

hoga *AKTIV*

Das Magazin für Berliner Gastgeber

Welcome!

Es ist Sommer
in Berlin





DU BIST BERLIN?

primetimetheater.de

wir ooch.

”

Das Wichtigste im Leben, neben der Liebe und der Gesundheit, ist der Humor.

“



Pressestimmen

„Pralles Volkstheater“

Die Welt

„Dit musste dir ankieken“

Tip

„Das neue Volkstheater“

Taz

„GWSW ist klasse und Kult“

Berliner Morgenpost

„Berlins witzigste Off-Bühne“

BZ

Kiez-Theater aus dem Wedding

Infos, Tickets und Termine

www.primetimetheater.de

Besucherstimmen

„Hier gibt's ordentlich was zu lachen und jeder Kiez bekommt sein Fett ab. Wirklich unterhaltsam und sehr zu empfehlen.“

„Absolut empfehlenswert! Ein Stück Berlin: humorvoll, lebensfroh und immer einen Besuch wert.“



„Kleines, feines Theater mit viel Humor und persönlichem Touch von der Eingangstür bis zum Sitzplatz. Immer eine gute Atmosphäre! Auch für Theatermuffel geeignet ;-)"

„Tolles Erlebnis. Wenn man 1 Folge „Gutes Wedding, schlechtes Wedding“ gesehen hat, weiß man, dass man unbedingt wieder hingehen wird.“



AKTUELL

Editorial: Reicht das für morgen?	4
60 Airlines, 146 Ziele, 49 Länder Interview mit Aletta von Massenbach Vorsitzende der Geschäftsführung der Flughafen Berlin Brandenburg GmbH	5

WIR IN BERLIN

Noch vielfältiger, attraktiver und wertiger: Die sieben neuen Ausbildungen im Gastgewerbe	8
Verbundberatung: Mehr Verbundausbildung mit Neuordnung der gastgewerblichen Berufe	13
BOA: Mentoring für Auszubildende	14
Eine Perspektive für eine bessere Zukunft	16
visitBerlin: Berlin braucht seine Gäste	17
Welt im Wandel: Mitarbeiterplanung und -gewinnung	18
Gemeinsam für die Belange der Branche Die neue Doppelspitze der <i>visitBerlin</i> Partnerhotels	19

DEHOGA BERLIN-PARTNER

MEIKO: Weil jeder sofort etwas für die Umwelt tun sollte!	22
Terra Naturkosthandel: Bio. Unser Umland. Unsere Überzeugung	23
BODDY: Wie steht es um die Gesundheit Ihrer Gäste?	24
satispay: Die Zukunft des Bezahlens	25
NEWS	26

MITGLIEDER

Französische Küche im Melt	29
Jubiläen im Juli/August 2022	
Neue Mitglieder	
Deutsche Hotelklassifizierung	
Save the Date – wichtige Termine	30

RECHT & RAT

Neue Registrierungspflicht bei Verwendung von Einwegverpackungen	31
---	-----------

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 Gräfin von Kageneck, +49 30.318048-16, projekte@dehoga-berlin.de · Verantwortlich für den Inhalt: HOGA Berlin Service GmbH, Thomas Lengfelder (Geschäftsführer)

Verlag und Gesamtherstellung: RAZ Verlag und Medien GmbH, Am Borsigturm 15, 13507 Berlin, www.raz-verlag.de; info@raz-verlag.de, Tel: +49 30. 43777820, Geschäftsführer: Tomislav Bucec, Layout: Astrid Güldemann, Druck: PIEREG Druckcenter Berlin GmbH · Titelfoto: © Michael_Schulz_Berlinstagram

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 2022.

Reicht das für morgen?

Liebe Mitglieder des DEHOGA Berlin,
liebe Leser*innen,

so können wir nicht in die Zukunft gehen. Wir dürfen nicht am Rand stehen. Können es uns nicht erlauben zuzusehen und auf Initiativen anderer zu hoffen. Können es uns nicht erlauben stehenzubleiben, abzuwarten und nur zu hoffen. Wir müssen handeln. Als Unternehmer. Als Manager. Als Menschen mit Verantwortung. Deswegen bin ich im Präsidium des DEHOGA Berlin. Die Themen, die unsere Branche vorantreiben, die uns bewegen und verändern, lassen mich nicht los.



© DEHOGA Berlin

*Wir müssen
das Momentum
nutzen und uns
weiterentwickeln.*

Vor gut zwei Jahren war ich in Elternzeit. Bin nach dem Herunterfahren meines eigenen Betriebs in eine Auszeit gegangen und musste mitansehen, wie wir als Branche durch den Lockdown navigierten, wie wir Menschen in Kurzarbeit begleiteten und wie wir um unsere Existenz bangten und dies heute an so vielen Stellen noch nicht überwunden haben. Die Geschäfte laufen wieder. Und doch ist vieles anders. Die Fachkräfte fehlen. Lieferketten haken und die Erwartung der Gäste trifft auf Betriebe, die noch vor wenigen Monaten ein düsteres Bild der Zukunft zeichnen mussten und heute mit fast immer zu wenig Personal hohe Auslastungen fahren.

Genau das ist mein Thema. Sowohl in der Tarifkommission des DEHOGA Berlin, als auch im Präsidium in meiner Rolle dort. Die Aufgaben rund um die Fachkräftesicherung, die Ausbildung und Förderung neuer Talente sind ein Dauerbrenner. Wir brauchen neue Denkansätze. Wir brauchen Arbeitsbedingungen, die mit der Zeit gehen. Wir müssen das Momentum nutzen und uns weiterentwickeln. Es geht nicht nur um Arbeitsbedingungen, um flexiblere Arbeitszeitlösungen und Gehalt. Es geht um mehr.

Wir alle müssen uns dafür einsetzen, das angeschlagene und oftmals graue Image der Branche zum Strahlen zu bringen. Wir bieten Ausbildungsberufe, die vielseitig und abwechslungsreich sind, die ein sicheres Fundament für eine erfolgreiche persönliche Entwicklung legen. Junge Fachkräfte in der Hotellerie und Gastronomie können so einfach die Türen in Richtung Zukunft öffnen. Weg mit den verstaubten Klischeebildern. Her mit der Darstellung einer attraktiven Branche mit engem Kontakt zu Menschen, mit Vielfalt und Diversität, mit internationaler Perspektive und lokaler Verbindung.

Dahinter verbirgt sich sehr viel Arbeit. Und ich sehe, wie wir im Präsidium intensiv, geschlossen und engagiert uns diesen Herausforderungen stellen. Ich sehe lebhaft Diskussionen und Diskurse und erlebe den Mut, vieles auf den Prüfstand zu stellen und sich konsequent zu hinterfragen, ob das Bisherige für die Zukunft reicht. Und es reicht noch nicht. Es braucht Visionen, die ein Kompass sind. Und es braucht zugleich die Perspektive auf gegenwärtige, alltägliche Aufgaben und Probleme.

Das werden wir als Präsidium in den kommenden Monaten noch stärker kommunizieren. Ohne starken, aktiven Verband werden wir als Branche die verstaubten Klischeebilder als unattraktiver Arbeitgeber nicht los. Das ist unsere Aufgabe und steht auf der Agenda: Kommunikation! Damit Ihr alle davon profitiert. Wir sind ein starker Verband mit einer starken Stimme und starken Mitgliedern. Wir haben die Kraft die Chancen der Zukunft zu nutzen. Wann das losgeht? Es hat bereits begonnen!

*Ihre
Caroline Münter*

*Mitglied des Präsidiums des DEHOGA Berlin,
stellvertretende Vorsitzende
der Fachgruppe Hotellerie*

60 Airlines, 146 Ziele, 49 Länder

Aletta von Massenbach,
Vorsitzende der Geschäfts-
führung der Flughafen Berlin
Brandenburg GmbH (BER),
über Kapazitäten, Verbindungen
und Perspektiven



© Günter Wicker / Flughafen Berlin Brandenburg GmbH

Zur Person

1993	1. Juristisches Staatsexamen an der Universität Passau; 2. Staatsexamen bis 1996 in Bamberg
1997	Management-Trainee-Programm bei der Fraport AGEO
1997 bis 1999	Project Management für die Privatisierung der Flughäfen Santiago de Chile und der Berliner Flughäfen
1999 bis 2003	Geschäftsführung Fraport Peru, Leitung der Privatisierung des Flughafens Lima und Aufbau der der Konzessionsgesellschaft Lima Airport Partners
2004 bis 2012	Leitung verschiedener Flughafenprojekte, u. a. auf den Philippinen, in Portugal, Puerto Rico, Russland und Spanien
2012 bis 2016	CEO Fraport Twin Star Airport Management AD, Varna, Burgas und Antalya
2016 bis 2020	Senior Executiv Vice President und Geschäftsbereichsleitung Global Investments and Management Fraport
2020	Kaufmännische Geschäftsführerin der Flughafen Berlin Brandenburg GmbH
2021	Vorsitzende der Geschäftsführung des BER als Nachfolgerin von Engelbert Lütke Daldrup

Sie kannten den BER bereits als Kaufmännische Geschäftsführerin und sind seit Oktober 2021 Vorsitzende der Geschäftsführung der Flughafen Berlin Brandenburg GmbH. Wie bewerten Sie diese Zeit ökonomisch und aus persönlicher Sicht?

Die Pandemie hat sich gravierend auf den Luftverkehr und so auch auf die wirtschaftliche Situation des Flughafens Berlin Brandenburg ausgewirkt. Ich hätte mir nie vorgestellt, dass wir einen Flughafen am 31. Oktober 2020 eröffnen, um ihn kurz darauf fast wieder zu schließen, weil kaum noch Flugzeuge fliegen. Im Jahr 2020 hatten wir 9,1 Millionen Passagiere, das waren fast 75 Prozent weniger als im Vor-Corona-Jahr 2019. Im vergangenen Jahr waren es knapp zehn Millionen Passagiere. Und in diesem Jahr rechnen wir mit 17 Millionen Fluggästen. Damit liegen wir bei 50 Prozent des Wertes vor der Pandemie, als die Flughäfen Tegel und Schönefeld noch in Betrieb waren. Das sind wirklich bittere Einschnitte, die nicht nur wir zu verkraften haben. Die gesamte Luftverkehrsbranche hat unter der Pandemie hart gelitten, Hotels und Gastronomie natürlich auch. Und es ist ein sehr steiniger Weg zurück zur Normalität.

Wir sind kurz vor Start in die Sommerferien in Berlin und Brandenburg. Wie bereiten Sie sich auf den zu erwartenden Ansturm vor?

Die Passagierzahlen ziehen ja bereits seit den Osterferien deutlich an. Wir begrüßen aktuell jeden Tag mehr als 60.000 Fluggäste, an Spitzentagen wie freitags und sonntags sogar um die 76.000. Diese Zahl wird weiter steigen.

WIR IN BERLIN

Das freut uns wirklich sehr, gerade weil es eine gewisse Normalisierung in unserem gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Leben zeigt. Und es tut ja auch der gesamten Region wirtschaftlich gut, wenn wieder mehr Touristen kommen. Das ist aber auch eine große Herausforderung für uns als Flughafen und für unsere Prozesspartner. Wir brauchen täglich enge organisatorische Absprachen, damit alles weitgehend reibungslos läuft. Außerdem haben wir nachgebessert: Wir haben mehr Platz im Terminal 1 geschaffen, wir haben die Ausschilderung verbessert, wir optimieren weiter die Wegeführung, wir sanieren gerade die defekten Laufbänder...

Noch immer schreibt die Flughafengesellschaft Berlin-Brandenburg (FBB) rote Zahlen. Welche Maßnahmen stehen

auf der Agenda, um den eigenen Betrieb vollständig zu finanzieren? In welchen Zeiträumen denken Sie dabei?

Wir gehen weiterhin davon aus, dass wir ab 2025 wieder mit 36 Millionen Passagieren rechnen können wie vor der Pandemie. Operativ rechnen wir bereits 2022 mit einer schwarzen Null. Aufgrund der hohen Investitionen in der Vergangenheit sowie der damit verbundenen sehr hohen Schulden haben wir eine Teilentschuldung vorgeschlagen, die auch in den wesentlichen Komponenten von der EU-Kommission so genehmigt wurde. Dem Ganzen müssen jetzt noch die Parlamente zustimmen. Das ist sehr wichtig für uns, denn damit können wir bei Erreichen der Vor-Corona-Verkehrsvolumina wieder finanziell selbständig werden, was natürlich auch von uns eine hohe Kostendisziplin erfordert.



easyJet reduziert ihre Flieger am BER, weil die Kosten zu hoch sind. Gibt es Ihrerseits Bestrebungen, dem entgegenzuwirken?

Wir bedauern sehr, dass easyJet sieben ihrer 18 am BER stationierten Flugzeuge anderweitig einsetzen wird. Das zeigt deutlich, dass die Pandemie und ihre Folgen noch lange nicht überwunden sind und insbesondere auch, dass der für Berlin und Brandenburg so wichtige „incoming market“ noch nicht zurückgekehrt ist. Die Höhe der Flughafenentgelte am BER ist vergleichbar mit den Entgelten an anderen großen deutschen oder auch europäischen Flughäfen. Wir als Flughafen können aus Wettbewerbs- und Gleichbehandlungsgrundsätzen keiner einzelnen Airline Vergünstigungen bei den Flughafenentgelten anbieten. Man muss aber auch deutlich sagen, dass die Standortkosten an deutschen Flughäfen für die Fluggesellschaften unabhängig von den Flughafenentgelten im internationalen Vergleich sehr hoch sind. Es geht daher um einen strukturellen Kostennachteil aller großen deutschen Verkehrsflughäfen gegenüber vergleichbaren europäischen Airports, die die sogenannten Low Cost Airlines auch noch stärker treffen.

Wir als Gastgeber der Hauptstadt sehen starke Signale für einen Neustart des internationalen Messe- und Kongressgeschehens und hoffen auch beim Tourismus aus Asien und Übersee wieder auf Wachstum. Ist der BER dem gewachsen?

Selbstverständlich. Der BER hat eine moderne Infrastruktur und ausreichend Kapazitäten. Aktuell fliegen 60 Airlines zu 146 Zielen in 49 Ländern. Uns allen ist natürlich wichtig, dass die Hauptstadtregion angemessen neben Europa – und besser als 2019 – mit der Welt verbunden ist, damit eben auch internationale Messe- und Kongressteilnehmer effizient in die Hauptstadt fliegen können. Dafür brauchen wir gute Konnektivität und weitere Langstreckenziele, und dafür müssen wir gemeinsam an einem Strang ziehen. Dass United Airlines im März nach zwei Jahren Pause die Flüge nach New York

sehr erfolgreich wiederaufgenommen hat, ist ein ermutigendes Zeichen. Eine gute Nachricht ist zudem, dass Norse Atlantic Airways ab August vom BER nach New York und nach Los Angeles fliegt. Mit der Destination Los Angeles wird die Westküste direkt erreichbar. Das alles ist gut für die Verbindung der Hauptstadtregion mit den USA.

Messen und Kongresse brauchen die direkte Anbindung der großen internationalen Metropolen an Berlin. Können Sie als BER eigene Initiativen starten, um mehr Direktflüge zu akquirieren?

Wir sind kontinuierlich mit den Fluggesellschaften im engen Austausch, wir treffen uns auch auf Konferenzen und Messen, im Mai z. B. auf der Routes Europe in Norwegen, im Juni auf der Routes Asia in Thailand und dann auf der World Routes und auf der ITB Asia. Dazu gibt es reichlich Gespräche, auch mit der Politik oder Wirtschaftsverbänden, mit denen wir eng zusammenarbeiten.

Stichwort Sauberkeit. Umfragen zeigen, dass Fluggäste damit unzufrieden sind. Das betrifft insbesondere die Toiletten. Was unternehmen Sie? „Chefsache Klo“?

Natürlich. Wir gehen grundsätzlich allen Kritikpunkten nach. Hygiene und Sauberkeit sind sehr wichtig, damit sich unsere Gäste wohlfühlen. Und genau das wollen wir ja. Somit sind auch die Klos Chefsache.

Nervt es Sie manchmal, dass der BER so oft und immer wieder als „Pannenflughafen“ bezeichnet wird?

Mich nervt das weniger, aber unsere Mitarbeitenden haben das nicht verdient. Sie arbeiten alle hart und auch gern am BER. Viele Probleme betreffen nicht nur den BER, sondern auch andere Flughäfen. Zum Beispiel lange Wartezeiten bei den Sicherheitskontrollen oder beim Check-In. Überall ist die Personaldecke dünn, was auch eine Folge der Pandemie ist. Und überall wird sich bemüht, die Folgen so gering wie möglich zu halten.

Wo sehen Sie den BER in fünf Jahren?

Er steht finanziell auf eigenen Füßen. Es wird zudem von der Hauptstadtregion aus mehr Langstreckenverbindungen etwa nach Asien und Nordamerika geben, die mehr Geschäftsleute und Touristen in unsere Region bringen. Wovon nicht nur die Flughafengesellschaft, sondern die gesamte Region profitiert. Der BER ist und bleibt ein Wirtschaftsmotor, davon bin ich fest überzeugt.

Sie haben in vielen Ländern gearbeitet und leben nun in Berlin. Haben Sie trotz Lockdown und sehr viel Arbeit ein Lieblingsrestaurant gefunden?

Aufgrund meiner langen und unterschiedlichen Auslandstätigkeiten freue ich mich über viele hervorragende, auch internationale Konzepte in Berlin. Ganz besonders freut mich, dass die peruanische Küche hier so gut vertreten ist.

von Brigitte Menge

 www.berlin-airport.de



© Ekaterina Zersichikova / Flughafen Berlin Brandenburg GmbH

Noch vielfältiger, attraktiver und wertiger

Die sieben neuen Ausbildungen im Gastgewerbe

Die Ausbildung im Gastgewerbe – jetzt noch vielfältiger, attraktiver und wertiger. Mitte März wurden die neuen Ausbildungsordnungen und Ausbildungsrahmenpläne für alle gastgewerblichen Ausbildungen veröffentlicht. Pünktlich zum neuen Ausbildungsjahr am 1. August 2022 tritt dann das modernisierte und komplett neu strukturierte Regelwerk für die nunmehr sieben Ausbildungsberufe in Kraft.

Alle Ausbildungsinhalte wurden auf den neuesten Stand gebracht, Berufsprofile geschärft und attraktiver ausgestaltet. Teilweise haben Berufe eine neue Ausrichtung und neue Namen bekommen. Es gibt jetzt die Fachkraft für Gastronomie, die Fachleute für Restaurants & Veranstaltungsgastronomie sowie die Kaufleute für Hotelmanagement. Ganz neu ist die zweijährige Ausbildung zur Fachkraft Küche.

Zudem schaffen zwei neue Zusatzqualifikationen erstmals die Möglichkeit, bereits während der Ausbildung in eine spannende Spezialisierung einzusteigen. Köche können die Zusatzqualifikation „Vegetarische und vegane Küche“ erwerben. Speziell für die neuen ReVas wurde die Zusatzqualifikation „Bar und Wein“ konzipiert, die aber auch den Auszubildenden der anderen dreijährigen Berufe offensteht. Insgesamt mehr Wert gelegt wird auf Digitales, Verbraucherschutz, Nachhaltigkeit, Ernährungstrends und Teamwork.

Die Prüfungen wurden modernisiert und neu strukturiert. Wer einen zweijährigen Beruf lernt, bekommt Zeit und Prüfungsleistungen angerechnet, wenn er danach im dreijährigen Beruf weitermacht.

- Hotelfachmann/Hotelfachfrau
- Kaufmann/Kauffrau für Hotelmanagement (Weiterentwicklung aus Hotelkaufmann/-frau)
- Fachmann/Fachfrau für Restaurants und Veranstaltungsgastronomie (Weiterentwicklung aus Restaurantfachmann/-frau)
- Fachmann/Fachfrau für Systemgastronomie
- Fachkraft für Gastronomie mit den Schwerpunkten Restaurantservice oder Systemgastronomie (Weiterentwicklung aus Fachkraft im Gastgewerbe)
- Koch/Köchin
- Fachkraft Küche



Alleskönner & Alleskenner

Hotelfachleute sind wahre Allrounder, die sich in den unterschiedlichsten Bereichen eines Beherbergungsbetriebs bestens auskennen. Sie betreuen die Gäste von der Ankunft bis zur Abreise. Kernaufgaben dabei sind Reservierung und Empfang. Darüber hinaus werden Hotelfachleute gründlich ausgebildet im F&B-Bereich und im Housekeeping, in der Warenwirtschaft wie im Marketing. Sie überblicken die Schnittstellen zwischen den Abteilungen und sorgen dafür, dass die Qualität überall stimmt. Die professionelle Kommunikation mit den Gästen zieht sich wie ein roter Faden durch alle Tätigkeiten, sei es im persönlichen Verkaufs- oder Beratungsgespräch, am Check-in oder über die Online-Kanäle. Dabei spielt die Digitalisierung eine immer größere Rolle und so lernen Hotelfachleute jetzt noch mehr über die Arbeit mit Buchungsplattformen und IT-Hotelsystemen, das Channel- und Revenue-Management. Im Housekeeping und im F&B-Sektor werden weiterhin die Basics vermittelt, verstärkt aber auch die Kompetenzen, die es braucht, um diese Bereiche zu managen. Einen noch höheren Stellenwert hat zudem die Vorbereitung der Nachwuchskräfte auf spätere Führungsaufgaben.

Hotelfachmann/Hotelfachfrau



© DEHOGA_Svea Pietschmann

Analytiker mit Gastgeber-Gen

Aus den bisherigen Hotelkaufleuten werden die Kaufleute für Hotelmanagement. Kaufmännische, analytische und steuernde Aspekte stehen im Vordergrund. Kaufleute für Hotelmanagement sind die Steuermänner und Steuerfrauen im Hotel. Sie steuern den Vertrieb, planen Marketingmaßnahmen wie Personalprozesse und garantieren reibungslose Abläufe. Dafür erlernen sie das komplette Hotel-Einmaleins von der Reservierung und dem Empfang über F&B bis zum Housekeeping sowie zur Warenwirtschaft. Ziel der Ausbildung ist es, die angehenden Kaufmänner und Kauffrauen optimal auf eine spätere Tätigkeit in der Verwaltung und im Management eines Hotels vorzubereiten. Die Ausbildung ist eine echte Alternative zum Studium. Im dritten Ausbildungsjahr geht es vor allem um Prozesssteuerung und Controlling. Im Rahmen des Channel- und Revenue-Managements stehen die Analyse des Buchungsverhaltens der Gäste und der Vertriebskosten, die Kalkulation der Preise, die Entwicklung von Ratenstrategien und die Instrumente zur Ertragsoptimierung im Vordergrund. Auch im Bereich der Personalabteilung, in Einkauf und Warenwirtschaft sowie bei Veranstaltungen liegt der Fokus auf Planung, Auswertung und Steuerung.

Kaufmann/Kauffrau für Hotelmanagement



© DEHOGA_Svea Pietschmann

GASTRO

© DEHOGA_Thomas Fedra



Fachmann/Fachfrau für Restaurants & Veranstaltungsgastronomie

Markenbotschafter

Fachleute für Systemgastronomie sind gleichzeitig Gastro-Experten und Manager. Sie arbeiten sowohl vor als auch hinter den Kulissen. Im Rahmen eines festgelegten und in mehreren Betrieben eingesetzten Gastronomiekonzepts organisieren sie alle Bereiche eines Restaurants: Sie kümmern sich um das Wohl der Gäste und beraten diese. Sie sorgen dafür, dass die Ware am richtigen Platz ist und die Zubereitung von Speisen und Getränken sowie der Service funktionieren. Frühzeitig lernen sie, wie man Betriebsabläufe organisiert und steuert, nachhaltig handelt und Mitarbeitende richtig einsetzt und anleitet. Bei alledem stellen sie sicher, dass die Qualität immer stimmt und markenspezifische Standards in Produktion und Service sowie im Management eingehalten werden. Noch mehr Wert wird während der Ausbildung jetzt auf das Wissen zu Verkaufs-, Zahlungs- und Organisationsinstrumenten gelegt sowie auf moderne Liefer-, Verpackungs- und Abhol-systeme. Auch das Nachhaltigkeits- und Qualitätsmanagement spielen eine größere Rolle. Die Vorbereitung auf spätere Führungsaufgaben durch Knowhow zu Mitarbeiterführung und Management ist ein weiteres Schwerpunktthema der Ausbildung.

Service-Experte & Event-Spezialist

Die bisherigen Restaurantfachleute werden zu Fachleuten für Restaurants & Veranstaltungsgastronomie. Aber nicht nur der Name ist neu, sondern auch die inhaltliche Ausrichtung. Stärker in den Fokus gerückt sind Themen wie die Konzeption, die Organisation und die Durchführung von Veranstaltungen. Eine noch größere Rolle spielen zudem Produktkompetenz, die professionelle Gastkommunikation und die Verkaufsförderung. Ausbildungsinhalte zu Servicearbeiten sind offener gestaltet. Die Fachleute für Restaurants & Veranstaltungsgastronomie haben die Gastgeber-Rolle im Restaurant, an der Bar und bei den unterschiedlichsten Arten von Veranstaltungen. Sie beherrschen alle Abläufe, vom saison- und anlassbezogenen Vorbereiten der Räume über das Beraten der Gäste und das fachgerechte Servieren von Getränken, Speisen und Menüs bis zur Rechnungserstellung. Auch bei der Organisation und Durchführung von Tagungen, Banketts und Feiern behalten sie stets den Durchblick. Dabei haben die Service-Experten stets das Wohlergehen ihrer Gäste im Blick.

Fachmann/Fachfrau für Systemgastronomie



© DEHOGA_Svea Pietschmann



© DEHOGA_Svea Pretschmann

Fachkraft für Gastronomie mit Schwerpunkt Restaurant-service oder Systemgastronomie

Nah an den Gästen

Die bisherige Fachkraft im Gastgewerbe wird zur Fachkraft für Gastronomie. Fachkräfte für Gastronomie beherrschen die Grundlagen des Gastronomie-Einmaleins: Sie begrüßen und beraten Gäste, servieren Getränke und Speisen und kassieren. Die Fachkräfte sind Gesicht und Stimme ihres Betriebes gegenüber dem Gast. Ihre Aufgabe ist es, das Gast-erlebnis zu gestalten, freundliche und fach-kundige Berater, Verkäufer und Kümmerer zu sein. Dafür lernen sie auch in der Küche die Grundlagen über Lebensmittel und ihre Ver-wendung in der Gastronomie sowie im Wirt-schaftsdienst alles Wichtige zur Gestaltung und Pflege von Gasträumen. Azubis und Aus-bildungsbetrieb vereinbaren den Schwer-punkt Restaurant-service oder Systemgastro-nomie. Im Schwerpunkt Restaurant-service liegt der Fokus auf dem Bedienen von Gästen am Tisch und auf der Kommunikation mit den Gästen. Im Schwerpunkt Systemgastro-nomie wird insbesondere der Umgang mit den Mar-kenstandards vermittelt, die in den Ketten-betrieben von überragender Bedeutung sind, sei es in der Produktion oder im Umgang mit Gästen. Auf den jeweiligen Schwerpunkt ent-fallen vier Monate der Ausbildungszeit. Nach erfolgreichem Abschluss können Fachkräfte für Gastronomie mit einer Ausbildung zum/zur Fachmann/-frau für Restaurants & Veranstalt-ungsgastronomie oder zum/zur Fachmann/-frau für Systemgastronomie weitermachen.

Alles Wissenswerte
zur Neuordnung
www.dehoga-ausbildung.de



© DEHOGA Bayern

KÜCHE

Handwerker des guten Geschmacks

Köchinnen und Köche sind echte Genuss-Experten. Kern ihrer Aufgaben ist das Zubereiten von Speisen und Menüs. Dafür lernen sie alle wichtigen Arbeitstechniken und Wissenswertes über Lebensmittel – von Fleisch und Fisch über Pflanzenküche bis hin zu Desserts. Beim Kochen ist aber längst nicht Schluss, Köche sind die Profis für alle Abläufe und Planungen in der Küche und drumherum: Einkauf, Lager, Speisekartenerstellung gehören dazu. Sie organisieren die Küche und arbeiten kollegial mit dem Service zusammen. Qualität und Gästewünsche haben sie dabei stets im Blick. In der neuen Ausbildung spielen aktuelle Ernährungstrends und Gesundheitsaspekte eine noch größere Rolle als bisher. So gibt es jetzt die neue Zusatzqualifikation „Vegetarische und vegane Küche“. Noch mehr Wert gelegt wird zudem auf das Vorbereiten der jungen Köche auf spätere Führungsaufgaben durch die Knowhow-Vermittlung zu Mitarbeiterführung, Warenflüssen und Kosten.

Schnellstraße in die Profi-Küche

Erstmals gibt es mit der Fachkraft Küche einen zweijährigen Ausbildungsberuf speziell für die Arbeit in der Küche. Er ist theorie-reduziert und richtet sich damit insbesondere an Jugendliche, deren Stärken eher im Praktischen liegen oder die z.B. Mühe mit der deutschen Sprache haben. Fachkräfte Küche kennen sich aus mit dem Küchen-Einmaleins: Sie lernen die Verarbeitung und Zubereitung von Lebensmitteln aller Art. Sie wissen, wie einfache Speisen und Gerichte aus Fleisch, Fisch und Gemüse zubereitet werden. Sie können Salate und Desserts anrichten und garnieren und einfache Suppen und Soßen herstellen. Außerdem nehmen sie Waren an, lagern sie ein und kennen sich mit Hygiene aus. Der neue Ausbildungsberuf Fachkraft Küche richtet sich an alle, die professionelles Kochen von Grund auf praktisch lernen wollen, sich jedoch weniger mit Theorie und Zahlen beschäftigen möchten. Der neue Ausbildungsberuf in der Küche bringt neue Chancen für Ausbildungsbetriebe wie für Jugendliche und bietet gute Zukunftsperspektiven. Nach erfolgreichem Abschluss können Fachkräfte Küche mit der Ausbildung zum Koch oder zur Köchin die nächste Stufe erreichen.



© DEHOGA Hessen

Koch/Köchin



© DEHOGA_Svea Pleitschmann

Fachkraft Küche

Mehr Verbundausbildung mit Neuordnung der gastgewerblichen Berufe



Ehemaliger Azubi des Max-Planck-Institut für Bildungsforschung Omar Abdo,

© Copyright Verbundberatung / Amin Akhtar.

Mit der Neuordnung der gastgewerblichen Berufe zum 1. August 2022 ergeben sich relevante Änderungen in den Ausbildungsverordnungen. Neu sind zudem einige Berufsbezeichnungen. Sie lauten jetzt **Kaufleute für Hotelmanagement, Fachleute für Restaurant und Veranstaltungsgastronomie, Fachkräfte Küche (2-jährig) sowie Fachkräfte für Gastronomie (2-jährig). Hotelfachleute, Köche und Fachleute für Systemgastronomie behalten ihre bisherigen Namen.**

Die Neuordnung soll zukünftig stärker die Realität in der Gastronomie- und Hotellandschaft abbilden sowie die individuellen Bedürfnisse der Unternehmen bei der Ausbildung ihrer Fachkräfte besser berücksichtigen. Zwei mögliche Zusatzqualifikationen spiegeln auch in dieser Berufsgruppe den Trend zur Flexibilisierung der dualen Ausbildung wider.

Am Beispiel der Fachleute für Restaurant und Veranstaltungsgastronomie lässt sich der steigende Wert des Modells Verbundausbildung gut erläutern. Mit der Neuordnung entfallen nun 24 Wochen, statt wie bisher zwölf Wochen,

auf die Konzeption, Organisation und Durchführung von Veranstaltungen. Unternehmen, die keine Veranstaltungen anbieten, in diesem Beruf aber trotzdem ausbilden, werden in diesem Fall für eine nicht unerhebliche Zeit ihre Auszubildenden zu einem Partnerunternehmen entsenden. Mit diesem Wissen ist es ratsam, sich frühzeitig um eine Kooperation zu kümmern. Bei der Suche nach einem geeigneten Verbundpartner, bei der Vertragsgestaltung und dem Fördermittelmanagement unterstützt die Verbundberatung Berlin, ein Projekt der Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales, kostenfrei.

In den gastronomischen Berufen besteht die Möglichkeit die Zusatzqualifikation „Bar und Wein“ über acht Wochen mit einer zugehörigen Prüfung zu durchlaufen. Die angehenden Köche und Köchinnen können die Zusatzqualifikation „Vertiefung für vegetarische und vegane Küche“ in der gleichen Zeit absolvieren. Sollten die Inhalte nicht im eigenen Unternehmen vermittelt werden können, ist auch hier ein Verbundpartner die richtige Wahl.

Ebenfalls neu ist die gestreckte Abschlussprüfung für die dreijährigen Berufe. Somit kann auch die praktische Prüfungsvorbereitung in Kursen oder bei Verbundunternehmen auf die Abschlussprüfung Teil 1 – ehemals Zwischenprüfung – über die Förderrichtlinie der Berufsausbildung des Landes Berlin gefördert werden. Für weitere Informationen kontaktieren Sie Anika Harnoth von der Verbundberatung Berlin unter:

📧 harnoth@verbundberatung-berlin.de, Tel: 030. 63415201

🌐 www.verbundberatung-berlin.de



BOA – Mentoring für Auszubildende

Mit dem Projekt „Begleitung und Orientierung für Auszubildende“ unterstützt die kiezküchen gmbh im Rahmen des Berliner Landesprogramms Mentoring Erwachsene und Jugendliche bei ihrer Berufsausbildung. Die duale Berufsausbildung stellt Auszubildende vor verschiedene Herausforderungen und nicht immer läuft alles dabei glatt. Das Landesprogramm Mentoring soll genau hier präventiv und frühzeitig wirken. Mit unserer Hilfe verhindern Sie den Ausbildungsabbruch Ihrer Azubis!

Inhaltliche Schwerpunkte

Erfahrene Mentor*innen unterstützen und begleiten Auszubildende individuell beispielsweise beim Start in das Berufsleben, bei der Bewältigung ungewohnter Belastungen, Hilfe bei Unsicherheiten und Herausforderungen sowie in schwierigen Situationen.

Persönlicher Kontakt zwischen dem*der Auszubildenden und einer berufserfahrenen Person, die als Mentor*in dem*der Mentee ehrenamtlich Unterstützung, Zugang zu Netzwerken und Informationen bietet.

Mit dem Landesprogramm Mentoring soll die zu hohe Zahl vorzeitiger Ausbildungsabbrüche verringert werden.

Ablauf

- 1:1 Betreuung: Mentor*in ist eine vertrauensvolle und neutrale Ansprechperson, die Ihren Azubi individuell darin unterstützt, die Ausbildung erfolgreich zu absolvieren.
- Wissensvermittlung: Mentor*in gibt persönliches und fachliches Wissen im Rahmen regelmäßiger Treffen weiter.
- Lernunterstützung: Mentor*in unterstützt ergänzend bei Lernprozessen und Prüfungsvorbereitungen.
- Ratgeber und Coaching: Mentor*in führt zu neuen Sichtweisen und bringt Ihren Azubi dazu, Probleme selbstständig zu lösen und hilft bei Unsicherheiten und beim Durchhalten ungewohnter Belastungen.

Wer ist gemeint

- betriebliche Auszubildende in Berlin, die während ihrer Ausbildung durch eine einen Mentor*in unterstützt werden möchten
- junge Menschen in der Berufsausbildung in den Berufen: Restaurantfachmann*frau, Hotelfachmann*frau, Fachkraft im Gastgewerbe, Koch / Köchin, Hauswirtschafter*in, Fachmann*frau für Systemgastronomie, Tourismuskaufmann*frau



BOA – Begleitung und Orientierung für Auszubildende

Wir wenden uns an

- junge Menschen in der dualen Berufsausbildung in den Berufen Restaurantfachmann/frau, Hotelfachmann/frau, Koch/Köchin, Hauswirtschafter/in, Fachmann/frau für Systemgastronomie
- Persönlichkeiten mit Lebens- und Berufserfahrung, die als Mentorinnen und Mentoren junge Menschen in der Berufsausbildung unterstützen möchten

Wir bieten an

- individuelle Unterstützung und Begleitung von Auszubildenden durch erfahrene Mentorinnen und Mentoren, z. B. beim Einstieg in das Berufsleben, beim Durchhalten ungewohnter Belastungen, Hilfe bei Unsicherheiten und Herausforderungen sowie in schwierigen Situationen, ergänzende Unterstützung von Lernprozessen
- bedarfsorientierte Unterstützungsangebote des Mentorings durch Workshops mit fachlichen Inputs, organisierten Austausch der Mentorinnen und Mentoren, Beratung und Vermittlung in Konfliktfällen sowie eine Aufwandspauschale für Mentorinnen und Mentoren



Berater

Anton Aktas & Frank Zielske
kiezküchen gmbh
Atzpodienstraße 45-46, 10365 Berlin
Tel: 030. 554403535
Mobil: 0159. 04045876
@ aaktas@bildungsmarkt.org



GREIFF
SINCE 1802

**Nachhaltig.
Transparent.
Fair.**

**Berufsbekleidung
von GREIFF.**



greiff.de



WIR FÜHREN PRODUKTE MIT DEM SIEBEL:

**GRÜNER
KNÖPF**

SOZIAL. ÖKOLOGISCH. STAATLICH.
UNABHÄNGIG ZERTIFIZIERT.

Weitere Informationen auf: g-k.eu/greiff



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



Ihr GREIFF Händler:

Fliegel GmbH & Co. KG Textilservice

Weserstraße 118 | 12059 Berlin

Tel. +49 (0)30 3116290 - 20

info@fliegel-textilservice.de

www.fliegel-textilservice.de



Eine Perspektive für eine bessere Zukunft

Die Hauptaufgabe ist es, ukrainische Flüchtlinge auf ihrem Weg der Integration in Deutschland zu unterstützen, indem ihnen die Möglichkeit einer beruflichen Perspektive geben wird.

Für geflüchtete Menschen aus der Ukraine ist ein schneller Einstieg in den Arbeitsmarkt entscheidend, um in Deutschland nicht nur physisch, sondern auch mental und emotional anzukommen und finanziell auf eigenen Beinen zu stehen. Alla Belikova und ihr Team begleiten die Flüchtlinge ab der Ankunft in Deutschland, über die Registrierung bei der Ausländerbehörde bis hin zum Eintritt in den Arbeitsmarkt. Die geflüchteten Frauen mit ihren Kindern brauchen eine Zukunftsperspektive. Neben der schnellen Vermittlung von Sprachkursen und der zügigen Anerkennung ihrer beruflichen Qualifikationen muss auch die Kinderbetreuung gesichert sein. Das Projekt konzentriert sich auf das Hauptbedürfnis eines jeden Ukrainers, der aus der Ukraine geflohen ist – Zukunft und Stabilität. Stabilität wird durch jedes einzelne Teammitglied gewährleistet, der Unterstützung sucht und mit Rat und Tat zur Seite steht. Ohne eine berufliche Perspektive kann eine Zukunft nicht sicher sein.

Alla Belikova kam selbst vor 25 Jahren aus der Ukraine nach Deutschland. Als jüdischer Kontingent-Flüchtling weiß sie worauf es ankommt, wenn man sich schnell an die neuen Gegebenheiten anpassen muss. Als Gründerin von Perspective ist es ihr eine Herzensangelegenheit Geflüchteten aus der Ukraine bestmöglich bei der Jobsuche zu helfen und eine verlässliche Ansprechpartnerin zu sein.

Die Unterstützung gilt auch dem DEHOGA Berlin, denn die Branche braucht dringend neue Fachkräfte und die ukrainischen Flüchtlinge könnten den Berliner Arbeitsmarkt bereichern.

Für den kompletten Begleitungsprozess und der Betreuung bis zu 3 Monate nach dem Arbeitsbeginn eines Geflüchteten wird eine Vermittlungsgebühr in Höhe von 1.600–2.000 Euro erhoben.

Weitere Informationen erhalten Sie über die Website perspective-ua.world/

Alla Belikova, Mobil: 0176. 61708315
@ alla.belikova@gmail.com



Alla Belikova

Berlin braucht seine Gäste

Der Tourismus ist gut für die Stadt

Eine neue Kampagne von *visitBerlin* und der Visitor Economy stellt den Wirtschaftsfaktor Tourismus ins Rampenlicht

Nach einem starken Auftakt für den Berlin-Tourismus zu Ostern und der sehr guten Buchungslage der Hotels zu Himmelfahrt und Pfingsten blicken die Tourismusbranche und ihre Akteure optimistisch auf den Sommer. Unter dem Motto „Berlin braucht seine Gäste“ macht *visitBerlin* in den kommenden Monaten gemeinsam mit den Partnern aus der Visitor Economy sowie angrenzenden Wirtschaftszweigen darauf aufmerksam, wie wichtig die Gäste für die Stadt sind.

„Berlin braucht seine Gäste, weil sie unsere Wirtschaft stark machen und damit uns alle. Der Tourismus ist ein wichtiger Wirtschaftsmotor. Dadurch werden viele Arbeitsplätze geschaffen und viele Steuereinnahmen generiert, womit vieles in der Stadt bezahlt werden kann. Wir sind froh, dass die Touristen wieder in die Stadt kommen, dass die Restaurants, die Clubs, die Hotels wieder voll sind.“

Stephan Schwarz,

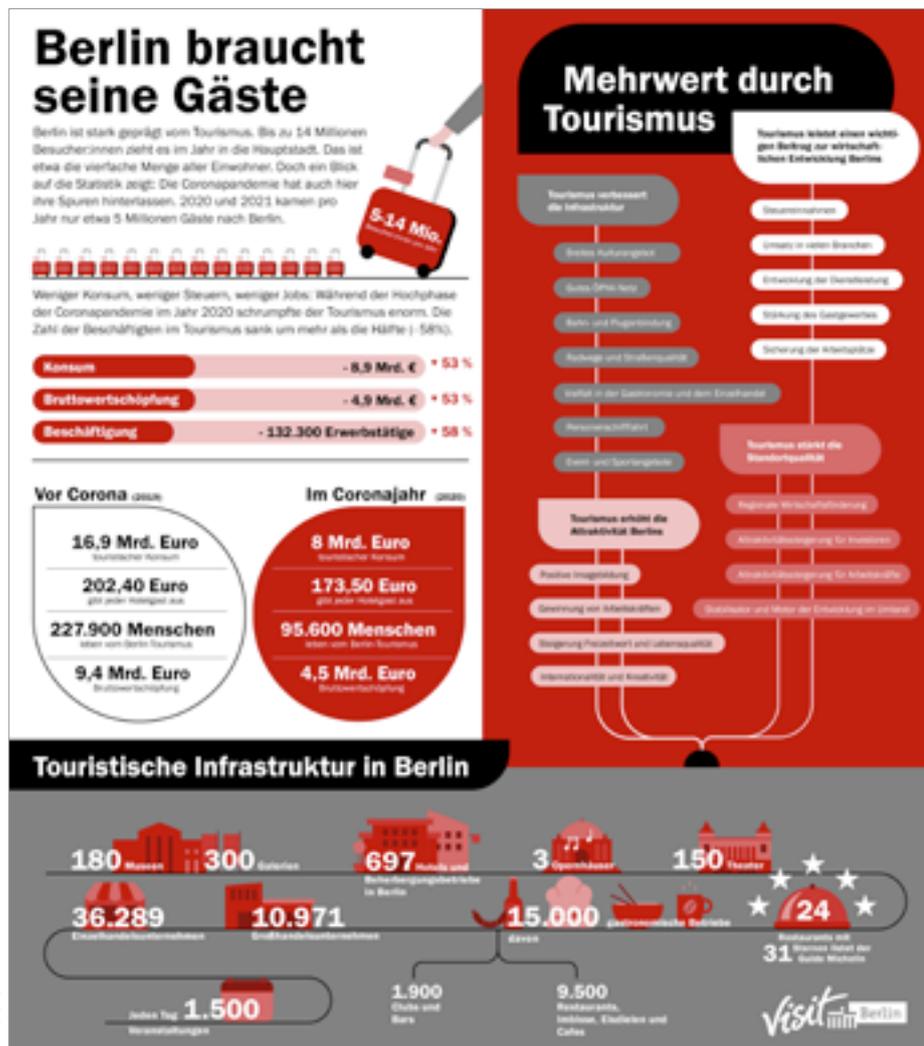
Berlins Senator für Wirtschaft, Energie und Betrieb

Bis Jahresende wird die Kampagne mit verschiedenen lokalen Maßnahmen wie Online-, Print- und Radiowerbung auf die Bedeutung des Tourismus aufmerksam machen. In einer Interviewserie hat *visitBerlin* bereits zahlreiche Vertreter*innen der Visitor Economy zum Thema „Was macht die Tourismusbranche aus?“ befragt, darunter Wirtschaftssenator Stephan Schwarz, Christina Aue, Geschäftsführerin des Berliner Fernsehturns, Robert Rückel, Vorsitzender des Intoura-Interessenverbandes der touristischen Attraktionen Berlins e.V. sowie Ute Jacobs, Geschäftsführende Direktorin des Estrel Berlin – weitere werden schrittweise ergänzt. Die Interviews und Video-Statements sind verfügbar auf

about.visitBerlin.de/mehrwert.

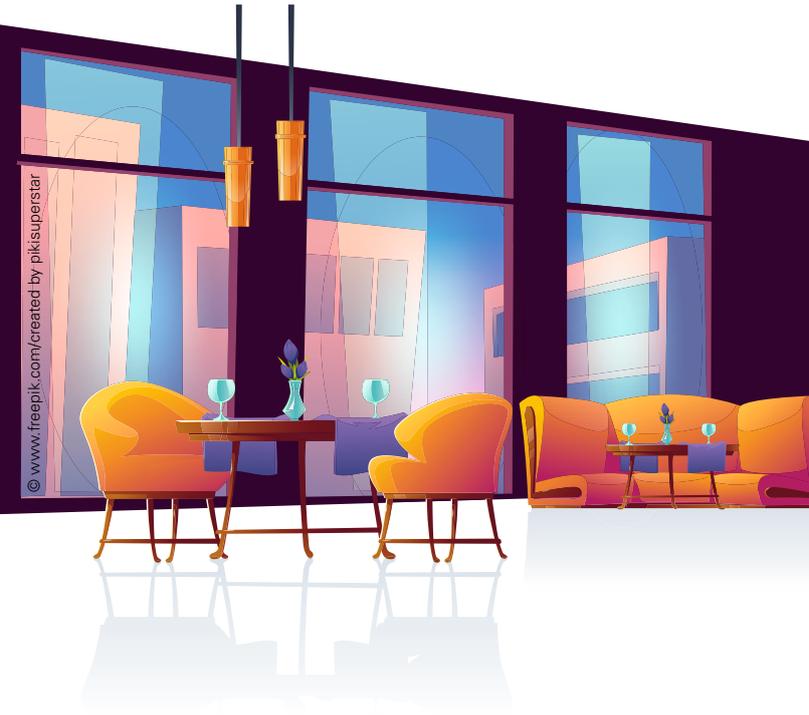
Die Berliner Wirtschaft profitiert vom Tourismus

Der Tourismus zählt zu den bedeutendsten Wirtschaftszweigen für Berlin. Laut der neuesten Studie „Tourismus-Satellitenkonto“ des DIW Econ haben 2019 die Gäste der Stadt 16,9 Milliarden Euro ausgegeben, 2020 waren es trotz der Pandemie immerhin 8 Milliarden Euro. Während die Bruttowertschöpfung 2019 mit 9,4 Milliarden Euro rund 6,6 Prozent der Wirtschaftsleistung Berlins ausmachte, ging dieser Anteil 2020 pandemiebedingt auf rund 4,5 Milliarden Euro bzw. 3,2 Prozent der Wirtschaftsleistung der Hauptstadt zurück. Um möglichst bald wieder an das Vorkrisenniveau anzuknüpfen, wird mit dem Neustartprogramm der Berliner Politik sowie dem Marketing von *visitBerlin* der Restart des Berlin-Tourismus weiter gefördert.



Welt im Wandel

Mitarbeiterplanung und -gewinnung in Zeiten der Pandemie und des Ukraine-Krieges



Herausforderungen + Chancen in der gastgewerblichen Mitarbeiterplanung

Vor allem die Reisebranche hat die Pandemie mit ihren Auswirkungen wirtschaftlich hart getroffen. Der fehlende in- und ausländische Reiseverkehr als Auslöser, die vorübergehenden sowie dauerhaften Schließungen von Betrieben in der Folge und der unternehmerisch erforderliche Einsatz z.B. der Kurzarbeit führten häufig dazu, dass sich qualifizierte und langjährig beschäftigte Mitarbeiter bereits, während der Covid-19-Pandemie umorientierten und der Tourismusbranche, insbesondere dem Gastgewerbe den „Rücken kehrten“.

Die Arbeitsumstände nach den nunmehr ergriffenen Corona-Lockerungen sind von steigenden Kundenzahlen aufgrund von Nachholeffekten (z.B. mehr Restaurant- und Hotelbesuche), weniger personeller Unterstützung, gereizten Kunden mit hohen Erwartungshaltungen sowie ergänzend von unkalkulierbaren Kostensteigerungen geprägt und somit weit von „der Normalität“ entfernt. Dabei stellen bereits alltägliche Aufgaben in der Reisebranche und dem Gastgewerbe, auch unter normalen Umständen schon oft eine Herausforderung dar.

Ausgehend vom Jahr 2019 geht die Branche aktuell von rd. 30 bis 35 Prozent weniger Beschäftigten aus, was angebotsseitig bereits durch z.B. die Anpassung der Speisekarte in Restaurants, mit allgemein höher gezahlten Löhnen oder zusätzlichen betrieblichen Ruhetagen aufgrund fehlender Mitarbeiter*innen, erkennbar ist.

Um der Abwendung weiterer Mitarbeiter*innen, insbesondere in andere Branchen wie z.B. der Verwaltung entgegenzuwirken, ist die Einbeziehung älterer Mitarbeiter*innen, (alleinerziehender) Eltern sowie Flüchtlingen und Vertriebenen in der gastgewerblichen Personalplanung unumgänglich.

Zukünftig ist von gastgewerblichen Unternehmen mehr auf die speziellen altersbedingten Bedürfnissen von Mitarbeiter*innen z.B. bei der Belastbarkeit und des Lernverhaltens soweit wie möglich einzugehen. Dies ist beispielsweise durch wechselnde Tätigkeitsbereiche, Unterstützung bei Gesundheitsfragen und unterstützende Trainings- und Lernprogramme bereits jetzt möglich. Berufstätige und Alleinerziehende legen aufgrund ihrer Lebenssituation hohen Wert auf die Vereinbarkeit zwischen Familien- und Berufsleben. Dabei sind sie z.B. auf (noch) flexiblere Arbeitszeiten, Betreuungsmöglichkeiten für die Kinder und die ständige Einbindung in die Unternehmenskommunikation (auch in ihrer Abwesenheit) angewiesen.

Die Geschehnisse des Ukraine Krieges zwingen hunderttausende Menschen zur Flucht, von denen ein großer Teil in ihrer Heimat, meist mit einer guten Ausbildung verbunden, berufstätig waren. Die aktuell geschaffenen gesetzlichen Regelungen erlauben, trotz bestehender sprachlicher und kultureller Barrieren eine sofortige Beschäftigung. Neben der Mithilfe z.B. bei der Inanspruchnahme vom Bundesamt angebotenen Integrationskursen, sollten gastgewerbliche Unternehmen mit z.B. gemeinsamen Aktivitäten innerhalb des Kollegiums, die Eingewöhnung unterstützen.



Sie erreichen die Betriebsberatung des DEHOGA Berlin jederzeit unter Tel: 030 85731720 oder [@ info@diehoga.de](mailto:info@diehoga.de).
www.diehoga-hotelberatung.de

Gemeinsam für die Belange der Branche

Stefan Athmann und Anja Schneider sind die neue Doppelspitze der *visitBerlin* Partnerhotels

Wahlzeit in Berlin. Nur zwei Tage nach der Wahl des neuen Vorstands des DEHOGA Berlin wählte der *visitBerlin* Partnerhotels e. V. im Radisson Collection Hotel seinen neuen Vorstand:

Stefan Athmann, General Manager des Hotel Bristol Berlin & Schlosshotel Berlin by Patrick Hellmann, als Vorstandsvorsitzenden und Anja Schneider, Geschäftsführerin des Hotel Citylight, als neue stellvertretende Vorstandsvorsitzende.



© visitBerlin

Beide treten gemeinsam die Nachfolge von Michael Czernik, Vice President Operations der Accor Hotels, an. Zwölf Jahre stand er an der Spitze des Vereins, davon in den vergangenen acht Jahren als Vorsitzender. „Er war ein wichtiger Ratgeber und Begleiter in allen Hoch- und Tiefphasen, die der Berlin-Tourismus in den letzten Jahren durchgemacht hat“, so Burkhard Kieker, Geschäftsführer von *visitBerlin*.

„Berlins Tourismus befindet sich nach der Corona-Krise im Aufbruch. Wir beobachten einerseits die neue Lust am Reisen und das Interesse an unserer inspirierenden Metropole, andererseits steht Berlins Hotelbranche vor großen Personalherausforderungen“, weiß Stefan Athmann. „Nach zwei beinhalten Jahren, die uns allen an die Substanz gingen, sind wir angetreten, den Berlin-Tourismus zu alter Stärke zurückzuführen. Ganz oben auf der Agenda steht dabei aktuell die Belegung des MICE-Geschäftes.“, erklärt Anja Schneider, die bereits seit vier Jahren im Vorstand der *visitBerlin* Partnerhotels arbeitete. Die Managerin betont, dass Stefan Athmann und sie sich als Doppelspitze verstehen. „Der neue Vorstand vereint engagierte Teamplayer, die sich gemeinsam dafür einsetzen, die Interessen der Branche gut zu platzieren und erfolgreich zu vertreten. Dabei werden wir eng und vertrauensvoll mit *visitBerlin*, dem DEHOGA Berlin, der IHK, der Messe und dem Senat zusammenarbeiten“, so Anja Schneider. Erste Gespräche mit dem Präsidium des DEHOGA Berlin fanden bereits statt.

Aufgabe des *visitBerlin* Partnerhotel e. V.

Der *visitBerlin* Partnerhotel e. V. vertritt die Interessen der Partnerhotels von *visitBerlin*. Ziel des Vereins ist es, das Unternehmen bei der Vermarktung Berlins zu unterstützen – insbesondere durch die Abstimmung gemeinsamer Marketingaktivitäten im In- und Ausland. Die Hotels engagieren sich in vier themen- und zielgruppenspezifischen Marketingssäulen in den Bereichen:

- Tagungen, Messen und Kongresse
- Themen- & Zielgruppenmarketing (z. B. Kieze, Familien, Fahrrad, Barrierefreiheit)
- Young Travel Experience (Reisen für junge Erwachsene, Klassenfahrten)
- Berlin Premium (Luxustourismus für anspruchsvolle Freizeitreisende).

Der Vorstand des *visitBerlin* Partnerhotels e. V.:

- Vorstandsvorsitzender: Stefan Athmann, General Manager Hotel Bristol Berlin & Schlosshotel Berlin by Patrick Hellmann
- stellv. Vorstandsvorsitzende: Anja Schneider, Geschäftsführerin Hotel Citylight
- Schatzmeister: Carsten Rudolph, Hotelmanager art’otel berlin kudamm
- Vorstandsmitglieder: Katja Hagenbucher, Park Plaza Hotel Kudamm, und Stephan Hein, Lulu Guldsmeden Hotel

 www.visitberlin-partnerhotels.de

Unsere Publika

Mit uns erreichen Sie Entscheider vieler wichtiger Bran

Reinickendorfer Allgemeine Zeitung



Reinickendorfer Allgemeine Zeitung

Lokalzeitung für Reinickendorf

jeden zweiten und letzten
Donnerstag im Monat

Auflage 40.000 Exemplare

Format 255 x 350 mm

Umfang 24-48 Seiten

Papier hochwertiges
Zeitungspapier

Vertrieb an bis zu 400
Auslagestellen in
Reinickendorf und
näheren Umgebung

WEDDINGER Allgemeine Zeitung



Weddinger Allgemeine Zeitung

Lokalzeitung für den Wedding

monatlich – jeden letzten
Donnerstag im Monat

Auflage 15.000 Exemplare

Format 255 x 350 mm

Umfang 24-48 Seiten

Papier hochwertiges
Zeitungspapier

Vertrieb an bis zu
100 Auslagestellen
in Wedding

top magazin BERLIN



TOP Magazin Berlin

Das Hauptstadtmagazin

vierteljährlich –
4 Ausgaben jährlich

Auflage 15.000 Exemplare

Format 218 x 300 mm

Umfang 84-164 Seiten

Papier Bilderdruckpapier

Vertrieb Verteilung in der
Großregion Berlin
im Lesezirkel
an Auslagestellen
und im Postvertrieb

top magazin BRANDENBURG/ POTSDAM



TOP Magazin Brandenburg/Potsdam

Das Magazin fürs ganze Land

vierteljährlich –
4 Ausgaben jährlich

Auflage 10.000 Exemplare

Format 218 x 300 mm

Umfang 84-164 Seiten

Papier Bilderdruckpapier

Vertrieb Verteilung in der
Region Brandenburg/
Potsdam im Lesezirkel,
an Auslagestellen
und im Postvertrieb

HANDWERK



HANDWERK in Berlin

offizielle Mitgliedszeitschrift
der Handwerkskammer Berlin

4 Ausgaben jährlich

Auflage 31.000 Exemplare

Format DIN A4, 210 x 297 mm

Umfang 52-68 Seiten

Papier Bilderdruckpapier

Vertrieb Postvertrieb an alle
Handwerksbetriebe
in Berlin

hoga AKTIV



hogaAKTIV

offizielles Organ des Hotel-
und Gaststättenverbands Berlin

11 Ausgaben jährlich
davon 6 x Print und 5 x Online

Auflage 2.000 Exemplare

Format DIN A4, 210 x 297 mm

Umfang 36-52 Seiten

Papier Bilderdruckpapier

Vertrieb Postvertrieb an
alle Mitglieder,
Hotels, Restaurants
und Gaststätten



RAZ Verlag
EINFACH MEHR DAVON

ationen für Sie

chen, Sport-, Kultur-, Medien- sowie Lokalinteressierte!



RAZ Magazin *Das Lokalmagazin für Nordberlin und Umgebung*

**zweimonatlich –
6 Ausgaben jährlich**

Auflage 25.000 Exemplare
Format DIN A4, 210 x 297 mm
Umfang 84-116 Seiten
Papier Bilderdruckpapier
Vertrieb an bis zu 250 Auslage-
stellen in Nordberlin
und der direkten Um-
gebung, Postvertrieb
und Abo



FRIEDA *Das Lokalmagazin für Friedenau und Umgebung*

**zweimonatlich –
6 Ausgaben jährlich**

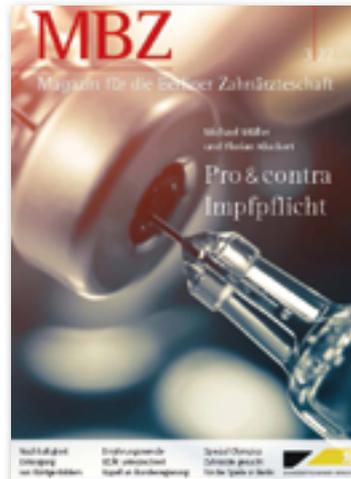
Auflage 15.000 Exemplare
Format DIN A4, 210 x 297 mm
Umfang 52-68 Seiten
Papier Bilderdruckpapier
Vertrieb an bis zu
150 Auslagestellen
in Friedenau und
Umgebung und im
Postvertrieb



TOP Magazin Hamburg *Das Magazin der Metropolregion*

**vierteljährlich –
4 Ausgaben jährlich**

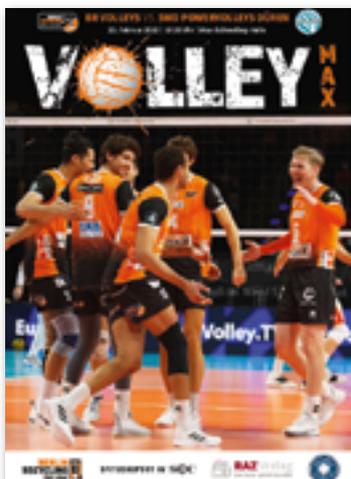
Auflage 12.000 Exemplare
Format 218 x 300 mm
Umfang 84-164 Seiten
Papier Bilderdruckpapier
Vertrieb Verteilung in der
Großregion Hamburg
im Lesezirkel
an Auslagestellen
und im Postvertrieb



MBZ *Magazin für die Berliner Zahnärzteschaft*

**monatlich –
10 Ausgaben jährlich**

Auflage 6.500 Exemplare
Format DIN A4, 210 x 297 mm
Umfang 52-68 Seiten
Papier Bilderdruckpapier
Vertrieb Postvertrieb an alle
Berliner Zahnärzte,
Zahntechniker,
Fachkliniken,
Verbände, Behörden



VolleyMAX *Hallenheft der BR Volleys*

**erscheint in der Spielsaison
Oktober-April mit bis zu
21 Ausgaben**

Auflage bis zu 7.000 Ex.
Format DIN A5, 148 x 210 mm
Umfang 32-48 Seiten
Papier Bilderdruckpapier
Vertrieb Verteilung in der
Max-Schmeling-Halle,
im VIP Bereich und
digital als PDF

**Jetzt
Mediadaten
anfordern!**

**(030) 43 777 82 - 0 oder
anzeigen@raz-verlag.de**

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

Mehrweg spülen statt Einweg verschwenden: Weil jeder SOFORT etwas für die Umwelt tun sollte!



Wie Meiko den Weg freimacht für Mehrweglösungen.

„Die größte Gefahr für unseren Planeten ist der Glaube, dass schon jemand anderes ihn rettet.“

Das Zitat stammt von dem britischen Polarforscher und Umweltschützer Robert Swan. Nach Ansicht des Spültechnikspezialisten Meiko ist das eine klare Aufforderung mit allem zu beginnen, was auf das Nachhaltigkeits-Konto einzahlt. In den vergangenen 70 Jahren wurden mehr als 8,3 Milliarden Tonnen Plastik weltweit produziert. Das entspricht mehr als einer Tonne pro Mensch. Dabei machen den größten Teil Einwegprodukte und Verpackungen aus. Ein deutliches Signal dafür, Mehrweglösungen voranzutreiben.“

Die Reinigung von Mehrweggeschirr, auch solches wie es häufig im "Take-away" genutzt wird, ist eine Herausforderung. Dazu Björn Geromiller, Leiter Key Account



Management bei Meiko: „Es ist nicht der Spülprozess, sondern der Trocknungsprozess des Spülguts, der uns fordert. Er ist gleichzeitig die wichtigste Pflicht, damit die sich anschließende Logistik das Spülergebnis nicht wieder ruiniert“, erklärt Geromiller. Mehrweggeschirr aus hochwertigem Kunststoff speichert während des Spülers die Wärme schlechter als Porzellan oder Glas und trocknet deshalb sehr langsam. Sind Becher oder Mehrweg-Bowls feucht beim Aufeinanderstapeln, leidet die Hygiene massiv.

In den vergangenen Jahren hat Meiko vor allem Entwicklungen für ein besseres Trockenresultat vorangetrieben. Ergebnis: „Wir haben große Partner, die erfolgreiche Mehrweglösungen mit uns am Markt etabliert haben und das selbstverständlich DIN-konform“, erläutert Björn Geromiller. So wurden Meiko-Maschinen als mobile Lösung konzipiert und bei Fußballweltmeisterschaften eingesetzt. Mehr als 1,5 Millionen Mehrwegbecher wurden bei solch einem Event gespült. Dort liefen circa 10.000 Becher pro Stunde durch eine Maschine.

Auch Untertischmaschinen für das Spülen von Mehrwegbowls bringen die Leistung, die ein Caterer oder Gastronom erwarten darf. Und für das Flaschenspülsystem hat Meiko ein Patent. Die als anspruchsvoll zu reinigenden Flaschen werden für selbstgemachte Limonaden oder Cocktails als Take-Away-Produkte genutzt. Auch in der Betriebsverpflegung oder in größeren Unternehmen findet das Flaschenspülsystem seine Anwendung.



Bio. Unser Umland. Unsere Überzeugung

Das Prinzip TERRA:

Dreiklang aus Effizienz, Nachhaltigkeit und Resilienz

Globale Wertschöpfungsketten galten viele Jahrzehnte als Garant der Wettbewerbsfähigkeit. Durch die Verlagerung der Produktion ins Ausland und der Konzentration auf wenige Lieferanten bevorzugt aus Niedrigkostenländern dienten sie dem einen Ziel: Kostensenkung.

Steigende politische und wirtschaftliche Unsicherheit sowie die Zunahme von Klimakatastrophen führen immer öfter zu Unterbrechungen der Lieferketten. Zugleich rückt die Verantwortung für Nachhaltigkeit stärker in den Fokus. Viele Unternehmen wollen sich dieser Verantwortung stellen und Kunden und Geschäftspartner fordern dies.

Regionale Wertschöpfungsketten sind ein wichtiger Bestandteil des Ökolandbaus.

Nachhaltige Wertschöpfung beruht jedoch nicht allein auf einer nachhaltigen und ökologischen Erzeugung. Aus der Regionalisierung von Beschaffung und Vertrieb resultieren kürzere Transportwege. Langfristig sinken Transportkosten und Beschaffungsrisiken, während das Renommee des Unternehmens steigt.



Robert Klinge

„Eine Kombination aus bio und regional ist eine echte Win-Win-Situation,“ fasst Robert Klinge, Leiter Gastronomie bei der Terra Naturkost Handels KG, zusammen.

Regional ist 1. Wahl!

Das Berliner Unternehmen ist im Nordosten Deutschlands zu Hause und seit 40 Jahren maßgeblich am Aufbau des größten Bio-Marktes in Europa beteiligt. Der prägnante Slogan „Regional ist 1. Wahl“ fasst diese Ausrichtung treffend zusammen. „Was immer möglich, wird aus der Region beschafft und erst wenn das regionale Angebot nicht vorhanden oder nicht ausreicht, wird der Radius ausgedehnt“, erläutert Klinge das Bekenntnis zur Region.

Voraussetzung dieser konsequenten Kombination von bio und regional sind dichte Netzwerke und verlässliche Beziehungen zu langjährigen Partnern, sodass sich alle aufeinander ausrichten können. Der Vorteil liegt laut Klinge auf der Hand: „Wir wissen, woher die von uns gelieferten Bio-Produkte kommen, die Lieferketten sind ausgesprochen stabil und durch verlässliche Kooperation ist das Angebot des gesamten Netzwerkes auf die Bedürfnisse unserer Kunden ausgerichtet.“ Das Bekenntnis zur Region schließt dabei keineswegs eine produktbezogene europäische oder auch globale Beschaffung aus, denn gute Gastronomie funktioniert nur mit passenden Sortimenten, die in ausreichenden Mengen und in Top-Qualität verlässlich geliefert werden.



Robert Klinge
Mobil: 0176.16399950
@ r.klinge@terra-natur.com

TERRA
Naturkosthandel

www.terra-natur.com

Wie steht es um die Gesundheit Ihrer Gäste?

Einer der wenigen positiven Effekte der Pandemie ist das gesteigerte Bewusstsein für die persönliche Gesundheit. Aber warum ist das wichtig für Hotels?

Einige Fakten

- Reisende mit gesundem Lebensstil geben 53 Prozent (international) bis 178 Prozent (national) mehr aus als der Durchschnitt
- Für Geschäftsreisende ist der Zugang zu Fitness & Wellness das zweitwichtigste Kriterium bei der Auswahl eines Hotels
- Mehr als 70 Prozent aller Hotels weltweit haben keinen eigenen Fitness-/SPA-Bereich
- Für 50 Prozent aller Reisenden ist die Aufrechterhaltung der persönlichen Fitness-Routine während ihres Aufenthalts wichtig bis sehr wichtig
- Nach zwei Jahren mit Kontakteinschränkungen sehnen sich viele nach sozialer Interaktion, insbesondere beim Sport
- Personal Training, Gruppenkurse (Yoga, Pilates, etc.) und Meditation sind das stärkste Wachstums-Segment

Was bedeutet dies für Ihr Hotel?

Reisende erwarten einfachen Zugang zu Fitness & Wellness Optionen. Der Bau und Betrieb eigener Räumlichkeiten ist aber kostspielig und meist unprofitabel. Zudem sind gerade Gruppenkurse und Personal Training stark nachgefragt, im Hotel aber oft nur schwer umzusetzen. Es entsteht also immer häufiger eine Diskrepanz zwischen Gast-Erwartung und dem effektiven Angebot vor Ort. Hoteliers wie Sie müssen sich somit fragen, wie sie auf das sich ändernde Bedürfnis Ihrer Gäste am besten reagieren, um sich so einen Marktvorteil zu sichern und ihre Profitabilität zu steigern.



Was bietet Ihnen *BODDY*?

BODDY ist ein Start-up aus der Schweiz und ermöglicht Ihren Gästen, vielfältige Angebote im Bereich Gesundheit, Fitness und Wellness ohne Mitgliedschaft zu buchen. Die zur Verfügung gestellte Plattform bedarf keiner technischen Integration und ist in wenigen Tagen in Ihrem Design aufgeschaltet. Sie als Hotelier müssen sich so keine Gedanken mehr um kostspielige Investitionen machen, sondern können das Segment an Experten auslagern. Mit Partnerschaften für Fitness, Yoga, Pilates, Boxen, Personal Training oder SPA ist für jeden Ihrer Gäste etwas dabei.

 www.boddy.travel

Starten Sie einen kostenlosen Pilotversuch mit *BODDY* und melden Sie sich gerne unter hospitality@boddy.tech für mehr Informationen. Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme!

boddy

Die Zukunft des Bezahlens ist eine **App**

Ein Gespräch mit Peter Seybold,
Deutschland-Manager bei Satispay

Die Pandemie hat vieles verändert und es wird immer schwieriger, sich auf die Ansprüche der Konsument*innen einzustellen. Ein neues Bezahlungssystem könnte die Antwort auf viele Fragen bedeuten. Satispay heißt die Lösung und sie bietet kontaktlose Zahlungen, die gleichzeitig kostengünstig und einfach akzeptiert werden können. Wir haben uns mit Peter Seybold, dem Deutschland-Chef von Satispay, unterhalten.

Satispay hat in Italien begonnen, Luxemburg erschlossen und expandiert gerade nach Frankreich und Belgien. In Deutschland sind Sie Partner des DEHOGA Berlin. Wie sehen die Zahlen heute aus?

Satispay hat international momentan über 2,8 Millionen Endkunden und über 190.000 Lokale und Geschäfte, die Satispay als Bezahlungsmethode akzeptieren. In Deutschland stehen wir noch relativ am Anfang - in Berlin, hier haben wir unsere Aktivitäten gestartet, sieht man recht deutlich, dass wir dem italienischen Trend folgen.

Händler*innen und Lokalbesitzer sind immer mehr mit der Frage nach digitalen Bezahlungsmethoden konfrontiert. Was macht Satispay anders oder sogar besser?

Wir bieten eine einfache und transparente Geschäftslösung an, die geräteübergreifend von Smartphone, Tablet, PC oder vom Kassensystem aus bedient wird. Außerdem sagen wir „Auf Nimmerwiedersehen“ zu komplizierten Gebühren und Abrechnungsmodellen.



Peter Seybold

Wieviel kostet es denn den Hotelier oder Gastronomen?

Unter 10 Euro Umsatz ist Satispay kostenfrei. Über 10 Euro zahlt der Unternehmer einmalig 20 Cent. Auch bei 100 Euro. Keine Aktivierungsgebühr. Keine Grundgebühr.

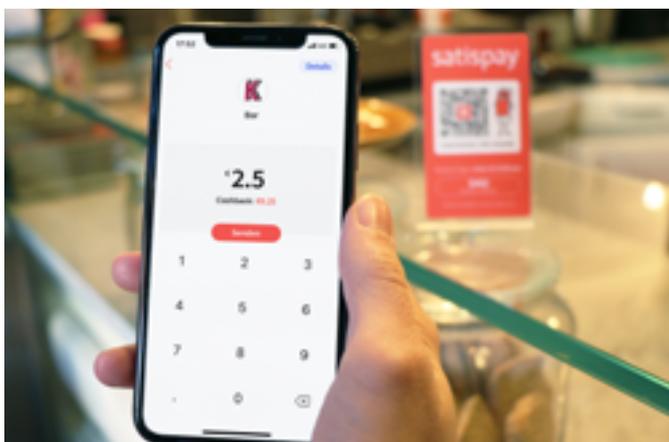
Für den Händler scheint es ja einiges an Vorteilen zu bringen, was ist für den Kunden drin?

Ein besseres Bezahlerlebnis. Wir haben eine App für Kunden geschaffen die in Ihrer Einfachheit und Sicherheit ihresgleichen sucht. Bezahlen ist für Kunden kostenlos, außerdem bietet Satispay attraktive Mehrwerte zum Beispiel Cashback.

Was muss man nun machen um sich anzumelden?

Bei www.satispay.com/de-de/ findet man alle Infos. Ein Expertetermin kann schnell ausgemacht werden. Innerhalb von 2-3 Tagen kann Satispay schon als Bezahlungsmethode angeboten werden.

Peter Seybold
@ peter.seybold@satispay.com
www.satispay.com



© James Kenneally



© white kitchen

VOX Restaurant: das musikalischste Menü Berlins

Am 22. und 27. Juli verwandelt sich das Vox Restaurant in eine Bühne für großartige Nachwuchsmusiker*innen. Bei der neuen Eventreihe „Musik trifft auf Kulinarik“ inspirieren die musikalischen Stücke das Vox-Team zu einer außergewöhnlichen Menü-Folge. Junge Musiker*innen aus der Universität der Künste und der Musikschule „Hanns Eisler“ (22. Juli) sowie des Jazz-Instituts Berlin (27. Juli) treten auf. Die Stücke der Mini-Konzerte wechseln sich mit der entsprechenden Anzahl an Gängen ab. Dabei spielen die Musiker*innen an verschiedenen Stellen im Restaurant und beleben mit ihrer Kunst den gesamten Raum. Das Menü präsentiert sich als saisonales Ereignis in vier bis fünf Einheiten, die auf die Musik abgestimmt sind. Eine passende Weinbegleitung rundet den kulturellen Mix aus Musik und Kulinarik ab.

www.vox-restaurant.de

Bienenrettung statt Zimmerreinigung

Gäste der ARCOTEL Hotels haben die Wahl: Wer mehr als eine Nacht bleibt, kann auf die Reinigung des Zimmers verzichten. Für jede eingesparte Zimmerreinigung fließt ein Bei-

trag in einen Spendentopf, mit dem Bienenschutzprojekte unterstützt werden. Nach der coronabedingten Durststrecke und pünktlich zum Weltbienentag geht *Give bees a Chance* mit voller Energie in die Verlängerung: Die Mitarbeitenden treiben das Projekt mit großem Tatendrang voran und sind dankbar, dass die Gäste ebenso begeistert sind und sich er-



Scheckübergabe für das Naturhistorische Museum Wien, Dr. Dominique Zimmermann & Dr. Renate Wimmer

freulich oft für eine Bienen-Spende entscheiden. Allein im Jahr 2017 kam so die beachtliche Summe von 100.000 Euro zusammen, mit der fast 20 engagierte Bienenschutzprojekte in Deutschland und Österreich gefördert wurden, 2018 und 2019 wurde die Summe noch einmal übertroffen.

hektarnektar.com/de/profil/arcotel-hotels

Europa Miniköche gGmbH – eine sympathische Visiten- karte für die Nachwuchs- förderung

Die Europa Miniköche gGmbH führt seit über 30 Jahren mit Kindern im Alter von 10 bis 12 Jahren kreative Kochworkshops in gastgewerblichen Betrieben durch. Dabei wird den Kindern neben dem gastgewerblichen Handwerk auch das Wissen über Ernährung, Gesundheit und Umwelt spielerisch nähergebracht. Zudem erleben die Kinder auch die Vielfalt von Lebensmitteln – wie sie wachsen, schmecken und zubereitet werden – und erlernen die Umsetzung von Umweltschutz, Regionalität und Saisonalität. Zehnmal im Jahr kommen die Kinder für drei Stunden zusammen, um in die Welt der Gastlichkeit einzutauchen und dabei die Attraktivität der gastgewerblichen Berufe kennenzulernen. Der Höhepunkt ist ein Abschlussabend, bei dem die Kinder ihre Eltern und Lehrer bewirten und voller Stolz zeigen, was sie gelernt haben. Die Projektkosten werden zum Großteil durch die Europa Miniköche gGmbH sowie durch Sponsoren gedeckt. Die Organisation erfolgt durch eine Teamleitung in Kooperation mit einem oder mehreren Betrieben. Das Projekt Europa Miniköche schafft eine breite Öffentlichkeit und hohe Sympathie bei Kindern, Eltern und Schülern, was meist zu neuen Auszubildenden und Mitarbeitern sowie zu langjährigen Stammgästen führt.

www.minikoeche.eu



© Europa Miniköche gGmbH

Nutzen Sie das Widget

Eines Ihrer und unserer wertvollsten Marketingtools ist das Widget, welches jedem klassifizierten Betrieb kostenfrei zur Verfügung steht. Sowohl Hotels als auch Pensionen, Gasthöfe und Gasthäuser können das Widget per einfachem iframe auf ihrer Website einbinden. Dieses unkomplizierte Tool erhöht das Vertrauen der Gäste in das tatsächliche Vorliegen einer gültigen Klassifizierung und fördert zudem den Bekanntheitsgrad der „DEHOGA Deutsche Hotelklassi-

fizierung“ als Marke der Sterneklassifizierung in Deutschland unter den Verbrauchern. Der Link wird mit dem Anlegen eines Betriebes automatisch erstellt und kann so bequem jedem neu- oder folgeklassifizierten Betrieb zur Verfügung gestellt werden.

Wenn Sie an der Nutzung Ihres Widgets interessiert sind, schreiben Sie eine kurze Email an klassifizierung@dehoga-berlin.de mit dem Betreff „Widget“, damit wir Ihnen den Link zur Datenschutzerklärung und Ihrem Widget zusenden können.

Ihr kostenloses Marketingtool
der Hotelstars Union



- ✔ Sichtbare Sterne
- ✔ Verbindliche Aussage
- ✔ Immer aktuell

Frisch auf der Tageskarte: Speisereste-Tonne an Gewerbeabfallverordnung

Sie verwöhnen Ihre Gäste – wir kümmern uns um die Resteverwertung. Umweltfreundlich, rechtssicher und effizient.



Es ist angerichtet, sprechen sie uns an!

+ 49 30 35182-351

berlin.alba.info

ALBA 

Neue Nominierte der Berliner Meisterköche

Seit 1997 zeichnet Berlin Partner jährlich die besten Köche der Hauptstadt aus. Mit der Ehrung der Berliner Meisterköche profiliert Berlin Partner die gehobene Restaurantkultur und die Vielfalt der Gastronomieszene der Hauptstadt als wichtigen Wirtschaftsfaktor und Aushängeschild der Stadt. Die unabhängige Jury der Berliner Meisterköche hat die Nominierten der Berliner Meisterköche 2022 bestimmt. In den Kategorien Berliner Meisterkoch 2022, Aufsteiger des Jahres 2022, Berliner Gastgeber 2022, Berliner Szenrestaurant 2022, Berliner Kiezmeister 2022 und Berliner Barkultur 2022 wurden je fünf Nominierte auf die Shortlist gewählt. Schauen Sie gerne bei den Nominierten vorbei und lassen sich kulinarisch verwöhnen. Die finalen Preisträger werden auf einer Gala im Herbst bekanntgegeben und geehrt. Weitere Informationen zu den Berliner Meisterköchen finden Sie hier:

www.berlin-partner.de/netzwerk/berliner-meisterkoeche



© Berlin Partner/eventfotografem.berlin

27. Juni: Italiens Qualitäts-offensive im Hof des eins44

Ein Urlaub in Italien bedeutet auch immer kulinarische Freuden. Die die Qualität der Produkte ist nahezu unschlagbar – wenn man weiß, worauf man achten muss. Die EU-Gütesiegel garantieren dank strenger Vorgaben und Kontrollen höchste Güteklassen. Durch die aktuelle Kampagne „Enjoy European Quality Food“ (EEQF) sollen Enttäuschungen der Vergangenheit angehören. Beim lehrreichen Food-Market der Hauptstadt, im Innenhof des Restaurants eins44, haben Besucher*innen Gelegenheit, sich aus erster Hand davon zu überzeugen, wofür DOP, DOCG, IGP und STP einstehen. Der Food-Market öffnet am 27. Juni, ab 18.00 Uhr, im dritten Hinterhof am Neuköllner eins44, Elbestraße 28/29, 12045 Berlin.

www.eins44.com

The Grand Gatsby im Grand Hyatt Berlin

Die Goldenen Zwanziger kehren am 15. Juli 2022 zurück nach Berlin. Vor hundert Jahren war Berlin der Ort, an dem Party-Geschichte geschrieben wurde. Hier waren die 20er Jahre golden und die nächtliche Lebensfreude machte den Alltag vergessen. An diese glamouröse Tradition knüpft das Grand Hyatt Berlin an. „The Grand Gatsby“ verwandelt das Vox Restaurant in eine schillernde Welt, in der Genuss großgeschrieben wird. Mit liebevollen Dekorationen und Live-Musik bieten das Restaurant und die Terrasse die perfekten Kulissen für das glanzvolle Highlight im Party-Kalender der Hauptstadt mit stilechter Champagner-Pyramide. Damit nicht nur die Atmosphäre das goldene Zeitalter wieder aufleben lässt, gibt es für „The Grand Gatsby“ einen klaren Dresscode, der die Gäste bittet, in Outfits der 1920er Jahre zu erscheinen. Der Eintritt beträgt pro Person 149 Euro inkl. Drinks. Reservierungen für den 15. Juli 2022 telefonisch unter 030. 25531507 oder per E-Mail: vox.berlin@hyatt.com.



Der Mehrweg-Deal des Jahres

Anlässlich des „Sustainable Gastronomy Day“ am 18. Juni ruft unser Partner RECUP den Nachhaltigkeitsmonat aus und machen den Umstieg auf Mehrweg so attraktiv wie nie zuvor.

Alle Gastronomiebetreibende, die bis zum 17. Juli 2022 eine RECUP/REBOWL-Partnerschaft abschließen (mind. 12 Monate) können RECUP und REBOWL bis Ende des Jahres kostenlos nutzen!

Mit diesem Angebot soll Ihnen schon 6 Monate vor der anstehenden Mehrwegangebotspflicht der Umstieg auf Mehrweg so einfach wie möglich gemacht werden. Dieses Angebot gilt begrenzt für die kommenden vier Wochen. Danach profitieren Sie als Mitglied weiterhin von dem Kostenvorteil durch Ihre DEHOGA Berlin-Mitgliedschaft. Registrierung und weitere Informationen unter

recup.de/kostenlos-nutzen



© Grand Hyatt Berlin

FRANZÖSISCHE KÜCHE im Melt

Gegrillter Kabeljau, geschmorte Kalbsbacken, konfiertes Rhabarber und weiße Schokoladen-Ganache mit Vanille-Schaum ist nur ein kleiner Einblick in die ausgezeichnete französische Küche des Bistro Melt. Ein Restaurant in der Tradition der Bouchons Lyonnais, herzlich und familiär. Nach der pandemiebedingten Zwangspause bereichert das Bistro die gastronomische Kultur im Kiez Friedrichshain.

Neu im Team ist Küchenchef Vincent Berthoud, der von seinen Erfahrungen aus der Sterneküche profitiert. Er lädt ein, zu einer kulinarischen Reise in die Gassen von Paris, zu Geschmacksausflügen nach Lyon und zum Mittagstisch nach Marseille. Er ist ein leidenschaftlicher Koch, der vor Ideen sprüht und in der neuen Küche des Bistros seiner Kreativität freien Lauf lässt. Nach einem Aufenthalt in der Sterneküche des Bozar in Brüssel und zuletzt als Sous-Chef im ebenfalls mit einem Michelin-Stern ausgezeichneten Restaurant



(u.l.n.r.) Vincent Berthoud,
Catherine Le Corre
& Sidney Giraudier

*„Auf dass das
Speisen euch wohl-
tut, das Trinken
euch nicht schadet;
Der Körper bleibe
gesund und die See-
le unbeschädigt.“*

Baskisches Sprichwort

Prism in Charlottenburg, tritt er nun seine erste Stelle als Küchenchef an, mit dem Ziel, eine kreative, hausgemachte Küche aus frischen, saisonalen und lokalen Produkten zu kreieren. Ein großer Dank geht an den ehemaligen Chefkoch Pierrick Leray, der zu neuen internationalen Abenteuern aufbricht.

Die Inhaberin Catherine Le Corre eröffnete 2020 das Bistro Melt, doch schon seit 2010 betreibt sie mit großem Erfolg eine kleine Crêperie in der Grünbergerstraße 40. Beide Betriebe liegen nur wenige Gehminuten auseinander. Le Corres Werdegang ist geprägt von Begegnungen, genussvollem Austausch und unzähligen Reisen. All diese Erfahrungen spiegeln sich in ihren Restaurants wieder.

Das Bistro Melt lädt Sie ein, diese neue Küche zu probieren. Von Dienstag bis Samstag, ab 18:00 Uhr können Sie die französische Küche genießen. Reservierung unter
Tel: 030. 81723773
oder Mobil: 0177. 8133720

 www.melt.berlin



Deutsche Hotelklassifizierung



Erstklassifizierungen:

★★★★★

The Student Hotel Berlin

★★★ *Garni*

Grand Hostel Berlin Urban

Folgeklassifizierungen:

★★★★★ *Superior*

The Mandala Hotel

★★★★★ *Superior*

Mövenpick Hotel Berlin

★★★★★

Abba Berlin Hotel

Adina Apartment Hotel Berlin Mitte
Hotel am Borsigturm

★★★★★ *Garni*

Mercure Hotel Chateau Berlin
am Kurfürstendamm
NH Berlin Potsdamer Platz

★★★ *Superior*

Hotel Pension Kastanienhof

★★★ *Superior Garni*

Hampton by Hilton Berlin City
East Side Gallery

★★★

Seehotel Grunewald

★★★ *Garni*

Best Western Hotel
am Spittelmarkt
Senscity Hotel Berlin Spandau



► Betriebsjubiläen im Juli/August 2022

Abseitsfalle 25 Jahre ■ Almodóvar Hotel 10 Jahre ■ Boutique Hotel Sena 5 Jahre ■ Cookies 15 Jahre ■ Degendorff 10 Jahre ■ Delphin Fisch & Steak Restaurant 5 Jahre ■ Familienrestaurant Reisel 156 Jahre ■ Freiheit fünfzehn 20 Jahre ■ Hotel Adlon Kempinski 25 Jahre ■ Hotel BIRGIT Berlin Mitte 25 Jahre ■ Hotel Kerlin 15 Jahre ■ Hotel Zum Ziehbrunnen 25 Jahre ■ Ibis Berlin City Nord 15 Jahre ■ Impala Coffee 5 Jahre ■ Joe's Restaurant und Wirtshaus 10 Jahre ■ MK Hotel Berlin 10 Jahre ■ NH Collection Berlin Friedrichstraße 20 Jahre ■ Restaurant Girasol 5 Jahre ■ Restaurantschiff Alte Liebe 20 Jahre ■ Richard 10 Jahre ■ Schwarze Traube 10 Jahre ■ Stairs Bar 5 Jahre ■ The Westin Grand Berlin 35 Jahre ■ Two Fellas Brewery 5 Jahre ■ Westend-Klausur 5 Jahre

► Mitgliedschaftsjubiläen im Juli/August 2022

Almodóvar Hotel 10 Jahre ■ Anno 64 20 Jahre ■ Babbo Bar 5 Jahre ■ Cafe Belmont 20 Jahre ■ Café Einstein Stammhaus 15 Jahre ■ Café Ella 5 Jahre ■ Capri by Fraser 5 Jahre ■ Curry 36 10 Jahre ■ Der Waldkater 5 Jahre ■ Finnegan's Irish Pub 5 Jahre ■ Freiheit fünfzehn 20 Jahre ■ GANYMED Berlin GmbH 5 Jahre ■ Grill Royal 15 Jahre ■ Horst Bahlmann GmbH 15 Jahre ■ Hotel 26 15 Jahre ■ Hotel Alexander Plaza 25 Jahre ■ Hotel Big Mama 10 Jahre ■ Hotel BIRGIT Berlin Mitte 25 Jahre ■ Hotel Palace Berlin 55 Jahre ■ Hotel Quentin Berlin 10 Jahre ■ Hotel Sedes 20 Jahre ■ Hotel Vivaldi Berlin 5 Jahre ■ I Due Forni 5 Jahre ■ Il Casolare 10 Jahre ■ Il Giradischi 10 Jahre ■ Il Ritrovo 10 Jahre, ■ Joe's Restaurant und Wirtshaus 10 Jahre ■ Landhaus Hubertus 10 Jahre ■ Louisa's Place 15 Jahre ■ Mitho Cha! 5 Jahre ■ MK Hotel Berlin 10 Jahre ■ Mondo Pazzo 10 Jahre ■ NH Collection Berlin Friedrichstraße 20 Jahre ■ Piazza Brá 10 Jahre ■ Restaurant Schnitzerei 25 Jahre ■ Richard 10 Jahre ■ Rudimarie 5 Jahre ■ Scandic Berlin Kurfürstendamm 30 Jahre ■ Stall Casino 5 Jahre ■ The Castle 5 Jahre ■ Tiki Heart 15 Jahre ■ TWO Hotel Berlin by Axel 5 Jahre ■ Voland Russisches Café 15 Jahre ■ Wiener am Hagenplatz 15 Jahre ■ Wiener Conditorei Caffeehaus 15 Jahre

Der Verband begrüßt herzlich seine neuen Mitglieder

- | | |
|--------------------------------------|-------------------------------------|
| ■ Huuva Deutschland GmbH | ■ Premier Inn Berlin Alexanderplatz |
| ■ Impala Coffee | ■ Restaurant Chay Long |
| ■ Kunstwerk blisse; Lwerks cultur | ■ Restaurant Kollwitz |
| ■ Lavender Blue Gastronomie | ■ SodaZitron |
| ■ Madame Claude | ■ Spaghetteria |
| ■ Marie Antoinette | ■ TISK Speisekneipe |
| ■ MATANGA - Fusion Tapas & Cocktails | ■ Trattoria Quattro Stagioni |
| ■ Naumannküche | ■ Trattoria Tresoli |
| ■ Paint your Style | ■ Tutti Frutti Table Dance Club |
| ■ PALABRA BAR | ■ WANNA EAT |



DEHOGABERLIN Wichtige Termine für Mitglieder

25. – 26. Juni 2022	Präsidenten-Cup	Golf Resort Semlin
29. August 2022	Sommerfest vom DEHOGA Berlin, <i>visitBerlin</i> und <i>visitBerlin</i> Partnerhotels e.V.	Tipi am Kanzleramt
5. September 2022	DEHOGA Berlin Golf-Trophy	Berliner Golfclub Stolper Heide

Neue Registrierungspflicht bei Verwendung von Einwegverpackungen

Ab dem
1. Juli
2022

Was ist Sache?

Gastronomen und Hoteliers, die Speisen und Getränke in Einwegverpackungen ausgeben, bringen sogenannte Serviceverpackungen in Verkehr. Ab dem 1. Juli 2022 gelten neue gesetzliche Pflichten. Jedes Unternehmen, das Serviceverpackungen an seine Kunden abgibt, muss sich bis zu diesem Zeitpunkt im Verpackungsregister registrieren.

Was ist bis zum 1. Juli 2022 zu erledigen?

Für Letztvertreiber, die ihre Serviceverpackungen ausschließlich vorbeteiligt kaufen, müssen sich bis zum 1. Juli 2022 im Verpackungsregister LUCID registrieren und dort den vorbeteiligten Kauf ihrer Serviceverpackungen angeben. Dazu setzt der Letztvertreiber bei den Angaben der Verpackungsarten ein Häkchen in der Checkbox „Ausschließlich vorbeteiligte Serviceverpackungen“. Wichtig ist, sich den vorbeteiligten Kauf der Serviceverpackungen durch den Lieferanten oder den Großhändler auf der Rechnung oder dem Lieferschein bestätigen zu lassen.

Was sind Serviceverpackungen?

Serviceverpackungen sind Verpackungen, die erst beim Letztvertreiber befüllt werden, um die Übergabe von Waren an den Endverbraucher zu ermöglichen oder zu unterstützen. Erfasst sind damit Verpackungen, die erst für die Übergabe von Speisen oder Getränken an die Gäste bzw. Kunden im Restaurant, in der Gaststätte, im Hotel, im Imbiss usw. befüllt werden. Hierzu gehören zum Beispiel:

- Becher und Tassen für Heißgetränke, inklusive Deckel
- Becher für Kaltgetränke
- Automatenbecher Becher für Eis, Milchshakes, Spirituosen etc.
- Becher für Speisen, z. B. Suppen, Smoothies, Müsli, Popcorn etc.
- Teller für Suppen, Menüteller und dergleichen
- Salatschalen, Menüschalen mit und ohne Deckel
- Tablett, Schalen, z. B. für Kuchen, Würstchen, Salate, Pommes-frites etc.
- Menü- und Snackboxen, z. B. Lunchboxen, Nudelboxen, Pizzaschachteln
- Beutel, Einschläge, Zuschnitt, Spitztüten, z. B. Sandwichbeutel, Thermobeutel, Wrappings, Pommes-frites-Tüten etc.

Kein vorbeteiligter Kauf? Registrierung alleine reicht nicht aus

Wer sich gegen den vollständig vorbeteiligten Kauf seiner Serviceverpackungen entscheidet, muss weitere verpackungsrechtliche Pflichten erfüllen: Neben der Registrierung im Verpackungsregister LUCID muss der Letztvertreiber in diesem Fall einen Systembeteiligungsvertrag mit einem oder mehreren Systemen abschließen und seine Verpackungsmengen regelmäßig an das gewählte System und im Verpackungsregister LUCID melden. Diese Pflichten sind nicht neu. Letztvertreiber, die ihre Serviceverpackungen nicht ausschließlich vorbeteiligt kaufen und diese noch nicht an einem System beteiligt haben, handeln ordnungswidrig!

Wo kann ich die Registrierung vornehmen?

Die Registrierung kann unter www.verpackungsregister.org erfolgen. Dort findet man auch weitere Informationen, FAQs und einen Erklärfilm zur Registrierung.





**prime
time
theater**

präsentiert



VON DEN MACHERN VON

GUTES WEDDING
SCHLECHTES WEDDING

**Unsere
Sommer-
komödie**



SCHWIMM LANGSAM JETZT ERST RECHT!

Außerdem im Programm

Das Wedding-Pankow-Freundschaftsmusical

Schölller
MACHT RÖBER

GWSW Folge 130

Kevin's Kampf um die
Liebe

GWSW Folge 131

Der Gefangene von Instagram

**PANDEMIEGERECHT
ZERTIFIZIERTE
LÜFTUNG**
*** IM GANZEN THEATER ***

Jetzt Tickets sichern!
www.primetimetheater.de

Prime Time Theater • Müllerstr. 163/Eingang Burgsdorfstr. • 13353 Berlin



Zitrone mit Berliner.



**JETZT
PROBIEREN!**

**Sowas
von
Berlin**

