andresen. Der Präsident des DEHOGA Berlin hob hervor, dass dieser Nachmittag eine Wissens- und Vernetzungsplattform für die Berliner Gastgeber-Branche ist. Praxisorientiert, kenntnisreich und locker moderiert wurde der Meet-up Digital von Philip Ibrahim, General Manager The Student Hotel Berlin und Mitglied des Präsidiums des DEHOGA Berlin.

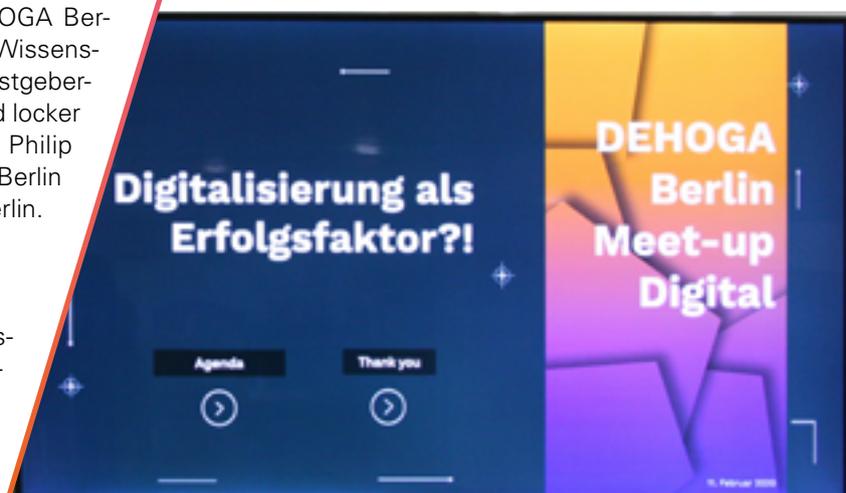
The Future of Travel

Keynote-Speaker Lutz Behrendt, Travel Industry Manager by Google Deutschland, erklärte anhand aktueller Zahlen, dass der Trend, das Handy für alle Aktivitäten zu nutzen, sich manifestiert. Hier wird auch die technische Entwicklung immens schnell fortschreiten.

– selbst das kleinste Unternehmen – tun kann, um schnell gefunden zu werden. Lutz Behrendt stellte das Projekt „Zukunftswerkstatt“ vor, das Google in Metropolen vor Ort oder als Online-Kurs insbesondere klein- und mittelständischen Unternehmern kostenlos anbietet. „Zum Aufschlauen“, wie er erklärte. Bar-Besitzer Tom Zyankali bestätigte, dass dies gut funktioniert. „Danach hatte ich das Know-How. Und gekostet hat’s mich auch nichts“, so Tom Zyankali.

Wechselwirkung von Content & Datenspeicherung – Chance oder Gefahr?

Philip Ibrahim moderierte das Panel, bei dem Lutz Behrendt (Google), Christian Hamerle (DATA KITCHEN), Fritz Dickamp (L.I.K.E. Hospitality Consulting) und Zeèv Rosenberg (Boutique Hotel i31) Rede und Antwort standen und von ihren Erfahrungen und



Projekten berichteten. Das war eine temperamentvolle Diskussion mit Wortmeldungen und Fragen aus dem Publikum. So erklärte der Gastronom Christian Hamerle, wie das gemeinsam mit SAP entwickelte Konzept von DATA KITCHEN funktioniert: „Wir schenken den Menschen Zeit“. Bei aller High-Tech dreht sich alles um den Gast, statt Kellner*innen gibt es Service-Kräfte, die mit den Gästen kommunizieren und eine gastliche Atmosphäre schaffen. Digital sind Angaben wie Herkunft der Produkte und Bestandteile der Speisen für den Gast sofort einsehbar. Fritz Dickamp von L.I.K.E. Hospitality Consulting verwies auf die Kraft der Bilder bei der Internetpräsentation. Gefragt waren die Erfahrungen von Zeëv Rosenberg, General Manager des privat geführten Boutique Hotel i31 in Berlins Mitte. Das Haus produziert erfolgreich Videofilme über die einzelnen Hotel-Bereiche, um Berufsnachwuchs zu rekrutieren. Dabei geht das kreative Team mit viel Humor und ungewöhnlichen Mitteln vor, viel genutzte Worthülsen finden hier keinen Platz. Der nächste Film erscheint pünktlich zur ITB. Jens H. Kreuzer, Geschäftsführer von Capital Catering interessierte sich für die Erfahrungen der Hotellerie, die Preise flexibel zu gestalten, sprich: Produkte bei Messen und Kongresse teurer zu verkaufen. Eine lebhaft diskutierte Diskussion schloss sich an. „Wir haben den Mut, teuer



zu verkaufen, weil wir hinter dem Produkt stehen“, so Zeëv Rosenberg, der darüber informierte, dass sein Haus demnächst den digitalen Check-in/Check-out einführen wird.

Digitaler Marktplatz

Viele Anregungen und Diskussionen gab es auf dem digitalen Marktplatz. Zehn Partner des DEHOGA Berlin, die digitale Dienstleistungen für Gastronomie und Hotellerie bieten, stellten sich an Informationsständen vor und beantworteten die Fragen der Teilnehmer*innen. Das reichte von e-Business-Lösungen für Bestellsysteme über E-Learning-Tools und hörte bei den Leistungen der Metro – wie beispielsweise kostenlosen Websites – noch nicht auf.

Zwischen Content und Datenspeicherung – der Weg zum optimalen digitalen Auftritt!

Fritz Dickamp von L.I.K.E. Hospitality Consulting analysierte den Zeitraum, den Erfindungen benötigten, ehe sie 50 Millionen User hatten. Brauchten die Airlines dazu 68 Jahre, schaffte es das chinesische Videoportal TikTok in drei Jahren, mehr als eine Milliarde User zu binden. Der Manager erörterte 12 Bausteine, die ein Unternehmen der Hospitality-Branche nutzen sollte, um erfolgreich am Markt zu agieren. Dazu gehören Elemente wie eine (gepflegte und aktuelle) Website, Buchungskanäle, Bewertungen und auch der gute alte Newsletter als funktionierender direkter Weg zum Kunden. Er appellierte, die Zahlen, die dank Digitalisierung zur Verfügung stehen, sowie die „Währung Kommentar“ zu nutzen. Für die kommenden Jahre wird es bei der Präsentation immer wichtiger, bewegte Bilder einzusetzen. Die Essenz: „Es kommen mehr Gäste, wenn man so arbeitet.“ Und noch zwei Tipps vom Profi: „Digitale Werbung gibt nur Sinn, wenn man sie misst.“ „Der Datenschutz steht über allem.“



Prozessoptimierung durch Digitalisierung in der Gastronomie - Erfahrungsaustausch

Um Zahlen ging es auch René Kaplick von den Gastro Piraten. Was ein Gastronom braucht, um erfolgreich zu sein? „1. Leidenschaft, 2. Glück und 3. Mathematik.“ Die Digitalisierung erleichtert dem Gastronom nicht nur die unmittelbaren Arbeitsabläufe, sie zeigt Schwachstellen, offenbart Handlungsbedarf und erhöht das gesamte Leistungspotenzial. Dabei spielen Kennziffern wie Umsatz, Gäste, Pro-Kopf-Umsatz, Deckungsbeitrag, Produktivität eine entscheidende Rolle. Wer seine Kassensysteme beherrscht und nutzt, hat diese Kennzahlen auf dem Schirm und wird so kalkulieren, dass er wirtschaftlich erfolgreich arbeiten kann. Sein Appell an die Gastronomen. „Habt den Arsch in der Hose, hinter eurem Produkt und eurer Marke zu stehen.“ Was sich René Kaplick wünscht, fragte Philip Ibrahim zum Abschluss. Die Antwort: ein digitales Buchhaltungstool, das rundum funktioniert.



*„Ohne Zahlen
könnt ihr
keinen
Betrieb führen.“*

René Kaplick, Gastro Piraten

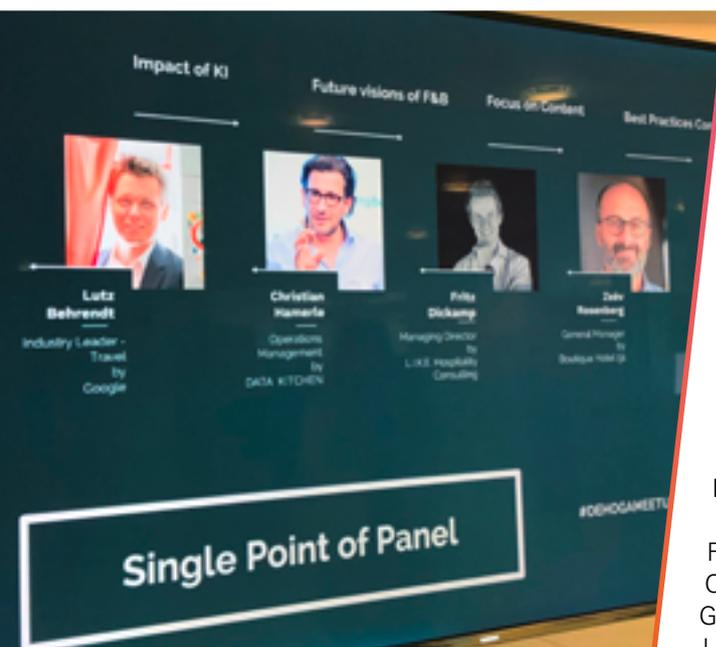
Fazit

Ein Nachmittag voller Impulse und praxisnaher Diskussionen. „Ich nehme viel Wissen und Anregungen von diesem Meet-Up mit“, so Sandra Hollweg vom Restaurant „Zum starken August“ in der Schönhauser Allee. „Schade nur, dass nicht mehr Kolleginnen und Kollegen diese Möglichkeit nutzten, an dieser DEHOGA Berlin-Veranstaltung teilzunehmen, um sich darüber auszutauschen, wie wir uns die gesamten Arbeitsabläufe effektiver gestalten können“. Philip Ibrahim versprach: „Wir machen das wieder“ und dankte dem Organisatoren-Team des DEHOGA Berlin für die Vorbereitung dieser vielseitigen Veranstaltung. Mit einer Networking-Runde klang der Meet-up Digital aus.

von Brigitte Menge

Ein Dankeschön an:

Forum für Digitale Technologien
Catering von See The Forest For The Trees
Gerolsteiner Brunnen GmbH & Co. KG
J.J. Darboven GmbH & Co. KG



Auf dem digitalen Marktplatz – Partner vor Ort

Die Qualität des #DEHOGAMEETUPDIGITAL profitierte von den Partnern, die sich vorstellten

App Scared

Die app squared GmbH ist ein App-Lösungs-Anbieter und zeigte drei ihrer innovativen Produkte für den Gastronomie- und Hotellerie Bereich: eine Innovative App für Kongresse, Tagungen & Events jeder Art; Preview auf ein Tool für den Nachweis von geleisteten Arbeitszeiten der Arbeitnehmer auch mit Hinblick auf Zoll- und Ordnungsamt-Kontrollen sowie Preview für eine Gastro-App, die es einem gastronomischen bzw. Event-Betrieb ermöglicht, stets „am Gast“ zu sein.“

www.app-squared.com



Freachly

Die Freachly-Plattform verbindet lokale Unternehmen, z.B. aus der Gastronomie oder dem Tourismusbereich, mit relevanten Social Media Influencern und Content Creatoren aus der Umgebung. Unternehmen können Influencern über die Freachly-App ganz einfach verschiedene Angebote (sog. „Deals“), wie Essensgutscheine oder kostenlose Übernachtungen zur Verfügung stellen. Im Gegenzug posten die Influencer in den sozialen Netzwerken ihre Erfahrungen mit dem Unternehmen.

www.freachly.de

Customer Alliance

Die Lösung von Customer Alliance ist für Unternehmen, unabhängige Hotels und internationale Ketten in Zeiten von Digitalisierung und Personalmangel unverzichtbar. Das Unternehmen hilft, mehr Bewertungen zu generieren, die Reputation zu steigern und die Kundenkommunikation zu automatisieren.

www.customer-alliance.com



Guestline

Guestline ist eine All-In-One Lösung für PMS, Distribution und Zahlungen. Mit nur einem Partner für PMS, Channel Manager und Payment Gateway sind die Wege kurz. Kunden haben nur einen Kontaktpunkt für den Support.

www.guestline.com

DIRS21

Der digitale Vertrieb ist schon heute der Umsatzbringer Nummer 1 und unterliegt einem ständigen Wandel. DIRS21 unterstützt im Bereich Channelmanagement und Direktbuchbarkeit. Zum Jahreswechsel ist die neue DIRS21-Version in die Startphase gegangen. Die neue Verwaltungs- und Steuerzentrale, das DIRS21 Cockpit, bietet mehr Funktionalität und mehr Benutzerfreundlichkeit, um die komplexe Welt des digitalen Vertriebs noch einfacher zugänglich zu machen.

www.dirs21.de



Hildebrandt & Bartsch

Beliefert als bundesweit größter Fachgroßhandelsbetrieb der igefa die Region Berlin-Brandenburg mit durchschnittlich 1.000 Lieferungen pro Tag. Geliefert werden non-food-Artikel: vom Toilettenpapier über den Schneeschieber bis hin zum Coffee-to-go-Becher. Melanie Heider und Uwe Palisch stellte die neue Business-Lösung für Bestellprozesse vor: das Unternehmen übernimmt die Bestellung und Verwaltung der Produkte.

www.igefa.de

HiUp

Vorstellung des E-Learning Tools. Online Schulungen für Hotels und Restaurants auf www.hotelakademie.hiup.de im Zusammenschluss mit HOTQUA.

Inolares

Der Spezialist für Gebäude-Digitalisierung bietet sämtliche Ingenieur- und Projektmanagement-Leistungen aus einer Hand. Das reicht von der Beratung, Projektentwicklung und Planung über die Bauausführung bis hin zur Überwachung und langfristigen Betreuung verschiedenster Bauvorhaben.

www.inolares.de

KraftCom

Bereits vor mehr als 10 Jahren begann KraftCom, für den Hospitality-Bereich innovative Lösungsmodulare zu entwickeln und hat diese stetig entsprechend der Kundenwünsche stetig weiterentwickelt. Dazu



gehören multimediale Unterhaltung, Information, Kommunikation, Sicherheit, Energiemanagement, Internetversorgung aller Räume, Vernetzung (auch über bestehende Telefon-/TV-Leitungen).

www.kraftcom.de

Metro Deutschland

Vorstellung der Tools: kostenlose Webseite, kostenloses Reservierungstool, ein Tool zur Steigerung der Online-Präsenz des Gastronomen, kostenloses Tool zur Speisekalkulation auf Basis des Deckungsbeitrages sowie Beratung zu digitalen Themen mit den Erfahrungen aus dem 4-jährigen, europaweiten Digitalisierungspiloten der METRO.

www.metro.de

Frisch und selbstbewusst: Die FRUIT LOGISTICA

Die Fachmesse präsentierte sich als weltweit führende

Fachmesse der Obst- und Gemüsebranche

Zwei Themen bestimmten die diesjährige FRUIT LOGISTICA Anfang Februar: die Nachhaltigkeit und der Coronavirus-Ausbruch in China. Doch die führende Fachmesse für den globalen Fruchthandel bewies nicht nur eine große Widerstandsfähigkeit, sondern auch ihr enormes Wachstumspotenzial. Die Plattform für Networking und Marketing brachte eine Rekordzahl von über 3.300 Ausstellern sowie mehr als 72.000 Fachbesucher aus der ganzen Welt. Auch viele Berliner Gastronomen und Hoteliers nutzten die Gelegenheit, sich über Produkt-Neuheiten und nachhaltige Trends zu informieren. Mit einem Anteil von rund 85 % internationaler Aussteller half die diesjährige Messe mehr Unternehmen als je zuvor, neue Kontakte zu knüpfen und neue Partnerschaften zu vereinbaren. Über 95% der befragten Fachbesucher bewerteten den geschäftlichen Erfolg der FRUIT LOGISTICA 2020 insgesamt als positiv und bestätigten damit die anhaltende Bedeutung der Veranstaltung.

Als Innovation des Jahres wurde die Yoom-Tomate des niederländischen Unternehmens Syngenta von den Fachbesuchern der Messe gewählt. Die Yoom-Tomate überzeugt mit äußeren und inneren Werten: Je nach Sonnenstunden ist sie pupurfarben bis schwarz. Konstant ist ihr hoher Gehalt an Vitaminen, Mineralstoffen und Antioxidantien und ihr süß-sauer und zugleich würziger Geschmack, auch „umami“ genannt.

Angesichts der Tatsache, dass Nachhaltigkeit in so vielen verschiedenen Bereichen eine immer wichtigere Rolle spielt, hat die FRUIT LOGISTICA die umfangreichste und tiefgreifendste Untersuchung veröffentlicht, die jemals zu den ökologischen und ethischen Herausforderungen in Bezug auf Nachhaltigkeit der Obst- und Gemüsebranche durchgeführt wurde. Unter dem Titel Do The Right Thing (Right) skizziert der FRUIT LOGISTICA Trend Report 2020, der von RaboResearch Food & Agribusiness erstellt wurde, die bedeutendsten Nachhaltigkeitsthemen für die Branche, einschließlich der wichtigen Schwerpunkte wie Wassereinsparung, Food Waste, Verpackung, Einsatz von Chemikalien, Energieverbrauch und der Umgang mit Arbeitnehmern. Außerdem wird dargelegt, wie sich umweltschonende Praktiken zu einem überzeugenden Geschäftsmodell entwickeln lassen und es werden Beispiele geliefert, wie Produzenten, Groß- und Einzelhandel die Menschen und den Planeten besser behandeln, indem sie wesentliche Änderungen an ihrer Arbeitsweise vornehmen. Schließlich wird vorgeschlagen, wie Nachhaltigkeit zu einem integralen Bestandteil jedes Unternehmens entwickelt werden kann.



Die FRUIT LOGISTICA 2021 findet vom 3. bis 5. Februar in Berlin statt.

DEHOGA startet Zertifizierung

TOP-Ausbildungsbetrieb

„Das Qualitätssiegel mit dem
Win-Win-Faktor!“

© HOGA Berlin Service GmbH



Wie lässt sich ein guter Ausbildungsbetrieb erkennen und finden? Diese Frage treibt viele junge Menschen um. Zugleich suchen Hotels und Restaurants Nachwuchs und wollen sich als attraktive Ausbilder und Arbeitgeber präsentieren. Dafür gibt es jetzt das erste bundes- und branchenweite Ausbildungssiegel des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes (DEHOGA).

„Wohl kaum eine Branche ist so faszinierend und abwechslungsreich wie die Hotellerie und Gastronomie. Die hervorragenden Perspektiven wollen wir jungen Menschen, ihren Eltern und der Öffentlichkeit sichtbar machen und belegen“, erklärt Guido Zöllick, Präsident des DEHOGA Bundesverbandes, die Initiative des Verbandes. „Das Ausbildungssiegel hilft engagierten Betrieben, sich im Wettbewerb um Auszubildende zu profilieren.“

Zwölf Leitsätze für Ausbildungsqualität sowie aktive Einbindung der Azubis

Der offizielle Startschuss für das neue Siegel fiel am 29. Januar 2020 in Berlin. Betriebe, die sich als TOP-Ausbildungsbetrieb zertifizieren lassen, verpflichten sich verbindlich auf zwölf Leitsätze für eine Ausbildung mit hoher Qualität und konkretisieren ihre betrieblichen Maßnahmen in einer Betriebsbefragung. Zu den Kriterien zählen die Betreuung durch einen „Paten“, die Balance von Arbeit und Privatleben sowie eine Ausbildung auf fachlich wie menschlich hohem Niveau. Besonderes Augenmerk legt das neue Siegel auf gelebte Wertschätzung, gegenseitigen Respekt und gute Arbeitsbedingungen. Kernelement im Zertifizierungsprozess ist die aktive Einbindung der Auszubildenden, die die Einhaltung der Leitsätze in ihrem Ausbildungsbetrieb bestätigen müssen.



Offen für alle engagierten Ausbildungsbetriebe der Branche

Das neue Siegel TOP-Ausbildungsbetrieb steht jedem gastgewerblichen Betrieb offen – ob Restaurant, Hotel, System- oder Gemeinschaftsgastronomie, unabhängig von Größe und Konzept.

Bei der Ausgestaltung wurde besonderer Wert darauf gelegt, dass auch kleinere Ausbildungsbetriebe die Kriterien erfüllen können und die Zertifizierungskosten für sie nicht zur Hürde werden. Dem Startschuss zu TOP-Ausbildungsbetrieb ist ein intensiver Entwicklungsprozess vorausgegangen, aufbauend auf den bisherigen regionalen Initiativen der DEHOGA-Landesverbände und anderer Akteure und kontinuierlich begleitet durch einen Beirat. So ist TOP-Ausbildungsbetrieb auch kein statisches System, sondern wird kontinuierlich evaluiert und weiterentwickelt.

Alle Informationen rund um die Zertifizierung TOP-Ausbildungsbetrieb, die Leitsätze, Fragenkataloge und Teilnahmebedingungen finden sich auf der Homepage www.topausbildung.de. Zertifizierten Betrieben steht darüber hinaus ein Paket an aufmerksamkeitsstarken Werbeatikeln zur Verfügung. Bewerbern, die sich für einen der sechs Ausbildungsberufe im Gastgewerbe interessieren, bietet das neue Onlineportal eine wertvolle Orientierungshilfe bei der Suche nach Betrieben, die sich besonders für die Ausbildungsqualität engagieren.

Auf einen Blick

Das Siegel TOP-Ausbildungsbetrieb

- Das **erste branchenweite und bundes-einheitliche Ausbildungsgütesiegel** für das gesamte Gastgewerbe ist eine Initiative des DEHOGA.
- Die Teilnahme ist für jeden Ausbildungsbetrieb in Hotellerie und Gastronomie möglich.
- TOP-Ausbildungsbetriebe verpflichten sich verbindlich auf **zwölf starke Leitsätze** für eine Ausbildung mit hoher Qualität.
- Diese Leitsätze werden durch eine **detaillierte Betriebsbefragung** konkretisiert. Jeder teilnehmende Betrieb kann dabei die Maßnahmen, die seine Ausbildung gut und besonders machen, einbringen. Die Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen ist für TOP-Ausbildungsbetriebe selbstverständlich.
- Die Angaben der Betriebe werden **durch die Auszubildenden selbst überprüft** und bestätigt. In Betrieben mit mindestens vier Azubis erfolgt dies durch eine anonyme Befragung, in Betrieben mit weniger als vier Azubis durch einen gemeinsamen Antrag.
- Die Antragstellung und die Befragungen der Betriebe wie Auszubildenden erfolgen **online**.
- Nach erfolgreicher **Betriebs- und Azubibefragung** dürfen die Betriebe offiziell als „TOP-Ausbildungsbetrieb“ des DEHOGA werben und werden auf www.topausbildung.de sowie zukünftig über Social Media präsentiert.
- Die **Zertifizierungskosten** richten sich nach der Zahl der Auszubildenden und liegen zwischen 50,- und 250,- Euro jährlich.
- Die TOP-Ausbildungsbetriebe werden mit **Benchmarks, Checklisten, Best Practice und Handlungsimpulsen** unterstützt.
- Die Zertifizierung gilt zunächst für **drei Jahre**, danach ist eine Re-Zertifizierung mit neuen Befragungen möglich.
- Zentrale Zertifizierungs- und Anlaufstelle für Fragen ist die **HOGA Berlin Service GmbH**, zu erreichen unter der Telefonnummer 030. 318048-25 oder per E-Mail an info@topausbildung.de.
- Alle Infos für interessierte Betriebe und Bewerber stehen ab sofort zur Verfügung unter

 www.topausbildung.de

ZWEIgleisig

Berufsbegleitend zum/zur

Staatlich geprüften Betriebswirt*in

Seit annähernd sechs Monaten absolvieren wir das gebührenfreie, berufsbegleitende Studium zum/zur Staatlich geprüften Betriebswirt*in für Hotellerie und Gastronomie an der Hotelfachschule Berlin.

Wir, das sind 21 Studierende ganz unterschiedlichen Alters, die das Ziel haben, sich ohne zwischenzeitlichen Ausstieg aus dem Berufsleben qualifiziert weiterzubilden. Einige von uns haben eine abgeschlossene Berufsausbildung im Hotel- und Gaststättengewerbe, andere haben jahrelange Arbeitserfahrung in der Branche gesammelt.

Seit Sommer 2019 bietet die Hotelfachschule Berlin die Möglichkeit des berufsbegleitenden Studiums. An zwei Tagen in der Woche finden Lehrveranstaltungen im Rahmen des Präsenzunterrichts statt. Die Dauer des Studiums beträgt, abhängig vom Abschluss an einer allgemeinbildenden Schule, drei bzw. vier Jahre - direkt nach nach der Berufsausbildung, ohne Wartezeit!

Für viele von uns ist es unabdinglich, unsere Berufstätigkeit aufrechtzuerhalten, um eine finanzielle Stabilität gewährleisten zu können. Dies erfordert ein hohes Maß an Leistungsbereitschaft, Selbstdisziplin und -organisation.

Oftmals leidet während des Vollzeitstudiums ein Lebensbereich unter der finanziellen Belastung. Anders in der berufsbegleitenden Alternative: Hier ergänzen sich Studium und Arbeitszeit optimal, und niemand muss nach acht Stunden in der Hotelfachschule noch eine weitere 8-stündige Schicht im Unternehmen bewältigen. Wir arbeiten in ganz unterschiedlichen Arbeitszeitmodellen an drei, vier oder fünf Tagen in der Woche.



Darüber hinaus profitieren auch unsere Arbeitgeber von parallel erlerntem Wissen. So bietet sich uns die Möglichkeit, die Theorie direkt praktisch umzusetzen. Das berufsbegleitende Studium fördert und stärkt unsere Bindung an die Branche, da kein zweijähriger Berufsausstieg (Vollzeitstudium) notwendig ist. So bleiben der Branche in Zeiten des Fachkräftemangels Fach- und Führungskräfte erhalten. Wir alle profitieren vom Austausch untereinander. Und alle tragen mit ihren Erfahrungen aus dem Berufsleben zu neuen Erkenntnissen und Ideen bei. Das berufsbegleitende Studium an der Hotelfachschule Berlin ist das ideale Konzept für Gastgeber, die sich das betriebswirtschaftliche Know-How aneignen und dabei ihre Berufstätigkeit aufrechterhalten möchten.

Komm auch Du zu uns und fahre ZWEIgleisig: Beruf und Studium.

Werde Staatlich geprüfte*r Betriebswirt*in und ROCK die Branche.

Weitere Informationen findest Du unter:

 www.hotelfachschule-berlin.de/

von Susann Riech und Antonia Meyer



Was sind gute Führungskräfte?

Gute Fachkräfte brauchen gute Führungskräfte.

Nur: Wie wird man gute Führungskraft?

Führungskräfte haben mindestens zwei große Herausforderungen: Das Unternehmen zum Erfolg führen und die Mitarbeiter so zu motivieren, dass sie diesen Erfolg mitgestalten. Einfach ist das nicht. Allerdings ist es auch nicht unmöglich. Der Haken dabei: Es ist viel Arbeit an sich selbst, die jedoch lohnt. Im aktuellen Blog der Gastro Piraten vermitteln wir die geballte Ladung Wissen und Erfahrung, was sich hinter dem gewichtigen Begriff „Führungskultur“ verbirgt. Es geht um Werte und Wertschätzung, um Handlungen und Haltungen.

Eines zieht sich wie ein roter Faden durch all die Impulse, Reflektionen und praktischen Tipps: Ohne Kommunikation funktioniert gar nichts, ganz gleich, ob es um sehr prinzipielle Dinge wie Zukunftspläne oder die Fragen der alltäglichen Arbeit geht. Dabei ist es für Führungskräfte immer wichtig, die Mitarbeiter*innen zu unterstützen,

ihre Pläne zu verwirklichen. Wer gemeinsame Regeln festlegt, hat kaum Schwierigkeiten, dass diese ganz locker in den Alltag einfließen. Auch zum Umgang mit Fehlern gibt es im Blog Tipps aus der Praxis. Sich diesem Thema zu stellen, lohnt sich in vielerlei Hinsicht, denn zufriedene Mitarbeiter*innen sind 12% produktiver und durchschnittlich 15 Tage weniger krank als ihre unzufriedenen Kollegen. Und wenn Sie noch mehr wissen wollen – alles unter: www.gastro-piraten.de

Ihr René Kaplick



*René Kaplick, Kapitän
des Beratungsunternehmens
Gastro Piraten*

© Gastro Piraten

Mitgliedern des DEHOGA Berlin bieten die Gastro Piraten eine kostenlose telefonische Erstberatung: Tel. 030. 20459787

 www.gastro-piraten.de



Das auflagenstarke, regionale Gesellschafts- u. Businessmagazin in der Hauptstadt

-  Seit mehr als 30 Jahren 4x jährlich erfolgreich auf dem Berliner Markt
-  Hochqualitative Aufmachung und Inhalte
-  Dreimonatige Werbewirkung
-  Exklusive Kundenveranstaltungen
-  Attraktive Online-Präsenz

Erfolgreicher werben!
Jetzt Mediadaten anfordern!
Tel.: 030 / 23 59 95 171
anzeigen@tmm.de



ITB Berlin 2020

Smarter Tourismus für die Zukunft

Die ITB Berlin 2020 deckt das gesamte Spektrum von Trends, Innovationen und Entwicklungen in der globalen Reisebranche ab

Die globale Tourismusbranche steht vor wegweisenden Entwicklungen. Ohne eine Neuausrichtung ist der Tourismus nicht zukunftsfähig und in seiner Existenz, wie wir sie heute kennen, gefährdet. Tourismus muss intelligenter gemanagt werden und effizienter ablaufen. Reiseangebote müssen relevanter für die Menschen werden, damit sie den zukünftigen Kundenbedürfnissen gerecht werden. Tourismus muss „smarter“ werden, um für die Zukunft gerüstet zu sein. Diese und andere drängenden Themen der Branche stehen im Mittelpunkt des diesjährigen ITB-Berlin-Kongresses unter dem Motto Smart Tourism for Future: sustainable, digital and relevant“.

Digitaler Wandel in der Hotellerie

Roboter, Online-Check-in, künstliche Intelligenz, Blockchain und Virtual Reality – die Digitalisierung stellt auch die Hotelbranche immer stärker vor neue Herausforderungen. Den brennenden Themen widmet sich das Hospitality Tech Forum, am Donnerstag, den 5. März. Auf dem Programm stehen Revenue Management, Marketing, Nachhaltigkeit und die Zukunft der Hotelbranche. In der täglich stattfindenden eTravel World präsentieren Travel Technology-Experten unter anderem Produkt-News aus dem Hospitality Tech-Bereich.



Luxus erstmals mit eigener Plattform auf der ITB Berlin

Gleichfalls befasst sich der ITB-Berlin-Kongress mit dem zunehmenden Wandel von Kundenansprüchen. Exklusive Studien, empirische Erkenntnisse und Praxisbeispiele analysieren das neue Luxusverständnis. Am ITB Marketing & Distribution Day, Donnerstag, den 5. März, beschäftigt sich das ITB Hospitality Executive Panel mit der Frage, ob sich Luxus und Nachhaltigkeit widersprechen.

Die nachfolgende Session „Die Zukunft des Luxus im post-hedonistischen Zeitalter“ beleuchtet, was das neue Luxusverständnis für touristische Destinationen, Hotellerie und Reisevertrieb bedeutet.

www.itb-kongress.de/Programm/Event



Dem stark wachsenden Trend folgend bietet die ITB Berlin erstmals mit dem Luxussegment eine eigene Plattform. Im neuen Home of Luxury by ITB im Marshall-Haus der Messe Berlin treffen sich Aussteller und Einkäufer in einem exklusiven Rahmen zu Einzelgesprächen, Meetings und Networking-Sessions.

Die ITB Berlin findet vom 4. bis zum 8. März 2020 statt. Rund 10.000 Aussteller aus über 180 Ländern sowie mehr als 150.000 Besucher werden erwartet.

Mehr auf www.itb-berlin.de

Frühling im Preußenpark

Was passiert 2020 auf der sogenannten Thaiwiese?



Es wird Frühling in Berlin. Und damit kommt auch das alte Problem Preußenpark wieder ans Licht. Was geschieht in diesem Jahr?

Die Ausgangssituation: Seit vielen Jahren verwandelt sich an jedem Wochenende der Preußenpark in Charlottenburg-Wilmersdorf in einen nie genehmigten Streetfood-Markt. Die sogenannte Thaiwiese wuchs im Laufe der Jahre und kommerzialisierte sich. Der DEHOGA Berlin nutzt seitdem alle Möglichkeiten, um auf die Missstände (wie fehlende Papiere der Händler, Arbeitserlaubnisse, Gewerbescheine, Gesundheitspässe, Kassen, Spülstationen, Jugendschutz, Steuerabgaben ...) in verschiedenen Gremien und Foren hinzuweisen. Es geht um gleiches Recht für alle. Auch bei den Anwohnern wuchs im Laufe der Jahre der Unmut über Müllberge und einen Park, in dem das Grün keine Chance hatte. Wir berichteten mehrfach darüber. Im Sommer 2019 verabschiedete die Bezirksverordnetenversammlung (BVV) von Charlottenburg-Wilmersdorf eine Lösung, die vorsieht, dass der Markt nicht mehr auf der Wiese stattfindet, sondern die Kleingastronomen – wie auf anderen Märkten üblich – sich mit Gewerbeschein und allen erforderlichen Papieren bei einem Marktleiter anmelden können, um einen der festen Stände am Rand des Parks zu nutzen. Von rund 60 Ständen war die Rede. Die Fläche selbst soll eine Chance der Regeneration erhalten. Für die Neugestaltung und Neu-

strukturierung der gesamten Grünanlage holte Oliver Schruoffeneger, Stadtrat für Stadtentwicklung, Bauen und Umwelt in Wilmersdorf-Charlottenburg, die Kreativität von Studierenden der Landschaftsarchitektur an der TU Berlin ins Boot. Mit Beginn des neuen Jahres wandte sich Thomas Lengfelder, Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Berlin, an Bezirksbürgermeister Reinhard Naumann und Arne Herz, Bezirksstadtrat für Bürgerdienste, Wirtschafts- und Ordnungsangelegenheiten, um die Fragen von Mitgliedern des DEHOGA Berlin gebündelt weiterzugeben: Bleibt es dabei, dass der Markt 2020 nicht mehr wie bisher stattfinden darf? Darf ab 2020 nur noch am Rand gekocht und verkauft werden? Die Antwort aus dem Rathaus kam prompt: Zuständig sei Baustadtrat Schruoffeneger. Der bestätigte gegenüber hogaAKTIV, dass in diesem Jahr die Bauarbeiten für einen neuen, größeren Spielplatz im Preußenpark beginnen. „Der erste Bauabschnitt ist die Verlagerung des Spielplatzes in die Mitte des Parks“, so Oliver Schruoffeneger. Die beiden Baustellen werden selbstverständlich abgesperrt. „Diese Bauarbeiten sind die Voraussetzungen, dass im Anschluss der Markt

– also die Verkaufsstände – auf den Flächen des bisherigen Spielplatzes errichtet werden können.“ Am 28. Februar wird das Projekt auf einer Einwohnerversammlung vor Ort vorgestellt und diskutiert. Natürlich kann ein Baustadtrat keine Auskunft geben, wie der zuständige Bereich für Bürgerdienste, Wirtschafts- und Ordnungsangelegenheiten in diesem Jahr mit den Händlern umgeht. Wir bleiben am Ball und fragen bei Arne Herz nach.

Und wir schauen vor Ort, was passiert und berichten darüber.



© Peggy Mayer

Berlin startet bestens in das Jahr 2020

Der Januar macht Appetit auf mehr.



Die Berliner Hotellerie kann zufrieden sein. Nach Traum-Wachstumsraten zur Jahreswende verbucht die Hauptstadt-Hotellerie auch für den ersten Monat im neuen Jahr Steigerungsraten bei den beiden finanzbezogenen Hotelkennzahlen durchschnittliche Zimmerrate (ADR), sowie durchschnittlicher Erlös pro vermietetem Zimmer (RevPar). Ein kleiner Wehrmutstropfen in der Leistungsbilanz ist die Entwicklung der Belegungsrate. Der Januar, ohnehin in der Vergangenheit schwächster Monat des Jahres, gab um -0,5% nach und schloss mit einer Belegungsrate von 65,4%. Dennoch, im Vergleich zu den A-Destinationen, konnte nur noch Düsseldorf einen guten Jahresstart hinlegen – die KPIs von Hamburg, München, Frankfurt und Köln/Bonn sind im Januar 2020 durchweg negativ.

leistete der Sport mit dem Fußball Bundesliga Heimspiel Hertha gegen Bayern München sowie dem 6-Tage-Rennen (Occ. +1,2%, ADR +2,9%, RevPar +4,3%).

Wie es nun weitergeht ist schwer zu sagen. Das jüngste Trendbarometer vom 26. Januar bestätigt die positiven Erwartungen für Februar und März, allerdings haben sich die Risiken durch den Coronavirus deutlich erhöht.

Höhere Preise im Trend

Gleichzeitig bestätigt die Januar-Leistungsbilanz eine Erwartung, die bereits im Trendbarometer vom Dezember des Vorjahres sichtbar wurde. Nach einer Gesamtjahresbilanz 2019 mit insgesamt unveränderten Zimmerpreisen im Vergleich zu 2018, wurden im letzten Trendbarometer des vergangenen Jahres für das 1. Quartal 2020 durchweg steigende Zimmerpreise prognostiziert. Die Branche rechnete mit ADR-Wachstumsraten in Höhe von +1,7% im Januar, +3,7% im Februar, sowie +3,0% im März. Mit dem Monatsabschluss wissen wir, dass dieser Zielwert zu niedrig angesetzt war. Die Zimmerpreise stiegen im Schnitt um +2,0%.

Woran könnte das gelegen haben? Die Eventanalyse der Grünen Woche zeigt Steigerungsraten über alle drei Hotelkennzahlen. Im Eventzeitraum lag die Belegungsrate bei 71,8% (+1,7%) und ein Hotelzimmer kostete im Mittel 84,90 Euro (+2,9%). Die Fashion Week hingegen enttäuschte und endete durchgängig hinter den Vorjahreswerten. Einen weiteren positiven Beitrag zum Wachstum



	Januar 2020			Januar 2019			Wachstum		
	Occ	Adr	RevPar	Occ	Adr	RevPar	Occ	Adr	RevPar
Berlin	65,6%	85,4	56,0	65,9%	83,7	55,1	-0,5%	2,0%	1,6%
Berlin 3*	70,9%	61,2	43,4	73,3%	61,0	44,7	-3,3%	0,3%	-2,9%
Berlin 4*	65,6%	81,2	53,3	65,2%	79,7	51,9	0,6%	1,9%	2,7%
Berlin 5*	64,9%	150,8	97,8	61,8%	144,4	89,3	5,0%	4,4%	9,5%

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

#socialmedia



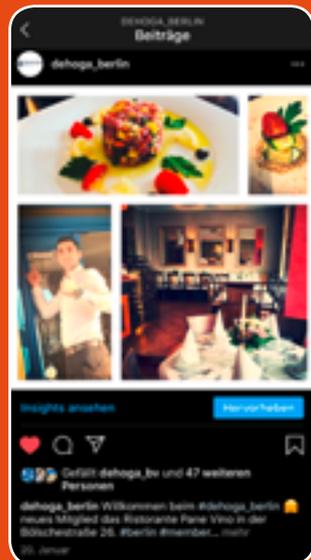
Es braucht noch mehr Unterstützer für unsere Petition, die bis Ende März geht.



Humor muss sein.



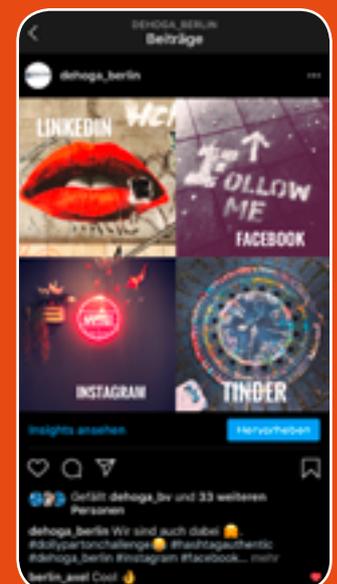
Mit Stilleben voraus genießt man in Ruhe sein asiatisches Essen.



Willkommen, Ristorante Pane Vino im Club der Gastronomen.



Hallo, neues Siegel, auf dass du ein Erfolg wirst.



Die #dollypartonchallenge und wir sind dabei.



dehoga_berlin – werde Follower!

Blick auf den Potsdamer Platz;
im Vordergrund die St.-Matthäus-Kirche (m)



© visitBerlin, Foto: Wolfgang Scholvien

ITB 2020

visitBerlin erstmals mit Präsenz im hub27
sowie mit neuem Format am Kulturforum vertreten

Vom 4. bis zum 8. März präsentiert sich Berlin auf der Internationalen Tourismusbörse. Dieses Jahr begrüßt die Hauptstadt gemeinsam mit Brandenburg und vielen weiteren Partnern die Besucher am Gemeinschaftsstand der Deutschen Zentrale für Tourismus im neuen hub27. Der traditionelle Standort von Berlin und Brandenburg in Halle 12 wird aktuell saniert.

Am Berlin-Stand können sich die Besucher über die Highlights 2020 informieren: dazu zählen die Eröffnung des Flughafen BER und des Humboldt Forums im Berliner Schloss. Weitere Partner aus Kultur, Tourismus und Politik – darunter das Jüdische Museum, die Stiftung Berliner Mauer, die Gärten der Welt, das Europäische Parlament und Berlin Highlights – präsentieren ihre vielfältigen Angebote für die Gäste der Stadt. Für alle, die Berlin abseits der bekannten Pfade erkunden möchten, gibt *visitBerlin* am Bezirks-Counter Tipps sowie Touren- und Restaurant-Empfehlungen für alle zwölf Berliner Bezirke.

Leading Cultural Destinations

2020 erweitert *visitBerlin* seinen ITB-Auftritt um ein neues innovatives Format. Unter dem Titel „LCD Berlin“ entwickeln *visitBerlin* und Leading Culture Destinations (LCD) eine von der Stadt Berlin ins Leben gerufene Initiative zum Aufbau eines strategischen und nachhaltigen Ökosystems für Kultur- und Tourismusschaffende aus Berlin und darüber hinaus.

„LCD Berlin“ findet am 4. und 5. März unter anderem auf dem Areal des Kulturforums statt und verbindet die Verleihung der LCD Awards, laut New York Times die „Oscars für Museen“, mit der LCD Academy, einer neuen Plattform, die den Austausch von Ideen und Wissen in den Bereichen Kunst, Kultur, Reisen, Politik und Wirtschaft ermöglicht.

Schirmherr für LCD Berlin ist Prof. Hermann Parzinger, Präsident der Stiftung Preußischer Kulturbesitz. *visitBerlin* will mit diesem neuen Format die führende Rolle Berlins als Kulturmetropole und Standort zukunftsweisender Netzwerkformate unterstreichen.

LCD BERLIN
AWARDS +
ACADEMY

2020

Weitere Informationen unter:

 lcdberlin.com



Wer, wenn nicht wir?

„...DENN WIR STEHEN FÜR TOP-AUSBILDUNG -
VON UNSEREN AZUBIS SELBST BESTÄTIGT“

So geht Azubi-Marketing heute.

Das neue Qualitätssiegel "TOP-Ausbildungsbetrieb"
mit dem Win-Win-Faktor!

Mit der Initiative schafft der DEHOGA erstmals eine bundesweit einheitliche Zertifizierung für einen hohen Ausbildungsstandard. Lassen Ihren Betrieb zertifizieren und heben Sie sich mit dem Qualitätssiegel als attraktiver Ausbildungsbetrieb hervor.

www.topausbildung.de/mitmachen

*Machen Sie mit!
Eine TOP-Ausbildung ist
ein Gewinn für alle!*



Haben Sie Fragen zum neuen Qualitätssiegel?
Rufen Sie uns gerne an unter **030. 318048 - 25** oder
senden Sie uns eine E-Mail an info@topausbildung.de!

Eine Initiative des
 **DEHOGA**

Das offenste Property-Management-System für Hotelketten

Jederzeit und von jedem Ort aus

Stellen Sie sich vor: ein Property-Management-System, das mit einem Klick mit Ihren bereits genutzten Systemen und mit allen neuen innovativen Apps auf dem Markt reibungslos zusammenarbeitet. Eines, das jederzeit mit Ihrem Hotelbetrieb mitwachsen kann, mit dem Sie neue Hotels innerhalb von Minuten in Betrieb nehmen. Ohne Wartezeiten, ohne Frust, ohne zusätzliche Gebühren.

API first

Das alles wird möglich mit dem „API-first“ – Ansatz von apaleo. Wo die meisten Anbieter zuerst ihr PMS entwickeln und anschließend die Schnittstellen (API) ergänzen, beginnt die Reise mit apaleo von Anfang an mit einer „offenen API Plattform“ (open API). Hochverfügbar und erreichbar für alle Drittsysteme ist jedes einzelne Datenelement und jede Funktion des apaleo-PMS über eine technische 2-Wege-Schnittstelle nutzbar. Die Verknüpfung von zwei Systemen mit nur wenigen Klicks

wird damit zur neuen Realität. Ihre Hotelmarke kann im apaleo Store zusätzlich auf ein Ökosystem von vielen Apps auf dem Markt zugreifen, die sich kinderleicht und nahtlos integrieren lassen, seien es Produkte für die Distribution oder für CRM, „Upsell Software“, Housekeeping sowie etliche andere Apps. Und apaleo wird niemals Gebühren erheben für die Entwicklung, Zertifizierung oder Nutzung von Interfaces oder Schnittstellen. Auch das apaleo PMS kann vollkommen ohne Kosten für Installation, Konfiguration, Livegang oder Training aktiviert werden.

Ein Hotelier sollte nicht an seinen Schreibtisch gebunden sein, finden wir. apaleo ist so konzipiert, dass es auf Ihrem Computer, Laptop, Tablet, Smartphone oder jedem anderen Gerät funktioniert. Sie müssen keine App herunterladen. Keine Hardware im Keller. Greifen Sie jederzeit und von jedem Ort aus auf apaleo zu. Sie benötigen lediglich eine Internetverbindung.



© apaleo GmbH

Verlieren Sie keine Zeit bei der Expansion

Ihre Kette möchte eine schnelle Umstellung? Sie planen eine Reihe von Neueröffnungen? apaleo wurde mit Fokus auf Hotelgruppen entworfen. Sie können schnell mit unserem System wachsen, indem zentrale Templates entworfen und über mehrere Hotels hinweg verwendet werden können. Eine schnelle Datenmigration und vieles mehr, damit Sie mit Ihren Hotels in kürzester Zeit live gehen können. Auch Individual-

hotels können apaleo jederzeit verwenden. Als Hotelier aktivieren Sie das PMS schnell und einfach selbst.

Mit dem „API-first“-Ansatz von apaleo gewinnen Hoteliers die Freiheit zurück, als Gastgeber jeden Tag zu glänzen und sich optimal an die sich ständig ändernden Erwartungen Ihrer Gäste anzupassen.



Testen Sie apaleo jetzt kostenlos:

apaleo.com/de

apaleo

Partner im Arbeits- und Brandschutz:

ASQ

Für Alle.

... so individuell wie die Anforderungen Ihrer Gäste sind, so individuell sind auch die spezifischen Anliegen verschiedener Gaststätten und Hotels und dementsprechend auch die zugehörigen Lösungen ...

Die pragmatische Vorgehensweise

„Einer für alle, alle für einen“, seit 1844 bekannt aus dem Roman *Die drei Musketiere* des französischen Schriftstellers Alexandre Dumas, hat es dieser Slogan zu weltweiter Bekanntheit gebracht. Leider lässt er sich nicht eins zu eins auf die Bereiche Arbeits- und Brandschutz anwenden. Denn, so individuell wie die Anforderungen Ihrer Gäste sind, so individuell sind auch die spezifischen Anliegen verschiedener Gaststätten und Hotels und dementsprechend auch die zugehörigen Lösungen.

Wir unterstützen Sie nach Ihren individuellen Bedürfnissen und gestalten die notwendige Arbeits- und Brandschutzorganisation pragmatisch. Seit Jahren vertrauen unsere Partner auf unser Know-How und sind von der Einfachheit gemeinsamer Lösungsansätze begeistert.

Die alltägliche Praxis

Jeden Tag bemühen Sie sich darum, Ihren Gästen den Aufenthalt in Ihrem Haus so angenehm wie nur möglich zu gestalten. Doch dieser, soll natürlich auch sicher sein. Für alle Gäste, insbesondere aber auch für ihre Mitarbeiter.

Eines unserer Ziele ist es, Menschen, die für Ihre Passion leben,



bestmöglich zu unterstützen, damit Sie mit dieser Begeisterung noch möglichst viele in Ihrem Umfeld anstecken. Gefahrenarme Arbeitsplätze und gute Gesundheit sind die Basis hierzu. Arbeiten wie die Dokumentation bspw. von Gefährdungsbeurteilungen, die Durchführung von Unterweisungen oder auch die Aufstellung eines Evakuierungskonzepts samt Brandschutzschulungen nehmen wir Ihnen ab. In abgestimmten Intervallen halten wir Sie auf dem Laufenden, damit Sie den Überblick nicht verlieren. Sie entscheiden was in Ihrem Hause wann gemacht wird.

Die niedergeschriebene Theorie

Unabhängig der Art und Größe eines Betriebes mit Beschäftigten, schreibt das Arbeitssicherheitsgesetz rechtsverbindlich eine Betreuung durch Arbeitsmediziner und Sicherheitsingenieure vor. Durch die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben lassen sich Risiken erkennen und Unfälle vermeiden. Unsere Brandschutz- und Sicherheitsingenieure stehen Ihnen mit Rat und Tat zur Seite.



Mobil. 0151. 62374547

@ marc.backwinkel@asq-sued.de

www.asq-online.de

Mitgliederwerbung – engagierte Gastronomen bringen Ideen ein

Am 10. Februar 2020 trafen sich in der Geschäftsstelle des DEHOGA Berlin engagierte Gastronomen um gemeinsam mit der Hauptgeschäftsführung und dem Vertriebsteam Wege der Mitgliederwerbung in einem Vertriebsmeeting zu diskutieren. Spannende Anregungen lieferten die Gespräche und Ansätze der anwesenden Gastronomen und Hoteliers, wie man den Zusammenhalt im Verein stärken und gemeinsam in die Akquise gehen kann.

Neben der bestehenden Aktion „Mitglieder werben Mitglieder“ wurden neue Akquise-Ansätze besprochen, die es in den nächsten Monaten auszuloten gilt.

Einen Nachfolgetermin wird es im September 2020 geben, in dem weitere Erfahrungen ausgetauscht werden und Ideen in die Umsetzung kommen.

Wir danken den Mitgliedern Dimitrios Psallidakis, Jan Rebo, Tom Zyankali sowie den Präsidiumsmitgliedern Michael Näckel und Uwe Schild für die Teilnahme, die eingebrachten Ideen und den Praxisinput.

www.dehoga-berlin.de

Estrel Tower: Baubeginn im Herbst

Mit 175 Metern wird er Deutschlands höchstes Hotel: Der Estrel Tower. Im Herbst 2020 beginnen die Bauarbeiten für das Gebäude in Berlin-Neukölln. Die Fertigstellung des jüngsten Projekts des Estrel-Eigentümers und Bauherren Ekkehard Streletzki ist für 2024 geplant. Gegenüber des bestehenden Estrel Berlin – auf der südlichen Seite der Sonnenallee – entsteht ein Hotelurm mit 750 Zimmern und Suiten, der mit seinen 175 Metern Höhe Berlins höchstes nicht-technisches Gebäude sein wird. Im schrägen Dachbereich des Hochhauses wird es eine Sky Lounge mit Außenterrasse geben. Direkt angegliedert an den Tower sind zudem Veranstaltungsflächen, die sich zum Neuköllner Schifffahrtskanal und seiner öffentlich zugänglichen Promenade hin öffnen sowie ein Spa- und Fitnessbereich, gastronomische Einrichtungen und ein Parkhaus mit 500 Stellplätzen parallel zur Autobahn. Mit dem derzeitigen Ausbau der A 100 bekommt das Estrel zudem eine eigene Autobahnabfahrt.

www.estrel.com

Neuer Chef des Berlin Convention Office

Marco Oelschlegel ist neuer Chef des Berlin Convention Office (BCO) von *visitBerlin*. Er ist seit 14 Jahren bei der Berlin Tourismus & Kongress GmbH tätig. Stellvertretende

Geschäftsbereichsleiterin ist Sandra Wilking. Das Kongressgeschäft hat sich in den letzten Jahren zu einem wichtigen Wirtschaftsfaktor für Berlin entwickelt. Laut offizieller Statistik besuchten 2018 etwa 12 Millionen Teilnehmer rund 143.390 Veranstaltungen. Der Tagungs- und Kongressmarkt generierte mehr als acht Millionen Übernachtungen.

www.visitBerlin.de

Neues Verkaufsteam im Schlosshotel Berlin by Patrick Hellmann

Das Schlosshotel Berlin by Patrick Hellmann stellt sein Verkaufsteam neu auf. Seit dem 1. Januar 2020 leitet Alejandra Grispi als Director of Sales den Verkauf im Luxushotel in Grunewald.

Alejandra Grispi bringt langjährige Erfahrungen aus ihren Tätigkeiten als Verkaufsleiterin und Beraterin für hochwertige Reisen bei früheren Projekten in Paris, Toulouse, Buenos Aires und Berlin mit. Als gebürtige Argentinierin spricht Alejandra Grispi sechs Sprachen fließend und ist sowohl mit dem lokalen, als auch dem ausländischen Luxus-Markt sehr vertraut.



Alejandra Grispi

© Schlosshotel Berlin

Das Verkaufsteam wird zudem unterstützt von Christian Ziłinski-Meyer, Marketing and Digital Content Manager. Der 38jährige verfügt über fast zehn Jahre Berufserfahrung im Bereich Marketing.

www.schlosshotelberlin.com

Fairmas expandiert nach Spanien

Carla Richart, bei der Fairmas GmbH verantwortlich für Business Development für den spanischen Hotelmarkt, wechselt von Berlin nach Valencia. Lange bevor die Digitalisierung in der Hotellerie richtig Fahrt aufgenommen hatte, erwarben sich Fairmas mit ihrer Softwarelösung zum Hotel-Benchmarking den Ruf als Hotelspezialist für Prozessoptimierung durch intelligente Softwarelösungen. Heutiges Kernstück der Fairmas-Lösungen ist die Finanzplanungssoftware FairPlanner.

www.fairmas.com

Mehr Regionalität im Restaurant Le Faubourg

Ab sofort prägt Sebastian Leyer die Küche im Restaurant Le Faubourg im Sofitel Berlin Kurfürstendamm. Als neuer Küchenchef will er Bewährtes erhalten und mit frischen Ideen Nachhaltigkeit und Regionalität etablieren. So bleibt das Konzept „modern french und casual chic“, bei dem Sebastian Leyer sein Küchenteam zurück zu alten Traditionen führt. Sebastian Leyer ist kein Unbekannter in der Berliner Gastro-Szene: Zuletzt hat er als Küchenchef im Pauly-Saal die französische Sterne-Küche mitgestaltet.

www.lefaubourg.berlin

METRO AG erweitert das Service- angebot um Finanzdienstleistungen

Serviceangebot für unabhängige Gastronomen: Um Kunden auch in Sachen Finanzierung zu unterstützen, pilotiert die METRO AG unter der Marke GastroFinanz in einem ersten Schritt Kreditlösungen der Fintech-Unternehmen auxmoney und iwoca in Höhe von bis zu 100.000 Euro. Diese geben Gastronomen die Chance, in Zeiten finanzieller Engpässe schnell und ohne hohen bürokratischen Aufwand Liquidität zu erhalten. In der ersten Testphase in Deutschland liegt der Fokus auf Geschwindigkeit und Einfachheit des Kreditantrages. Der Großhändler treibt mit dieser Form strategischer Partnerschaften und unter dem Dach Wholesale 360 die Ausrichtung als vollumfänglicher Lösungsanbieter für kleine und mittelgroße Unternehmen voran.

www.metroag.de

The Circus mit neuem gastronomischen Konzept

Seit 1997 bestimmt The Circus die Hostel- und Hotelszene in Berlin mit. Nun geht das Team um Gründer und Mitgesellschafter Andreas Becker einen entscheidenden Schritt und startet im Sommer 2020 eine umfassende Renovierung des Hotels. Die Gastronomie im The Circus Hotel wird als Partner künftig Felix Mielke übernehmen, der mit seinem Schüsseldienst in Schöneberg seit April 2019 die Imbiss-Kultur revolutioniert und mit seiner Idee auch den Gault&Millau beeindruckte. Mit seiner Einstellung, sich durch Konventionen keine Grenzen setzen zu lassen, ist der ehemalige Haute-Cuisine-Küchenchef des Le Faubourg die ideale Ergänzung zum innovativen Circus-Team.

www.circus-berlin.de



Das MOA Berlin eröffnete neuen kulinarischen Hotspot

Das Mercure Hotel MOA Berlin wächst weiter: Mit dem Restaurant MOA EAT wurde Anfang Oktober ein neuer 1.700 Quadratmeter großer gastronomischer Hotspot eröffnet. Kulinarisch präsentiert sich die Küchencrew nun mit einer Show-Küche, in der vor allem regionale und saisonale Gerichte im Fokus stehen.

Die neue Restaurant-Location bringt neben ihrer Größe noch weitere Vorteile: Der separate Eingang zum Restaurant spricht nun auch Gäste an, die nicht im MOA Berlin übernachten. Highlight ist die ganztägig geöffnete Show-Küche. Für die Kommunikation unter den Gästen und zum Genießen von Cocktails oder Longdrinks steht die MOA BAR bereit, die ebenfalls in die neuen Räume umgezogen ist.

www.hotel-moa-berlin.de



© Mercure Hotel Moa Berlin

Berlin MICE Summit: Fit für die Zukunft

Rund 250 Vertreter der Berliner Meetingbranche, der Hotellerie und der Berliner Politik und Verwaltung kamen auf Einladung des Berlin Convention Office von *visitBerlin* zum dritten Berlin MICE Summit im Westhafen Event & Convention Center zusammen. Gemeinsam diskutierten sie über Herausforderungen wie den Fachkräftemangel und entwickelten Ideen, um Berlin im heiß umkämpften Markt für Meetings, Incentives, Conferences und Exhibitions (MICE) auch für die Zukunft führend aufzustellen. Die MICE-Branche ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für die Stadt: 2018 generierte sie 2,63 Milliarden Euro, rund 44.100 Arbeitsplätze werden durch den Veranstaltungsmarkt in Berlin gesichert. Zu den Veranstaltern des MICE Summit gehört auch der DEHOGA Berlin.

 www.BerlinMICESummit.visitBerlin.de

IHK-Siegel „Exzellente Ausbildungsqualität“ für Hotel Palace Berlin

Das privat geführte Hotel Palace Berlin hat erneut das IHK-Siegel „Exzellente Ausbildungsqualität“ erhalten. „Wir bieten unseren Auszubildenden eine Vielzahl an internen Schulungsangeboten, um die Schlüssel-Kompetenzen jedes Einzelnen zu fördern. Daneben ist uns die Motivation unserer Auszubildenden von großer Bedeutung. Die komplexen Abläufe in der Hotellerie verlangen den jungen Menschen viel ab. Deshalb ist es wichtig, dass sie zusammenhalten und täglich aufs Neue motiviert sind“, erklärt Roman Krieger (Director of Quality & Training).

© Hotel Palace Berlin



 www.palace.de

Chefs Culinar setzt auf To Go

Am 29. und 30. März erwartet CHEFS CULINAR zu seiner B2B-Foodmesse in Berlin mehr als 10.000 Gäste. Auf 17.000 Quadratmeter sind 180 Aussteller versammelt. Ein Schwerpunkt: der To-Go-Boom. CHEFS CULINAR hat hierfür einen eigenen Themenbereich eingerichtet, das Sortiment um Ready-to-Eat- und Ready-to-Heat-Lösungen erweitert und setzt auf moderne, nachhaltige Lösungen. Dazu passend ist auch die Messe Berlin nach dem Let's Go Green-Konzept organisiert. Statt Einweg-Besteck nutzt man Gläser, Becher und Besteckteile und

30-jähriges Jubiläum von Mosaik-Service

Mosaik-Service, eines der größten Inklusionsunternehmen der Hauptstadt, feiert sein 30jähriges Bestehen. Als Betreiber der Gastronomie etwa im Jagdschloss Grunewald, im Konzerthaus Berlin oder auch in der Schwartzschen Villa in Steglitz ist die Integrationsgesellschaft mit ihren knapp 160 Mitarbeitern nicht mehr aus der Berliner Gastronomieszene wegzudenken. Zudem gibt es noch die Sparten Gebäudereinigung, Büromanagement und den Malereibetrieb Palette. Die Jubiläumsfeier findet am 20. Februar 2020 im Restaurant Charlottchen statt, dem Tag der sozialen Gerechtigkeit.



MOSAIK

© TEAM CODE ZERO

 www.mosaik-berlin.de

Wechsel im Hotel Adlon Kempinski

Nach drei Jahren erfolgreicher Führung des 5-Sterne-Hotels Adlon Kempinski in Berlin übergibt Matthias Al-Amiry an Michael Sorgenfrey. Al-Amiry kehrt zurück nach Asien, wo er als Managing Director die Leitung des The Capitol Kempinski Singapores übernimmt. Sorgenfrey, ist ein bekanntes Gesicht im Adlon und in der deutschen Hauptstadt. Bereits in den Jahren 1997–1999 war er als Food & Beverage Operations-Manager maßgeblich an der erfolgreichen Wiedereröffnung des Hotel Adlon Kempinski Berlin beteiligt; 2002 kehrte er bereits für drei Jahre als Hotel-Manager an die bekannte Wirkungsstätte zurück. „Bekanntlich sind aller guten Dinge drei und daher freue mich sehr, wieder ins berühmte Hotel Adlon Kempinski Berlin zurückzukehren“, so Michael Sorgenfrey.

 www.kempinski.com



© Karin Poltoraczkyk

errichtete eine zentrale Spülküche. Zweites großes Thema: Für die neue Marke Sea Culinar hat Deutschlands führender Foodservice in Dänemark eine eigene Fisch-Manufaktur etabliert. Eine Anmeldung zur Messe ist online möglich auf

 www.chefsculinar.de



Beim Bezahlen bestens bedient

Akzeptieren Sie bargeldlose
Zahlungen - immer und überall.

**Jetzt Angebot
anfordern!**

retail.sales@wirecard.com
0800 1111 227

- ☑ **Schnelle, sichere Zahlungsakzeptanz**
- ☑ **Kontaktlose Zahlungen möglich**
- ☑ **Flexibel einsetzbare Terminals**

Alle Terminals unterstützen digitale Zahlarten wie Google Pay und ApplePay.
Jetzt informieren und das passende Modell finden. Treffen Sie uns auf der INTERNORGA 2020
am Messestand von ASSA ABLOY Hospitality GmbH in Halle B3.EG, Stand 206.

wirecard

B Lesezirkel Brabant

Zeitschriften mieten statt kaufen



Für Ihre Gäste unser Service-Lesepass

GASTRO-MAPPE



**WUNSCH
ZEITUNG
1 JAHR
GRATIS**

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

am KIOSK 29,80 €

im LESEZIRKEL

wöchentlich
nur 7,90 €

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

... oder freie Auswahl aus
mehr als 190 Zeitschriften

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

Deutsche Hotelklassifizierung



Erstklassifizierungen:



Living Hotel Weissensee



Garni
Hotel A25

Folgeklassifizierungen:



Superior
ApartHotel Residenz
am Deutschen Theater



Garni
Hotel Berliner Bär



Betriebsjubiläen im März

Cappuccino Gatow 5 Jahre ■ Dreizehn 5 Jahre ■ EnergieHotel Berlin City West 10 Jahre ■ Florida Eiscafé 15 Jahre ■ Green Door 25 Jahre ■ Lenzig 15 Jahre ■ Provocateur 100 Jahre ■ Ristorante „La Fattoria“ 35 Jahre ■ Rudower Tönnchen 5 Jahre ■ Sportsbar Metropol 15 Jahre ■ Titanic Gendarmenmarkt Berlin 5 Jahre ■ Wild at Heart 25 Jahre ■ Zollpackhof 15 Jahre

Mitgliedschaftsjubiläen im Februar

2A Hostel 5 Jahre ■ Abseitsfalle 5 Jahre ■ Angleterre Hotel 15 Jahre ■ Café Mein Haus am See 10 Jahre ■ DIEHOGA Denkfabrik GmbH 15 Jahre ■ easyHotel Betreiber am Hackeschen Markt 10 Jahre ■ Eis Franz Hennig 15 Jahre ■ Green Door 25 Jahre ■ Hotel Sarotti-Höfe 5 Jahre ■ Il punto 10 Jahre ■ KIMCHI PRINCESS KOREAN RESTAURANT 10 Jahre ■ Lois 10 Jahre ■ Mädchenitaliener 10 Jahre ■ Michels Apart Hotel 20 Jahre ■ Mikri Patrida by Terzo Mondo 10 Jahre ■ Monopol Catering 5 Jahre ■ NH Collection Berlin Mitte am Checkpoint Charly 20 Jahre ■ Putbresi's Imbiss 5 Jahre ■ Relaxa Hotel Stuttgarter Hof Berlin 15 Jahre ■ Ristorante Piccolo Mondo 5 Jahre ■ Soho House Berlin 10 Jahre ■ Spice India Restaurant 10 Jahre ■ Vaporetto 10 Jahre

Der Verband begrüßt herzlich seine neuen Mitglieder

- Bobbe Speisesalon
- Café Kiezkind
- Château9
- KPM Hotel & Residences
- Kranbar
- NEO HOSTEL Berlin
- Pane Vino
- The Neighborhood



Save the Date

WICHTIGE TERMINE FÜR MITGLIEDER

Mittwoch, 22. April 2020	Kassennachschau	Mercure Hotel MOA Berlin
Samstag, 25. April bis Montag, 27. April 2020	YoungStars – Wettbewerb der Gastgeber Wettkampf IHK Berlin und Siegerehrung	Ort wird noch bekannt gegeben
Montag, 11. Mai 2020	DEHOGA Berlin Vollversammlung	Ort wird noch bekannt gegeben
Montag, 25. Mai 2020	Gastro Business Club	Ort wird noch bekannt gegeben
Montag, 17. August 2020	Sommerfest mit <i>visitBerlin</i> und <i>visitBerlin</i> Partnerhotels e. V.	Tipi am Kanzleramt

Neuer Wind im Brechts Steakhaus

Das Brechts Steakhaus mit Schwerpunkt Steak und seiner internationalen, deutsch-österreichischen Küche war Bertolt Brechts Lieblingsrestaurant!



© Brechts Steakhaus

Der Schiffbauerdamm befindet sich zentral am Bahnhof Berlin-Friedrichstraße. In bester Lage der Innenstadt und doch idyllisch an der Spree, finden Sie das „Brechts“, direkt neben dem Berliner Ensemble, dem legendären Brecht-Theater. „Genuss und Gastlichkeit“ lautet hier das Motto, welches auch schon viele Künstler und Schauspieler sowie bekannte Gesichter aus der Politik ins Restaurant geführt hat.

Christoph Ganzert ist neuer Küchenchef im Brechts Steakhaus. Der 33-Jährige hat sich auf Fleisch spezialisiert und verwöhnt seine Gäste mit feinsten Gerichten vom irischen Weiderind, 100% grasgefüttert. „Frische Produkte zu verwenden ist mein Hauptanliegen“, sagt er.



Wie auch beim Simmentaler Rind ist die Herkunft und eine fachgerechte Veredelung wichtig. Steak-Kenner lieben das Dry-Aged-Fleisch, das in Brechts Steakhaus vor aller Augen und unter Kontrolle von Ganzert heranreift. Auf der Karte stehen echte Grillklassiker wie Tomahawk Dry Age, Double Flank, Spare Ribs oder die beliebten Burger mit hausgemachten Soßen und Süßkartoffelpommes. Passend dazu finden sich auf der Weinkarte überwiegend prämierte Weine deutscher Winzer. Annähernd 100 ausgezeichnete deutsche Weine, zum großen Teil vom Falstaff

Gourmetguide bewertet, bieten höchsten Weingenuß aus allen deutschen Anbauregionen. Sie finden vom Riesling, Grauburgunder bis zur Scheurebe eine hervorragende Auswahl deutscher Weine von einfachen Lagen, bis zum großen Gewächs. Zudem gibt es passend zu den internationalen Grillspezialitäten Weine aus Chile, Südafrika, Kalifornien oder Argentinien.

Das Restaurant ist fußläufig vom Bahnhof Friedrichstraße zu erreichen und bietet seine Speisekarte auf Deutsch, Englisch und Spanisch an. Die Terrasse mit Spreeblick ist fast ganzjährig geöffnet.

www.brechts.de

Specialangebot zur ITB:

Das Steakhaus Brechts präsentiert ein 3-Gänge-Menü ab 34,50 Euro pro Person. Reservierungen sind erwünscht unter Tel. 030. 27572037.

Umsatzsteuer – Sauna oder Schwimmbad, das ist hier die Frage!

Der Eintritt in eine Sauna ist mit 19% Umsatzsteuer zu besteuern.

Bei einem Schwimmbad fallen 7% Umsatzsteuer an. Welcher Steuersatz bei der Kombination beider Leistungen zur Anwendung kommt, hat das

Bundesfinanzministerium mit BMF-Schreiben vom 18. Dezember 2019 erläutert.

Definition Schwimmbad

Für die Anwendung des richtigen Steuersatzes ist es wichtig zu wissen, was man unter einem Schwimmbad versteht. Ein Schwimmbad ist nach Ansicht des Bundesfinanzministeriums ein Becken, welches sich zum Schwimmen eignet. Das Becken muss ausreichend breit und tief sein und das Schwimmen oder andere sportliche Betätigungen ermöglichen.

Umsatzsteuer bei Einheitspreis ohne Einzelbuchungsmöglichkeit

Wird für die Schwimmbad- und Saunanutzung nur ein Preis erhoben, ohne dass eines davon einzeln gebucht werden kann, sind grundsätzlich 19% Umsatzsteuer zu erheben (Beispiel: Gemeinsame Nutzung von Sauna und Schwimmbad für 23 Euro). Nur wenn die Saunanutzung eine völlig untergeordnete Bedeutung einnimmt, können 7% Umsatzsteuer angesetzt werden (Beispiel: Kleine Dampfgrotte in einem großen Schwimmbad).

Umsatzsteuer bei erkennbar selbständigen Leistungen

Werden für das Schwimmbad und die Sauna jedoch erkennbar getrennte Entgelte erhoben, dann liegen selbständige Hauptleistungen vor. Das Entgelt für das Schwimmbad ist dann mit 7% Umsatzsteuer zu besteuern und die Sauna mit 19%.

Beispiel:

Der Eintritt in ein Schwimmbad kostet 18 Euro. Die Nutzung der Sauna kostet zusätzlich 20 Euro. Für das Schwimmbad gilt der reduzierte Mehrwertsteuersatz von 7%. Für die Saunanutzung gelten 19%.

Variante:

Wie im Beispiel zuvor werden für das Schwimmbad und die Sauna getrennte Ent-

gelte erhoben. Zusätzlich gibt es ein Sonderangebot, mit dem beides zusammen für 23 Euro genutzt werden kann. In dieser Konstellation ist für den Kunden erkennbar, dass es sich grundsätzlich um Einzelleistungen handelt, die nur als Sonderangebot gebündelt worden sind. Hier ist das Entgelt grundsätzlich nach dem Verhältnis der Einzelverkaufspreise aufzuteilen und für den Schwimmbadanteil 7% Umsatzsteuer und für die Saunanutzung 19% Umsatzsteuer anzusetzen.

Berechnungsbeispiel auf Basis des BMF-Schreibens:

18 € zu 20 € = 47 % (Schwimmbad) zu 53 % (Sauna)	
23 € x 47 % =	10,81 € (Preisanteil Schwimmbad)
23 € x 53 % =	12,19 € (Preisanteil Sauna)
Schwimmbad- nutzung:	10,81 € x 100/107 = 10,10 € (Bemessungsgrundlage)
	10,10 € x 7 % = 0,71 € (Umsatzsteuer)
Sauna- nutzung:	12,19 € x 100/119 = 10,24 € (Bemessungsgrundlage)
	10,24 € x 19 % = 1,95 € (Umsatzsteuer)

Das BMF-Schreiben mit weiteren Beispielen kann unter www.bundesfinanzministerium.de abgerufen werden.



Der Autor, René Kienker, ist Justiziar im DEHOGA Berlin und steht für Fragen gerne zur Verfügung. Tel. 030. 31804819



DIESER MOMENT
VERDIENT EIN JUBI.