



Juli | August 2018

hoga *AKTIV*

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

AKTUELL

Was wirklich zählt: Online-Umfrage des DEHOGA Berlin

Seite 4

Kurs Zukunft: Möglichkeiten der Digitalisierung

Seite 8

WIR IN BERLIN

Neue Serie: Gute Gastgeber – gute Arbeitgeber

Seite 10



WIR LIEFERN BEGEISTERUNG

Darf's ein bisschen mehr sein? Auf unseren CHEFS CULINAR Messen inspirieren wir Sie mit spannenden Produkten, Kochshows und innovativen Konzepten. Lassen Sie sich überraschen!

Sie wollen dabei sein? Besuchen Sie uns auf www.chefsculinar.de/messen

Die wichtigste Zutat für Ihr Erfolgsrezept: CHEFS CULINAR.

Und unsere 25.000 Produkte.





6



13



14

AKTUELL

- Was wirklich zählt:
Online-Umfrage des DEHOGA Berlin **4**
- Damit es rollt: das Berliner Mobilitätsgesetz **6**
- Gastro Piraten: Workshops zur Digitalisierung
Nachspielzeit: Ordnungsamt? Fehlanzeige! **8**

WIR IN BERLIN

- Neue Serie:
Gute Gastgeber – gute Arbeitgeber **10**
- Systemgastronomie:
Ausbildung mit Qualität **12**
- Bürgerfest des Bundespräsidenten **13**
- Digitalisierung in der Ausbildung **14**
- Coaching gegen Burnout **16**
- Berlin auf Städtetour in Deutschland **17**
- Fairmas: Halbjahresbilanz der Hauptstadt **18**
- Impulse für Hoteliers auf der belekro **20**
- HotelloTop: Netzwerk-Event der Hotellerie **22**
- „Masel Tov“: Jüdische Küche in Berlin **23**
- Berlin Food Week **24**

MÄRKTE UND PRODUKTE

- GO IN:
Entscheidend ist das Konzept **25**
- L-Partner:
Beachten – Befolgen – Ignorieren **26**

NEWS

- NEWS **28**

MITGLIEDER

- Trauer um Willi Säuberlich,
Hotelklassifizierung,
Save the Date, Mitgliederjubiläen **32**
- Zum 25.: das Holiday Inn Berlin City-West **33**

RECHT UND RAT

- Arbeitsrecht:
Abschluss befristeter Verträge
Smart für die Zukunft: Photovoltaik **34**

Impressum

Herausgeber: Hotel- und Gaststättenverband Berlin e. V. (DEHOGA Berlin), Christian Andresen (Präsident), Lutz Freise (Schatzmeister), Thomas Lengfelder (Hauptgeschäftsführer), Keithstraße 6, 10787 Berlin, Telefon +49 30. 318048-0, Telefax +49 30. 318048-28, info@dehoga-berlin.de, www.dehoga-berlin.de; Redaktion: Peggy Mayer, +49 30. 318048-16, projekte@dehoga-berlin.de · Verantwortlich für den Inhalt: HOGA Berlin Service GmbH, Thomas Lengfelder (Geschäftsführer)
Verlag und Gesamtherstellung: TMM Magazine GmbH, Franklinstraße 11, 10587 Berlin, www.tmm.de; hogaaktiv@tmm.de, Tel: +49 30. 2359951-71, Fax: +49 30. 2359951-88
 Geschäftsführer: Jürgen H. Blunck, Layout: Astrid Güldemann, Titelbild: Sabeth Stickforth
 Erscheinungsweise 11 Mal pro Jahr. Der Bezugspreis ist im Verbandsbeitrag enthalten. Namentlich gekennzeichnete Artikel sind Ausdruck grundsätzlicher Meinungsfreiheit; sie geben nicht unbedingt die Auffassung der Redaktion bzw. des Herausgebers oder des Verlages wieder. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages.
 Es gilt die Anzeigenpreisliste vom 01.01.2018.

Was wirklich zählt

Die Online-Umfrage des DEHOGA Berlin unter seinen Mitgliedern:

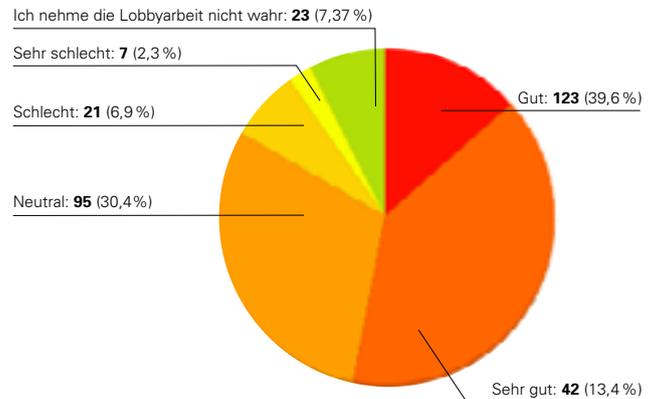
Ergebnisse, Anregungen und Impulse

Neues Präsidium, geplante Veränderungen, frische Ideen ... doch wo drückt den Mitgliedern der Schuh am meisten? Wo erwarten die Gastgeber der Metropole noch mehr Aktivitäten des Wirtschafts- und Arbeitgeberverbandes? Welche Dienstleistungen des DEHOGA Berlin sind bei den Mitgliedern besonders gefragt? Um das und noch mehr zu hinterfragen, führte der DEHOGA Berlin von Ende März bis Ende Mai eine Online-Befragung unter seinen Mitgliedern durch. Acht Fragen waren zu beantworten, zusätzlich bestand die Möglichkeit, einzelne Punkte zu kommentieren. Selbstverständlich war die Umfrage in jeder Phase anonym.

Insgesamt 335 Mitglieder des DEHOGA Berlin beteiligten sich, 170 (50,7 %) aus der Hotellerie, 165 (49,3 %) aus der Gastronomie. Rund ein Drittel der Teilnehmenden hatte im laufenden Monat Kontakt zum DEHOGA Berlin, bei 11,9 % lag die letzte Verbindung länger als ein Jahr zurück. Spitzenreiter bei den Dienstleistungen – hier waren Mehrfachnennungen möglich – sind Rechtsberatungen, gefolgt von den Aktivitäten rund um die Aus- und Weiterbildung sowie die verschiedenen verbandsinternen Vergünstigungen. Für ein reges Verbandsleben sprechen die Teilnehmerzahlen bei Veranstaltungen und Netzwerkevents im Jahr 2017.

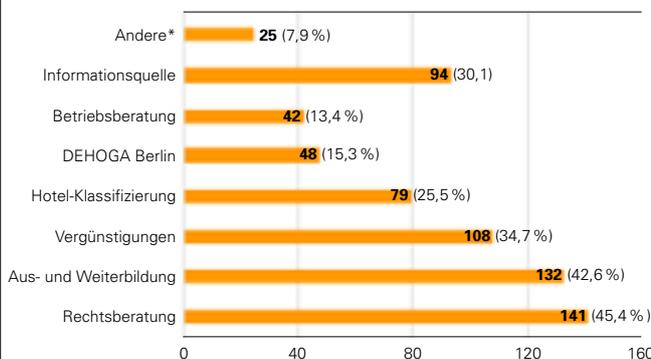
Wie beurteilen Sie die Lobbyarbeit (Arbeitszeitgesetz, Hygiene/Smiley, Mehrwertsteuer, Übernachtungssteuer, Sharing Economy etc.) Ihres Landesverbandes bzw. fühlen Sie sich gegenüber der Politik gut vertreten?

Anzahl der Teilnehmer: 311



Aufgrund welcher DEHOGA-Dienstleistung hatten Sie seit Beginn Ihrer Mitgliedschaft schon einmal Kontakt mit Ihrem Landesverband? (Mehrfachnennungen möglich)

Anzahl der Teilnehmer: 311



*Andere: Netzwerk & Versammlungen (6), Kooperation mit Politik (3), Gastrotreff (4), Informationsveranstaltungen (4), Tagung (2), MWST Aktion (1), Jugendschutzgesetz (1), Datenschutz (4)

Neben Fachgruppensitzungen, Vollversammlung, Sommerfest, Neujahrsempfang, Seminaren, ERFA-Gruppe und Gastrotreffs gab über die Hälfte der Befragten den Besuch „anderer“ Veranstaltungen an – es ist viel los beim und mit dem DEHOGA Berlin. Bei der Bewertung der Lobbyarbeit des Landesverbandes (Arbeitszeitgesetz, Hygiene/Smiley, Mehrwertsteuer ...) gegenüber der Politik vergab über die Hälfte der Teilnehmenden ein „Gut“ bzw. „Sehr gut“. Allerdings nahmen auch 7,4 % die Lobbyarbeit gar nicht wahr.

Eine pure Inspirationsquelle sind die Aussagen zu den Informationen und Leistungen, die sich die Mitglieder verstärkt wünschen. Die häufigsten Antworten: mehr Netzwerkarbeit unter den Mitgliedern, mehr Öffentlichkeitsarbeit, direkte Hilfe auch für kleine Betriebe, aktuelle Informationen per E-Mail. Die elektronische Post ist auch der am häufigsten gewählte Kontaktweg zwischen den Mitgliedern und dem Landesverband. 86,5 % aller Teilnehmenden würden anderen Betrieben eine Mitgliedschaft im DEHOGA Berlin empfehlen. Und die 13,5 %, die das nicht tun? Sie bemängeln vor allem fehlenden Nutzen, „zu wenig Gegenleistung“ oder sind unzufrieden.

Hinter den Zahlen

Eine Quelle für Diskussionen, Anregungen und Erkenntnisse sind die Kommentare der Teilnehmenden, von denen jeder einzelne gelesen und überdacht wird – versprochen! Um die Vielfalt der Themen, Meinungen und Impulse zu zeigen, hier einige Beispiele:

„Mehr Networking-Events!“

„Gewinnung von Nachwuchs. Hiermit meine ich nicht die Ausbildung, sondern dass wir es schaffen müssen, Mitarbeiter von anderen Branchen für die Hotellerie zu begeistern.“

„Ich bewundere die ausgeglichene und unaufgeregte Art unserer DEHOGA-Vertreter bei deren Umgang mit der Politik, nur so manchmal würde ich mir eine etwas direktere Ansprache wünschen!“

„Wie positionieren wir die Berliner Gastronomie in Zukunft? Als Kulturgut? ...“

„Mehr Berücksichtigung bzw. Eingehen auf die Belange von Kleingastronomen ...“

„Schutz vor immer mehr ausufernder Bürokratie.“

„Bitte auch die Randbezirke beachten, Hotellerie und Gastronomie finden nicht nur in der City statt!“

„Mehr Verbandsarbeit zur Bekämpfung der Spätis im Zusammenhang mit dem Herausstellen von Tischen und Stühlen ohne Genehmigung.“



© DEHOGA Berlin

Zu den Gewinnern einer Flasche Vranken-Pommery, überreicht von Gerrit Buchhorn (links), stellvertretender Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Berlin, als Dank für die Teilnahme an der Mitglieder-Befragung gehört Suman Rewari vom Hotel Rewari.

„Während der Eröffnung des Hotels waren die Kollegen der DEHOGA Berlin mit vielen Informationen und Unterstützung jederzeit da.“

„Mehr (sichtbare) Initiative, die Inhalte der Ausbildung zu modernisieren ...“

„Dynamischere Kommunikation und Berichte über den Markt.“

FAZIT

Die Umfrageergebnisse zeigen, wie vielschichtig die Arbeit des Verbandes zwischen verschiedensten Veranstaltungen, Lobbyarbeit, Hotelklassifizierung, Aus- und Weiterbildung, Rechts- und Betriebsberatung ist. Sie bestätigen, dass der Landesverband die Themen, die die Branche bewegen (Mehrwertsteuer, Zweckentfremdung, Aus- und Weiterbildung, Lobbyarbeit gegenüber der Politik, Digitalisierung, Kassennachschau ...), auf der Agenda hat. Zugleich setzt die Auswertung der Umfrage wichtige Akzente und gibt Impulse für die weitere Arbeit. Das reicht von einer noch kräftigeren Lobbyarbeit gegenüber der Politik bis zu vielfältigeren Plattformen fürs Netzwerken und hört bei einer profilierten Öffentlichkeitsarbeit nicht auf. Das ist kein Wanderpfad für Präsidium und Geschäftsstelle, sondern ein gemeinsamer Weg, der das Engagement vieler aktiver Verbandsmitglieder braucht. Der Dank des DEHOGA Berlin geht an alle Mitglieder, die sich Zeit für die Umfrage genommen haben. Kein Kommentar geht verloren, jede Kritik wird angenommen. Über

anerkenkende Worte haben sich die Mitarbeiter der Geschäftsstelle gefreut – für das neue Präsidium sind sie Ansporn. Unter allen Teilnehmern verlor der DEHOGA Berlin sechs Flaschen Champagner (Vranken-Pommery).

Zu den Gewinnern gehören:
 Hotel Rewari
 Hotel Siegfriedshof
 Keyser Soze
 Kilkenny Irish Pub
 Restaurant Slate Berlin
 Spree Idyll

Und noch ein Wunsch von Präsidium und Geschäftsstelle in eigener Sache: Sagen Sie, wann immer und wie immer (persönlich, via E-Mail oder telefonisch), wo Sie (noch mehr) Unterstützung erwarten und was Ihren Arbeitsalltag bremst. Denn eins ist klar: Nur gemeinsam bleibt es ein starker Verband mit einer lauten, wichtigen Stimme in der Stadt.

Damit es rollt: urbane Mobilität

Das Berliner Mobilitätsgesetz stellt Weichen und sorgt für Widerspruch

Kurz vor der parlamentarischen Sommerpause verabschiedete das Abgeordnetenhaus das Berliner Mobilitätsgesetz. Als deutschlandweit erstes seiner Art soll es die Grundlagen legen, dass die Metropole mobiler, sicherer und klimafreundlicher wird. Dafür sind alle. Doch spätestens bei der Aussage des Gesetzes, in einem ersten Schritt die Situation für Radfahrer zu verbessern, regt sich Widerspruch. Bereits im Januar bemängelten die Unternehmensverbände Berlin-Brandenburg (UVB), dass der Gesetzentwurf den Wirtschaftsverkehr vernachlässige. Das sei ein Risiko für Wachstum und Arbeitsplätze, so Christian Amsinck, Hauptgeschäftsführer der UVB. Er kritisierte, dass es für das Mobilitätsgesetz offenbar keine aktuelle Datengrundlage über die Entwicklung des Verkehrs gebe. Die UVB erarbeitete daraufhin gemeinsam mit ihren Mitgliederverbänden, zu dem auch der DEHOGA Berlin gehört, Zahlen über den Wirtschaftsverkehr. Die Erhebung erfolgte in kleineren, mittleren und großen Betrieben, in der Bauwirtschaft, im Lebensmitteleinzelhandel, bei den Kurier-, Express- und Paketdienstleistern, im Gesundheitswesen, in der Pflege und – dafür war der DEHOGA Berlin zuständig – in der Hotellerie. Die Zahlen der Gastgeber-Branche wurden im Mercure Hotel MOA Berlin erhoben, das mit Zimmerzahl, Veranstaltungen und Belegung den Berliner Durchschnitt abbildet. Das Ergebnis: Allein das Haus in Moabit registriert 1.500 Wirtschaftsverkehr-Fahrten pro Jahr mit 260 Tonnen Ware (Wäsche, Reinigungsmittel, Speisen, Getränke, Entsorgung). Hochgerechnet auf alle Hotels der Haupt-



Paolo Masaracchia, General Manager des Mercure Hotel MOA. Hier wurden die Zahlen für die Berliner Hotellerie erhoben

stadt ergibt das jährlich 825.000 Fahrten. „Die Zahl hat mich nicht überrascht“, kommentierte Paolo Masaracchia, General Manager des Mercure Hotel MOA. „Dabei ist angesichts des wachsenden Hotelmarktes in der Hauptstadt eine weitere Zunahme bereits absehbar. Bei alledem darf man nicht vergessen, dass dahinter Leistung steht. Deshalb gehört mein Respekt gerade auch den Lkw-Fahrern, die sich täglich mit Termindruck im Nacken durch die Stadt quälen und sich über zugeparkte Liefereinfahrten genauso ärgern wie über all die Gefahren- und Konfliktsituationen, die aus Rücksichtslosigkeit im Straßenverkehr entstehen“, so Paolo Masaracchia.

UVB-Chef Christian Amsinck verwies auf Praxisbeispiele aus der stark wachsenden Hauptstadt-Wirtschaft. „Ein mittelständischer Industriebetrieb mit 300 Beschäftigten kommt heute auf 11.000 Lkw-Fahrten im Jahr, also gut 40 pro Arbeitstag. Bei einem größeren Werk mit 2.500 Mitarbeitern sind es bereits 30.000 Fahrten – also etwa 120 pro Arbeitstag.“ Für den Bau einer Zwei-Zimmer-Wohnung seien mehr als 150 Tonnen Baumaterial zu transportieren. „Unsere Beispiele zeigen, dass der Wirtschaftsverkehr eine enorme Dimension hat. Er bringt Beschäftigung und Steuereinnahmen. Eine zeitgemäße Mobilitätspolitik muss jeden Verkehrsträger individuell stärken, nicht nur das Fahrrad.“

Und was sagt die Wissenschaft?

Anders als die unendlichen Weiten des Universums haben Straßen Kapazitätsgrenzen. Häuser will wohl niemand zugunsten breiterer Straßen abreißen. Gefragt sind intelligente Verkehrslösungen. Was sagt die Wissenschaft?

Drei Fragen an Dipl.-Ing. Philip Michalk, Koordinator der Forschungsgruppe Verkehrslogistik an der Technischen Hochschule Wildau.



Dipl.-Ing. Philip Michalk, Verkehrs-experte des LogistikNetz Berlin-Brandenburg und Koordinator der Forschungsgruppe Verkehrslogistik an der Technischen Hochschule Wildau

Wie beurteilen Sie das Mobilitätsgesetz?

Berlin als stark wachsende Metropole steht vor der Herausforderung, dieses Wachstum zu meistern. Das Gesetz birgt natürlich das Risiko, dass einzelne Aspekte nicht funktionieren, aber generell ist Berlin Vorreiter – und das wird in durchaus hitzigen Diskussionen oft vergessen – ein rechtlich geregeltes Gleichgewicht zwischen den verschiedenen Verkehrsträgern zu schaffen.

Was wünscht sich eigentlich die Branche der Logistiker von einem solchen Gesetz?

Pauschal kann ich das nicht beantworten, das hängt stark davon ab, wo die einzelnen Unternehmen unterwegs sind: in der City, in den Randgebieten oder über Landstraßen und Autobahnen. Wir haben die Situation, dass sich die Zahl der Stopps im Innenstadtbereich, also innerhalb des S-Bahn-



© Grey59 / pixelio.de

Wer kennt das nicht? Alles steht.

Ringes, in den letzten zehn Jahren halbiert hat. Das bedeutet, dass die Lkw doppelt so lange für eine Tour brauchen. Ein weiteres großes Problem sind mangelnde Plätze zum Aus- und Beladen. Wenn es keine Haltebuchten gibt, steht eben der Lieferverkehr in zweiter Reihe, was wiederum den Verkehr langsamer macht.

Welche Überlegungen gibt es, den Wirtschaftsverkehr flüssiger zu gestalten? Ist das überhaupt möglich?

Es wird immer ein Zielkonflikt bleiben, wer freie Fahrt bekommt: der ÖPNV, der Wirtschafts-, der Rad- oder Individualverkehr. Es gibt das Modellprojekt, Lieferverkehr mit Lastenrädern nachhaltig zu gestalten. In Hamburg läuft gerade der Versuch, Zwischenlager einzurichten, also Container in die Stadt zu bringen und von hier aus die Waren auf kleinere Fahrzeuge zu verteilen, die dann immer wieder diese kleineren Wechselbrücken anfahren. Das bedeutet aber zugleich, dass man an einer Stelle die Lieferkette unterbricht. Häufig steht als Forderung im Raum, die Ladun-

gen zu bündeln. Allerdings sind die Spediteure von sich aus ja schon bestrebt, ihre Fahrzeuge so effektiv wie möglich zu nutzen. Auch die Verschiebung der Lieferzeiten in die verkehrsschwächeren Morgen- und Abendstunden hat objektive Grenzen, denn in Wohngebieten möchte wohl kaum ein Anwohner Wirtschaftsverkehr vor 6 Uhr morgens oder nach 20 Uhr.

Es gibt also nicht die EINE Lösung, die allen hilft.

Schön wär's. Aber ohne Kompromisse geht es nun mal nicht. Die Art und Weise, wie wir Waren beschaffen (Stichwort Auslieferung der Online-Bestellungen), hat sich in den letzten zehn Jahren enorm verändert. Diese Entwicklung wird wohl auch anhalten. Es bleibt eine Herausforderung, ÖPNV, Fußgänger, Fahrradfahrer, Autofahrer und Wirtschaftsverkehr in Einklang zu bringen.

von Brigitte Menge

 www.berlin.de

Kurs: Zukunft

René Kaplick zeigt, wie einfach es ist, die Möglichkeiten der Digitalisierung klug zu nutzen

Digitalisierung – für manchen eine Art Allheilmittel, für andere (noch immer) ein Buch mit sieben Siegeln. Doch alle wissen, dass ohne sie der Gastronomien-Alltag kaum noch funktioniert. Wie setze ich die digitalen Tools sinnvoll ein? Wie generiere ich damit mehr Gäste? Diesen Fragen widmet sich ein Workshop, zu dem René Kaplick, Geschäftsführer des deutschlandweit tätigen Beratungsunternehmens Gastro Piraten, einlädt. „Wir werden im Workshop praxisnah am konkreten Beispiel erarbeiten, wie man mithilfe der sozialen Medien eine Marketing-Kampagne aufbaut, damit später viele Gäste ins Restaurant kommen“, so der gelernte Koch mit umfassender Branchenerfahrung. Er erkannte frühzeitig die Potenziale der Digitalisierung und gibt diesen Erfahrungsschatz an Gastronomen weiter. Seit kurzem sind die Gastro Piraten Partner des DEHOGA Berlin. Die Mitglieder profitieren davon bei den geplanten Workshops. Erstes Thema: die Digitalisierung! Was mitzubringen ist? René Kaplick nennt zwei Voraussetzungen: „Begeisterungsfähigkeit und der Wille zur Veränderung.“

Garantiert ist Spaß am Lernen mit diesem medienerefahrenen Workshop-Dozenten, dem es immer wichtig ist, dass die Gastronomen am Ende viel mitnehmen, „denn die digitalen Technologien bieten leicht handhabbare Tools, um die Umsätze und damit die eigene Wirtschaftlichkeit dauerhaft und nachhaltig zu erhöhen.“ Und wer will das eigentlich nicht?

von Brigitte Menge

Informationen zu Terminen und weiteren Themen der Workshops folgen in Kürze.

 www.dehoga-berlin.de



René Kaplick, Kapitän des Beratungsunternehmens Gastro Piraten

© Sabeth Stieckforth

Nachspielzeit

Ordnungsamt? Fehlanzeige! Die Fußball-WM live in den Spätis.

Früher war alles besser“ – dieser Spruch gilt nicht für die Fußball-WM 2018. Jedenfalls nicht aus Sicht aller Kolleginnen und Kollegen, die in ihren Schankvordächern Public Viewing anbieten. Denn die bürokratischen Auflagen, die noch zur EM 2016 galten, fanden bei der diesjährigen WM keine Anwendung. Anträge zur Übertragung von Spielen mussten nicht vier Wochen vorher eingereicht werden und es fanden auch keine Einzelfallprüfungen wie in Friedrichshain-Kreuzberg statt. Wie schön hätte es also werden können!

Auch unsere liebsten Mitbewerber, die sogenannten Spätis, inzwischen auch häufig als erlaubnisfreie Gaststättenbetriebe mit im Geschäft, wollten von dem großen WM-Auftrieb profitieren. Allerorten sah man an den Spätis große und kleine TV, Leinwände, Projektoren und sonstiges Equipment im Einsatz, um die WM-Übertragungen dem interessierten Publikum möglichst nahezubringen. Und das Publikum nahm diese Möglichkeit dankbar an, besorgte sich im Späti das günstige Bier, trank es an Ort und Stelle und ballte sich in kürzester Zeit so sehr um die TV, dass schier kein Durchkommen auf den Gehwegen mehr war. Manche Passanten, wenn sie ein Durchlaufen überhaupt wagten, mussten sich wie Spießrutenläufer zwischen den TV mit der laufenden Übertragung und den gaffenden Zuschauern durchquetschen.

Und das Ordnungsamt? Das schaute wohl gerade zu Hause ganz in Ruhe Fußball!

von von MMN



Typische Szene in der Dieffenbachstraße, Graefekiez in Berlin-Kreuzberg

© MMN

Hotline 030 398 90 0 | www.weihe.de | info@weihe.de
Weihe GmbH | Beusselstr. 44 n-q | 10553 Berlin



Laboranalytik für Hotel und Gastronomie:

**Legionellenuntersuchungen
gemäß Trinkwasserverordnung
-inklusive Probenahme-**

Telefon: (030) 930269-725

info@hyprolab.de

hyprolab – Labor für Wasseranalytik und Hygiene





Auf dem Weg zum guten und erfolgreichen Arbeitgeber

Attraktive Arbeitsbedingungen und ein positives Image als Arbeitgeber sind der Schlüssel für eine erfolgreiche Fachkräftesicherung in den Betrieben des Hotel- und Gaststätten-gewerbes.

In unserer Broschüre „**Guter Gastgeber – Guter Arbeitgeber:** Eine Praxishilfe zur Fachkräftesicherung und Steigerung der Arbeitgeberattraktivität im Gastgewerbe“ haben wir wesentliche personalpolitische Maßnahmen beschrieben, die Sie dabei unterstützen können, für Ihr Unternehmen individuelle Lösungen abzuleiten.

Unsere 5-teilige Serie, anlässlich der aktualisierten 2. Auflage der Broschüre, beschäftigt sich mit den Handlungsfeldern

Gute Führung und Kommunikation, Personalrekrutierung und -bindung, Teamentwicklung, Weiterbildung und Kompetenzentwicklung sowie Gesundheitsförderung. Lassen Sie sich von den Beispielen inspirieren und gehen Sie die personalpolitischen Herausforderungen an.



GUTER
GASTGEBER
GUTER
ARBEITGEBER



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

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

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



TEIL 1:

Gute Führung und Kommunikation oder: Führen – einfach und schwer zugleich

Autor: Alfred Gettmann

Die Sicherung des Personalbestandes ist eine zentrale Zukunftsaufgabe für die Unternehmen des Gastgewerbes. Alles Jammern über fehlende Arbeitskräfte, wenig motivierte Auszubildende und und und ... nützt nichts. Welche Antworten können Unternehmen auf diese Herausforderung geben?

„Gute Personalführung und Kommunikation“ ist die wichtigste Stellschraube, um ein positives Arbeitgeberimage aufzubauen, und erleichtert damit die Sicherung des Personalbestandes. Was zeichnet „Gute Personalführung und Kommunikation“ im Unternehmen aus und wie kann man diese aufbauen? Vier Schlüssel helfen Ihnen dabei:

1 Wertschätzungskultur

Gute Führung gelingt nur dann, wenn das Unternehmen durch Vertrauen, Feedback und Respekt getragen wird. Vertrauen ist eine Ressource, die dann entsteht, wenn Beschäftigte auch Gestaltungsspielräume haben und selbst Entscheidungen treffen können. Feedback ist eine Form von Wertschätzung, denn es bedeutet, dass jemand wahrgenommen und gesehen wird. Respekt entsteht im Umgang miteinander. Dass wir uns nicht falsch verstehen: Wertschätzungskultur bedeutet nicht sich mit „Wattebüschchen zu bewerfen“ oder Konflikte zu vermeiden. Das Gegenteil ist der Fall: Wertschätzungskultur entsteht nur in einem Klima von klarer, direkter und deutlicher Kommunikation, die man verankern und einüben muss.

Gute Praxis: Das „Wohlfühlhotel Alte Rebschule“ in Rhodt unter Rietburg hat gemeinsam mit den Führungskräften im Unternehmen Führungsleitsätze erarbeitet, die als Orientierung und Verpflichtung gelten und abgeleitet sind aus dem Unternehmensverständnis des Wohlfühlhotels. Nicht nur die Gäste, sondern auch die Mitarbeitenden sollen sich wohlfühlen.

2 Konstruktive Gesprächskultur

Gute Führung gelingt nur dann, wenn das Unternehmen von einer konstruktiven Gesprächskultur getragen wird. Zentrales Element davon ist das systematische Mitarbeitergespräch, in dem Mitarbeiter und Führungskraft sich

über Leistungen und Entwicklungsperspektiven austauschen. Hier kommt es letztlich auf Offenheit, ernsthaftes Sprechen, Austausch und Neugierde an. Unternehmen des Gastgewerbes sollten eher 2x bis 3x Jahr ein kürzeres Gespräch (halbe Stunde) statt eines einmaligen langen Jahresgespräches führen. Neben den Mitarbeitergesprächen sind vor allem Teamsitzungen Teil einer konstruktiven Gesprächskultur.

Gute Praxis: Das Hotel „Jordans Untermühle“ hat die systematischen Mitarbeitergespräche eingeführt. Die Inhaber haben Gespräche mit allen Mitarbeitenden geführt – strukturiert nach einem Leitfaden, der auch Leistungskriterien umfasste. Der Aufwand war hoch und dennoch war die Erfahrung sehr positiv: für Inhaber und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

3 Positive Lern- und Fehlerkultur

Immer noch zählen Schuldzuweisungen, Fehlersuche und Vertuschen zu den häufigsten und selbstverständlichsten Praktiken in Unternehmen. Es herrscht eine Strategie der Fehlervermeidung vor. Dabei sind Fehler ein Teil des normalen betrieblichen Alltags und dazu da sich zu verbessern. Kontinuierliche Verbesserung, über Fehler reden und diese untersuchen, sollte sowohl in Teamsitzungen als auch im Mitarbeitergespräch systematisch praktiziert werden. Denn gute Führung gelingt nur dann, wenn das Unternehmen von einer positiven Lern- und Fehlerkultur geprägt ist.

Gute Praxis: Im „Hotel Am Wartturm“ in Speyer werden beispielsweise Kundenreklamationen systematisch von einer Mitarbeiterin ausgewertet und dann in der Teamsitzung besprochen. Es wird auch geklärt, welche finanziellen Folgen mögliche Fehler für das Unternehmen haben.

4 Führungskräfteentwicklung

Gute Führung gelingt nur dann, wenn das Unternehmen vor allem der Entwicklung der Führungskräfte eine hohe Priorität zumisst. Die Führungskräfte sind das „Nadelöhr“, durch das alles hindurch muss. Ein Chefkoch, der fachlich

super, aber sozial inkompetent ist – eine Serviceleitung, die ihr Team in Spitzenzeiten nicht positiv verstärken kann, das sind auf Dauer schädliche Situationen. Da gute Führungskräfte nicht vom Himmel fallen, ist es notwendig Führungskräfteentwicklung zu betreiben: Strategieworkshops, regelmäßige Leitungstreffen, Einzelcoaching und Training sollten gezielt und systematisch angeboten werden.

Gute Praxis: Im „Parkhotel Schillerhain“ in Kirchheimbolanden, das inzwischen 60 Mitarbeitende beschäftigt, trifft sich der Führungskreis einmal im Jahr 2 Tage außerhalb an einem anderen Ort, um die Marktsituation, notwendige Veränderungen, strategische Ausrichtung und auch Personalführung zu besprechen. Wertschätzungskultur, konstruktive Gesprächskultur, Fehler- und Lernkultur sowie Führungskräfteentwicklung sind die Schlüssel für „Gute Führung und Kommunikation“. Das kostet Zeit, Geduld und Ressourcen – die Investition lohnt sich.



Lesen Sie im **Teil 2 in der nächsten Ausgabe**, welche Möglichkeiten einer erfolgreichen Personalrekrutierung und nachhaltigen Mitarbeiterbindung Betriebe nutzen können.

1 Kontakt:

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

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

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

Systemgastronomie setzt auf „Ausbildung mit Qualität“

Vorsitzender Hirschberger: „DEHOGA-Auszeichnung weist jungen Menschen den Weg“

Qualität, Verlässlichkeit und Wertschätzung sind zentrale Kriterien einer guten Ausbildung. Die DEHOGA-Initiative „Ausbildung mit Qualität“ (AmQ) hat dafür zehn Leitlinien definiert, die Standards guter und fundierter Berufsausbildung beschreiben. Die Qualitätsoffensive erhält nun prominente Unterstützung: Mit dabei ist ab sofort die Fachabteilung Systemgastronomie im DEHOGA Bundesverband.

Die Systemgastronomie im DEHOGA Bundesverband ist neben bisher acht Landesverbänden die erste Fachuntergliederung des Verbandes, die sich an der Initiative beteiligt. Bereits über 100 Ausbildungsbetriebe der vier Marken Hans im Glück, Le Buffet, Marché und Sausalitos konnten zum Start erfolgreich zertifiziert werden. Jugendliche, die noch nach einem Ausbildungsplatz für August/September suchen, können sich auf der AmQ-Website über die ausgezeichneten Unternehmen informieren.

„Nachwuchsgewinnung ist Zukunftssicherung. Deshalb gehen wir in die Offensive“, erklärt Thomas Hirschberger das Engagement. „Mit unserer Beteiligung an der Initiative ‚Ausbildung mit Qualität‘ stellen wir unsere Investitionen in die Ausbildung unter Beweis und machen gute Ausbildung für Jugendliche und Eltern sichtbar.“



(v. l. n. r.) Gerrit Buchhorn (DEHOGA Berlin) übergibt die ersten AmQ-Zertifikate an den Vorsitzenden und die Geschäftsführerin der Fachabteilung Systemgastronomie, Thomas Hirschberger und Sandra Warden.

Die Initiative wurde 2012 vom DEHOGA Berlin ins Leben gerufen und breitet sich seit zwei Jahren auch über die Bundeshauptstadt hinaus aus. „Wir freuen uns, dass sich die Fachabteilung Systemgastronomie der Initiative angeschlossen hat, und sind sehr zuversichtlich, dass sich weitere DEHOGA-Landesverbände beteiligen werden“, ist Gerrit Buchhorn, stellv. Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Berlin, von der Bedeutung der Qualitätsinitiative für die Branche überzeugt.

 www.ausbildung-mit-qualitaet.de

Bürgerfest des Bundespräsidenten

Tag des offenen Schlosses am 8. September

Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier lädt am 7. und 8. September 2018 zum Bürgerfest in den Park von Schloss Bellevue in Berlin ein. Das vielfältige Engagement der Ehrenamtlichen in Deutschland steht dabei im Mittelpunkt.

Am ersten Festtag lädt der Bundespräsident Bürgerinnen und Bürger ein, die mit ihrem Ehrenamt die Zivilgesellschaft in besonderer Weise bereichern. Zum Tag des offenen Schlosses am 8. September 2018 sind alle Interessierten herzlich willkommen.

Auf die Gäste wartet ein abwechslungsreiches Programm mit Musik, Gesprächen und Schlossrundgängen. Der Tag des offenen Schlosses bietet die Gelegenheit, dem Bundespräsidenten zu begegnen, ihn in einem Bühnengespräch zu erleben und seinen Amtssitz zu erkunden.

Zu den musikalischen Highlights gehören die Prinzen und die Sächsische Bläserphilharmonie. Im „Bellevue Kunterbunt“ gibt es ein buntes Programm für die jungen Gäste sowie zahlreiche Mitmach-Aktionen.

Beim Bürgerfest wird der Park von Schloss Bellevue zur Bühne für den Ideenreichtum und die Tatkraft der vielen freiwillig Engagierten. Initiativen, Organisationen und Unternehmen präsentieren ihr gesellschaftliches Engagement. Der Eintritt am 8. September 2018 ist frei.

Auch in diesem Jahr tragen wieder Azubis unserer Mitgliedsunternehmen als Servicekräfte zum Gelingen des Festes bei.

Weitere Informationen unter:

 www.bundespraesident.de/buergerfest-2018



© Bundesregierung / Henning Schacht

Digitalisierung in der Ausbildung

Auf dem richtigen Weg in die Zukunft?

Nachdem der DEHOGA Berlin bereits zweimal erfolgreiche Workshops zur Digitalisierung im Hotel- und Gaststättengewerbe durchgeführt hat, haben sich im Juni 2018 mehr als 20 Ausbildungsverantwortliche im Rahmen der Initiative „Ausbildung mit Qualität (AmQ)“ in Berlin zu einem Workshop getroffen, in dem es erstmals allein darum ging, die besonderen Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung mit Blick auf das Thema Ausbildung herauszuarbeiten.

bereits neue Lernsoftware mit spielerischen Wettkampffunktionen etc. genutzt wird, gibt es nach erster Euphorie durchaus auch ernüchternde Erfahrungen. Wichtigste Erkenntnis aus dem Workshop war, dass neue Technologien eben auch in der Ausbildung nicht etwa Selbstläufer sind oder gar allein schon auch auf Dauer wie Motivationswunder für die Auszubildende wirken.



Neue Lerntechnologien können helfen, sind aber keine Selbstläufer

Optimalen Nutzen bringen die neuen Medien und Instrumente nur dann, wenn sie tatsächlich in die organisationalen Gesamtabläufe von Ausbildungen eingebettet sind, besonders in die nach wie vor entscheidenden Face-to-face-Feedbackschleifen. Sowohl Ausbildungsverantwortliche als auch Auszubildende müssen dafür häufig selbst noch digitale Kompetenzen aufbauen, wie sie etwa auch im Rahmen des Projektes „Zusatzqualifikationen digitale Kompetenzen“ (<https://kompetenzen-digital.de/>) entwickelt werden. In jedem Fall wird das Thema Digitalisierung in der Ausbildung auch weiterhin auf der Agenda bleiben.

Mit zunehmender Digitalisierung im Hotel- und Gaststättengewerbe ändern sich auch die Ausbildungsanforderungen

Die vielfältigen Modernisierungstrends, wie Wirtschaft 4.0 oder „Digitale Revolution“, verändern auch das Hotel- und Gaststättengewerbe. Dies betrifft die Angebotsgestaltung für den Gast (digitaler Check-in, sprachgesteuerte Assistenten auf dem Zimmer etc.) und die Gestaltung all dessen, was der internen Kommunikation und Organisation im sogenannten Backoffice der Gastbetriebe dient (z. B. mit der „hotelkit“-Software). Hinzu kommen neue Lerntechnologien, die mit den Mitteln von virtueller Realität ein mobiles und kollaboratives Lernen jenseits des eigentlichen Arbeitsplatzes ermöglichen.

Auch in der Ausbildungspraxis gibt es bereits eine Vielzahl von positiven Erfahrungen mit der Nutzung von digitalen Medien. Im elektronisch erhobenen Meinungsbild wurde allerdings auch Skepsis deutlich. Auch wo z. B.

Der Workshop im Rahmen des vom Land Berlin finanzierten Projektes „Berliner AusbildungsQualität“ ist in Kooperation mit dem DEHOGA Berlin von der k.o.s GmbH konzipiert und durchgeführt worden.





PRESSE *Ball* BERLIN

~ TRADITION SEIT 1872 ~

12. JANUAR 2019

MARITIM HOTEL BERLIN



70 JAHRE BUNDESREPUBLIK
DEUTSCHLAND

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



Ballkarten Hotline

030 351 03 446

Infos & Karten

www.presseball.de



Burnout muss nicht sein!

Urlaubszeit, Reisezeit – die schönste Zeit des Jahres!

Für die Mitarbeiter im Hotel- und Gastgewerbe bedeutet das Überstunden und höheren Leistungsdruck. Das kann zur Überforderung des Einzelnen führen. Coaching ist eine Möglichkeit, individuelle Wünsche und Anforderungen im Job miteinander zu vereinbaren.

Foto: Astrid Güldemann

Armin Steen ist Coach und hilft Menschen, mit den Anforderungen im Job besser klarzukommen. Sein Ziel ist es, einen Burnout zu vermeiden.

Wer ist Burnout-gefährdet?

Die Betroffenen sind zumeist ehrgeizig, gewissenhaft, zeigen eine hohe Einsatzbereitschaft und Belastbarkeit. Steigen die Anforderungen immer weiter und kann der Einzelne nicht „Nein“ sagen, ist die Gefahr einen Burnout zu erleiden recht groß.

Worauf sollte der Arbeitgeber achten?

Rechtzeitig hinschauen, Probleme erkennen! Manchmal reicht schon ein Perspektivwechsel. Der kann über eine Selbstreflexion erreicht werden. Die Fragen lauten: Wie sehen mich die anderen, wie sehe ich mich selbst? Welche Erwartungen haben die anderen, welche ich? Über gezielte Fragestellungen werden individuelle Lösungen erarbeitet. Coaching ist immer unmittelbare Verhaltensänderung, keine tiefenpsychologische Analyse.

Wann werden Sie angefragt? Wer kommt zu Ihnen?

Es sind Betroffene selber oder Unternehmen. Immer dann, wenn es Probleme in der Zusammenarbeit gibt oder Mit-

arbeiter Gefahr laufen, einen Burnout zu erleiden. Zusammen mit Partnern helfen wir auch nach einem therapierten Burnout bei der Wiedereingliederung ins Berufsleben.

Was ist Ihr beruflicher Werdegang?

Ich bin Hotelkaufmann, war Direktor, Preopening-Manager. Als Protokollchef in der Wirtschaft habe ich über 20 Jahre im In- und Ausland Events organisiert. Nach einer umfassenden Weiterbildung bin ich Businesscoach und Mediator.

Wie kann man das Gesagte zusammenfassen?

Jeder ist bestrebt, nicht aus dem Rad zu fallen und trotzdem seine Individualität und Wünsche im Auge zu behalten. Vielen Menschen gelingt es, einige benötigten Hilfe. Genau darin sehe ich meine Aufgabe!

Ansprechpartner: Armin Steen

@ sc@steen-coaching.com

www.steen-coaching.com



Foto: privat

„Nur mit Euch“: Berlin auf Städtetour in Deutschland

Berlin präsentiert sich mit einmaliger Spiegelinstallation
in fünf deutschen Städten

VisitBerlin und Kulturprojekte Berlin sind im August und September auf „Nur mit Euch“-Städtetour und werben deutschlandweit für Berlin als Reiseziel. Die Tour führt in fünf deutsche Städte, darunter sind München, Frankfurt am Main und Köln.

Im Mittelpunkt der Aktion steht eine einzigartige Spiegelinstallation, die auf zentralen Plätzen aufgebaut wird. Die sieben über zwei Meter großen Spiegel wirken auf den ersten Blick beliebig zueinander aufgestellt. Von einem bestimmten Standpunkt aus ermöglicht ein Spiegel allerdings den Blick in alle anderen sechs und fügt die Reflexionen zu einem Gruppenbild zusammen. Die Installation regt damit nach dem Motto „Nur mit Euch“ nicht nur zum Austausch mit anderen Besuchern an, sondern bietet durch die vielfältigen Spiegelungen und Reflektionen auch außergewöhnliche Fotomotive. Besucher können ihre schönsten Fotos unter dem Kampagnen-Hashtag **#NurMitEuch** und **#visit_**

Berlin auf Instagram teilen. Unter allen Teilnehmern werden Reisen nach Berlin zum Tag der Deutschen Einheit am 3. Oktober verlost.

Leuchtende Ballons machen bereits von Weitem auf die Spiegelinstallation aufmerksam. Die Besucher können sich vor Ort außerdem über Reise-Produkte wie den „Bahnhit“ und die *Berlin WelcomeCard* informieren.

Die Städtetour wirbt für das Bürgerfest zum Tag der Deutschen Einheit vom 1. bis zum 3. Oktober in Berlin, das unter das Motto „Nur mit Euch“ gestellt ist und von der Kulturprojekte Berlin GmbH im Auftrag des Landes Berlin gestaltet und organisiert wird. Sie soll außerdem in Deutschland die Wahrnehmung von Berlin als Reiseziel stärken.

Weitere Informationen unter

 [visitBerlin.de/NurMitEuch](https://www.visitBerlin.de/NurMitEuch) und **#NurMitEuch**



Im Rückspiegel – Halbjahresbilanz der Hauptstadt

Zwischen Angebot und Nachfrage

Der deutsche Hotelmarkt wächst (weiter) – die Hotellerie verzeichnete 2017 ihr achttes Boomjahr in Folge. Laut IHA wachsen in Deutschland besonders deutlich die Hotelketten und die „branded“-Hotels. Ein Umstand, den Berlin besonders deutlich spürt: In keiner anderen A-Destination ist der Anteil der Hotelketten mit 216 Häusern und 43.498 Zimmern so hoch wie in der Hauptstadt – 21 weitere sind noch in der Pipeline. Die Frage ist, kann die Nachfrage Schritt halten?



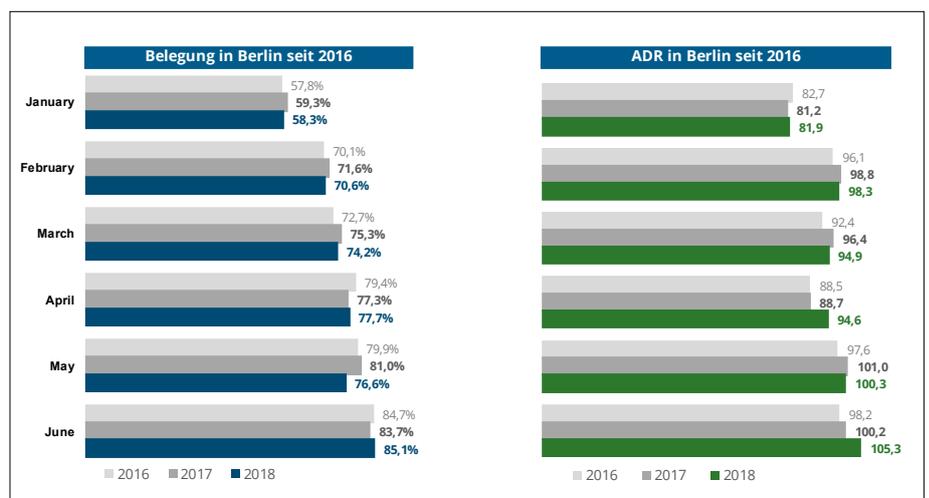
Der Halbjahresvergleich der letzten 4 Jahre in Berlin ist ernüchternd. Das durchschnittliche jährliche Wachstum bleibt über alle Hotelkennzahlen unter der 1 %-Marke. Nicht abgebildet sind die Werte getrennt nach den Hotelkategorien – sie offenbaren, wer gewinnt und wer stagniert: Die jährliche Wachstumsrate (CAGR) der 3-Sterne-Häuser lautet +1,3 % Occ., +4,1 % ADR, +5,4 % RevPar, die 4-Sterne-Häuser bilanzieren mit +1,2 % Occ., +1,9 % ADR, +3,2 % RevPar und die 5-Sterne-Häuser bewegen sich nahe Null (0 % Occ., 0,3 % ADR, 0,3 % RevPar).

Die Eventbilanz: Zwischen Leisure und MICE

Ob privat oder beruflich, Berlin ist immer eine Reise wert. In der Regel sorgen Feier- und Brückentage für eine erhöhte Nachfrage. Nur dieses Jahr wurde die Berliner Hotellerie enttäuscht. Ostern, der 1. Mai, Pfingsten und Fronleichnam blieben hinter den Werten aus dem Vorjahr.

Bei den beiden Letztgenannten war der Belegungsrückgang mit -8,9 % bzw. -10,5 % besonders deutlich. Nur am langen Wochenende um den 1. Mai gelang der Ausgleich via höhere Zimmerpreise, sodass der RevPar im Eventvergleich um +2,0 % zulegen.

Bei den Messen war die Fruit Logistica besonders rückläufig. Die Belegung sank im Vergleich 2018 vs. 2017 von 92,2 % auf 81,9 %, die durchschnittliche Rate reduzierte sich von 151,50€ auf 139,20. Diese Entwicklung ist umso verwunderlicher, als die Fachbesucherzahl der Messe von 75.000 auf 77.000 anwuchs. Der Echo am 12.04. brachte zwar einen Anstieg in der Belegung (+ 9,1 %), aber der Anteil am Jahresumsatz ist mit rechnerischen 2,4 % zu gering, um einen großen Einfluss auf das Gesamtergebnis zu haben. Erwähnenswert ist der Deutsche Krebskongress aus dem Februar und das Tech Open Air. Beide Events erwirtschafteten über alle drei Kennzahlen Steigerungsraten. Fazit nach den ersten 6 Monaten: Soll 2018 insgesamt wachsen, muss die zweite Jahreshälfte besser werden.



i DEHOGA Berlin angeschlossene Unternehmen können sich immer tagesaktuelle Auswertungen von der Verbands-Website downloaden:

🌐 www.dehoga-berlin.de/brancheninfos/daten-fakten/fairmas-cityreport/

i Fairmas GmbH, Sachsendamm 2, 10829 Berlin, Tel.: 030. 3229405-20, Fax: 030. 3229405-21

@ E-Mail: office@fairmas.com **🌐** www.fairmas.com

ADAC

OFFIZIELLER PARTNER
DER ADAC LANDPARTIE CLASSIC

 **Berliner
Sparkasse**

Landpartie Classic



7. und 8. September 2018

Oldtimer-Wandern mit dem ADAC Berlin-Brandenburg durch das Seenland Oder-Spree

Informationen unter:
www.adac-landpartieclassic.de



ENGEL & VÖLKERS

DAVID PATRICK
KUNDLER[®]
ALLIANZ GENERALVERTRETUNG

 **DEKRA**
Alles im grünen Bereich.

SONAX[®]

 **MICHELIN**

 **PACSTER**[®]
BRINGT FREUDE

UNION
GLASHÜTTE/SA.

 **Ruinart**
LA PLUS ANCIENNE LAGERIE
DE CHAMPAGNE

Degussa 
GOLD UND SILBER.

Smarte Impulse für Berliner Hoteliers

Auf der Berliner „belektro“-Messe im November

In Hotellerie und Gastronomie machen die Energiekosten mittlerweile bis zu zehn Prozent des Jahresumsatzes aus – Tendenz steigend – und sind eine wichtige Kostenschraube im Wettbewerb. Zudem steigt auch der Anspruch der Gäste an Smart-Living-Lösungen im Hotel. Annick Horter, Projektleiterin der belektro Fachmesse für Elektrotechnik, Elektronik und Licht, kennt die Anforderungen an smarte Gebäudelösungen. Die belektro findet dieses Jahr vom 6. bis zum 8. November auf dem Berliner Messegelände statt.

Frau Horter, wie lässt sich ein modernes Energiekonzept in Hotels umsetzen?

Wer die Einsparpotenziale seines Hauses kennt, kann oft schon mit kleinen Maßnahmen viel erreichen. Allerdings wissen Betreiber von Hotels häufig nicht, wie sie mit Smart-Home-Lösungen am effektivsten Energie einsparen können. Die Technologie entwickelt sich hier ständig weiter. Für die Facility Manager im Hotel ist es oft schwer, den Überblick zu behalten.

*Wer die
Einspar-
potenziale
seines Hauses
kennt, kann
oft schon mit
kleinen
Maßnahmen
viel erreichen*



Fotos: Messe Berlin

Und den Überblick erhalten sie auf der belektro?

Ja, wir bringen die aktuellen Techniktrends in die Hauptstadt. Über 250 Aussteller präsentieren ihre Produkte. Ein umfangreiches Rahmenprogramm greift viele Themen rund um Smart Home und Energieeffizienz auf. Ein spezielles Angebot für die Hotelbranche ist zum Beispiel das Schwerpunktthema Beleuchtungslösungen für Hotels, Cafés, Restaurants und Clubs im LICHT-DIALOG interaktiv. Hier gibt es Expertenvorträge und kostenpflichtige Workshops.

Was empfehlen Sie „Smart Home“-Neulingen für den Messebesuch?

Starten Sie mit einem Besuch der Sonderchau „Smart Living im E-Haus“. Vom effizienten Energiemanagement bis zur intelligenten Vernetzung lernen Besucher alle technischen Basics kennen. Es werden stündlich Führungen angeboten. Im Forum „Smart Home“ erhalten Sie Einblicke in Themen wie Sanierungslösungen für den Bestandsbau oder funkbasierte Modernisierungslösungen. Hier dürften nicht nur Einsteiger Aha-Erlebnisse haben.

Haben Sie besondere Angebote für Leser von hogaAKTIV?

Es gibt Freikarten für die belektro. Einfach eine E-Mail mit Betreff „Freikarten hogaAKTIV“ an belektro@messe-berlin.de senden. Wer Interesse an Rundgängen über die Messe hat, die wir für Gruppen individuell gestalten, kann uns ebenfalls über diese E-Mailadresse kontaktieren.

Weitere Infos zum Messeprogramm gibt es unter

 www.belektro.de.



Berlin entwickelt kulinarische Vielfalt

Die Jury der Berliner Meisterköche stellt Orte, Menschen und Trends vor, die die Hauptstadt kulinarisch vorangebracht haben

Spätestens nach der Gründung der Jury für die jährliche Wahl der Berliner Meisterköche im Jahre 1997 durch Berlin Partner und die Zunahme an Michelin-Sternen und Gault-Millau-Punkten für Spitzenleistungen hat sich in der weiter wachsenden Bundeshauptstadt die Landschaft der Gourmetrestaurants erheblich verändert. Die in Berlin unentbehrliche Currywurst hat daher inzwischen anspruchsvolle Konkurrenz bekommen. So hat der Gourmet heute die Wahl, Spitzenerzeugnisse der Kochkunst auf Märkten, in Markthallen, sogar an manchen Imbissständen, im kulinarischen Kino und bei Entertainment-Veranstaltungen genießen zu können. Selbst in einfachen kleinen Restaurants ohne anspruchsvolles Umfeld darf über gelungene Kochkunst gestritten werden. Dabei bleibt festzustellen, dass sich derzeit ein Trend für die regionale deutsche Küche nicht selten aus Bio-Produkten und für überzeug-



Prof. Dr. Dieter Großklaus war 1997 Mitbegründer der Jury der Berliner Meisterköche und ist seitdem ihr aktives Mitglied

te Vegetarier fleischlos hergestellt, abzeichnet. Wir erkennen, dass vor allem die jüngere Generation die Veränderungen der Kochkunst eingeleitet hat. Sie zieht deren Einbettung in einem Ablauf mit Würdigung der Kochleistung des jeweiligen Spitzenkochs und seinem Team vor. Dieser Entwicklung kann durchaus zugestimmt werden, zumal sie ein Beleg für die Zunahme des guten Geschmacks bei den gerade in Berlin vorhandenen und international besetzten jüngeren Generationen zu sein scheint.

Wichtig bleibt aber, dass dadurch das Angebot für den anspruchsvollen Feinschmecker in geeigneten Hotels und Restaurants nicht verdrängt wird. Dieser will auch in Zukunft, in Würdigung der Leistung des Spitzenkochs und seines Teams in einem eleganten Umfeld mit Maitre und Sommelier sowie mit Tafel- und Esskultur speisen und genießen.



Weil wir tun was wir lieben.
 Maximilians – Da bin i dahoam!
 Friedrichstraße 185, direkt am U-Bhf. Stadtmitte.

HotelloTOP

Das Netzwerk-Event der Hotellerie

Ein internationales und generationsübergreifendes Netzwerk für europäische Hotellos schaffen – das ist das Ziel von HotelloTOP. Es agiert als Plattform, auf der Studenten, Absolventen und Berufstätige aus allen Ebenen der Hotellerie sowie Partner der Hospitality-Industrie zusammenkommen, Wissen teilen und Erfahrungen austauschen.

Das erste HotelloTOP Jahrestreffen fand 2004 in den Niederlanden statt. Zu diesem Zeitpunkt nahmen bereits 500 Hotellos, wie man die niederländischen Absolventen von Hotelfachschulen nennt, teil. Seither wächst das HotelloTOP-Netzwerk stetig und bietet an verschiedenen europäischen Standorten, wie den Niederlanden, Belgien, Deutschland und UK, Events direkt für die Branche an.



Foto: Peggy Mayer



Foto: HotelloTOP



Foto: HotelloTOP

Das „HotelloTOP Year Event Deutschland“, erstmals 2013 während der Best of Events in Dortmund initiiert, lockt mit spannenden Keynotes und Abendprogramm ein immer größer werdendes Hotellerie-affines Publikum an und wurde schnell zum festen Bestandteil eines erfolgreichen Messebesuchs unter Hoteliers. Und auch die attraktivsten Häuser der Hauptstadt verbünden sich seit 2016 gerne mit „HotelloTOP Berlin“, um die Hotellerie und ihren Hospitality-Gedanken bei eigens ausgerichteten

Afterwork-Events zu zelebrieren und Hotellos langfristig für die Branche zu begeistern. Dabei werden alle Ebenen der Hotellerie verbunden. Denn von Zimmermädchen über Absolventen der Europäischen Hotelfachschulen bis zum Hoteldirektor sind alle herzlich eingeladen und bekommen die Gelegenheit, sich auf Augenhöhe branchenintern zu begegnen und wertvolle Kontakte zu knüpfen. Weil auch wir nur zu gut wissen, dass es nicht nur wichtig ist, was man weiß, sondern auch, wen man kennt.

Save the Date:

HotelloTOP-Events in Berlin:
26. November 2018 in der
Hotelfachschule Berlin
& 25. Februar 2019

Und auch Nordrhein-Westfalen sieht die Notwendigkeit für einen Treffpunkt der Branche und bietet im August 2018 erstmalig das HotelloTOP Afterwork NRW im Stadtpalais Köln an.

Sie sind in der Hotellerie tätig und möchten neue Impulse durch zukunftsweisende Vorträge zu aktuellen Themen bekommen oder in den direkten Austausch mit Entscheidern und Newcomern treten? Das nächste HotelloTOP Event findet auch in Ihrer Nähe statt.

Werden Sie Teil der Hotellerie mit HotelloTOP!

 <http://www.hotellotop.de/>

„Masel Tov!“

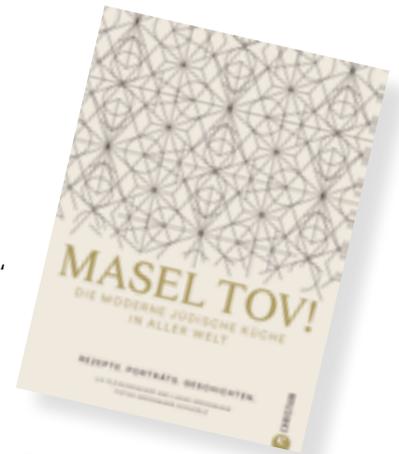
Liv Fleischhacker inszeniert die moderne jüdische Küche

Neni, Kanaan, Yafo, Gordon und viele mehr: Gastronomiekonzepte, die die israelische Küche ins Zentrum rücken, erfreuen sich in Berlin immer größerer Beliebtheit. Die Berliner Journalistin Liv Fleischhacker hat jetzt ein Buch über die weltweite jüdische Kochkultur veröffentlicht.

Auf 224 Seiten stellt Fleischhacker, die auch für das Bar-Magazin „Mixology“ und das Food-Portal „Munchies“ schreibt und 2017 das israelische Foodfestival „Nosh“ in Berlin mitveranstaltet hat, Menschen, ihre Geschichten und ihre Rezepte vor. Von Haya Molcho, der Erfinderin der „Neni“-Restaurants, dessen Berliner Dependence fast immer ausgebucht ist, über die in der Frankfurter Gastronomieszene umtriebigen Gebrüder Artinast bis hin zu Liz Alpern und Jeffrey Yoskowitz aus New York, die mit ihrem

Food-Projekt „The Gefilteria“ aschkenasischen Gerichten, welche lange als altbacken und ungesund galten, einen modernen Schliff verpassen. Der Leser bekommt auf diese Weise spannende Einblicke in die Lebenswelt der vorgestellten „food people“ und zusätzlich eine Vielzahl von Rezepten (über 50) von Basics wie Salzzitronen oder Challah-Brot bis hin zu komplexen Speisen. Eine wunderbare, bunte Mischung, informativ und inspirierend. Übrigens: Das „Nosh“-Festival findet 2019 wieder statt.

„Masel Tov!“ kostet 29,99 Euro und ist im Christian Verlag erschienen.



Lesezirkel Brabandt

Zeitschriften mieten statt kaufen



Für Ihre Gäste unser Service-Lesespass

GASTRO-MAPPE



- Auto-Motor-Sport • Cosmopolitan •
 - Der Spiegel • Eltern Family • Stern •
 - Essen & Trinken • Frau im Spiegel •
 - Living at Home • Wunschzeitung •
- am KIOSK 29,80 €

im LESEZIRKEL

wöchentlich
nur **7.90** €

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

... oder freie Auswahl aus mehr als 190 Zeitschriften



Berlin Food Week

RoastTrip durch die Hauptstadt

Das diesjährige Stadtmenü wird eine wilde Reise durch die Berliner Gastroszene: Rund 50 Berliner Restaurants präsentieren sich im Rahmen der Berlin Food Week vom 17. bis zum 23. September 2018 mit einem amerikanisch inspirierten Wochenmenü.

Gastro-Fans und Foodies können durch das Stadtmenü nicht nur in der ganzen Hauptstadt beim Food-Festival dabei sein und neue Restaurants entdecken, sondern auch spezielle US-Cuts von Fleisch und kalifornische Weine ausprobieren. Denn eine Kooperation mit den amerikanischen Partnern ermöglicht Restaurants eine gesponserte Teilnahme, wenn sie die Produkte als Teile ihre Stadtmenüs servieren. US Beef und California Wines wollen auf diese Weise Köche und Gastronomen von der Qualität ihrer Produkte überzeugen. Als langjähriger Partner der Berlin Food Week übernimmt Transgourmet die Belieferung.

Genauso vielfältig wie die Berliner Gastronomie-Landschaft sind die Teilnehmer des Stadtmenüs. Vom etablierten Hotelrestaurant über Berliner Klassiker bis hin zu aktuellen Neueröffnungen und bekannten Szeneläden ist alles dabei. Das Restaurant Mainly im DRIVE-Forum von Volkswagen serviert eine RoastTrip-Bowl im Lunchmenü und das Restaurant Oderberger kredenzt zum Fleisch im Hauptgang eine rauchige Whisky-Sauce. Weitere Teilnehmer sind beispielsweise Jolesch, Hotel am Steinplatz, Charlotte & Fritz und Midtown Grill. Interessierte finden alle Menüs ab Mitte August auf www.berlinfoodweek.de. Tische können unter anderem über den Berlin Food Week- und DEHOGA Berlin-Partner OpenTable gebucht werden.



*Nicoals Hahn,
Küchenchef
des Restaurants
am Steinplatz*

Das Prinzip ist einfach: Jedes Restaurant setzt das Motto RoastTrip mit seiner eigenen Handschrift um, legt die Anzahl der Gänge selbst fest und entscheidet sich für eine Preiskategorie – 19, 29, 49 oder 79 Euro. Das Motto ist in diesem Jahr durch den Länderpartner der Berlin Food Week, die USA, geprägt. Ein gutes Stück Fleisch, kräftige Grillaromen, knackig gebratenes Gemüse; aber auch große Freiheit, Kreativität und maximaler Genuss – für all das steht RoastTrip.

 www.berlinfoodweek.de



„Entscheidend ist das Konzept“

Gastronomie gestalten heißt mehr, als Möbel in einen Raum zu stellen.

Einrichtungen sprechen eine oder mehrere Zielgruppen an, erzählen Geschichten und wecken im besten Fall Emotionen. GO IN hat basierend auf einem umfangreichen Sortiment an Profimöbeln eine Reihe stimmiger Looks kreiert. Die Bandbreite reicht von etablierten Varianten wie Industrial und Scandinavian über modernes Brauhaus und French Brasserie bis hin zu kreativen Kreationen wie Slick Modern und Happy Workplace.



Maurus Reisenthel

3 Fragen an Maurus Reisenthel, Geschäftsführer und Art Director von GO IN:

Mit den neuen Looks bieten Sie den Gastronomen und Hoteliers – neben der Zuordnung der Produkte in Familien – eine weitere wertvolle Orientierungshilfe bei der Einrichtung. Was steckt dahinter?

Hinter jeder erfolgreichen Gastronomie steckt heutzutage ein Konzept. Diese Konzepte entstehen teilweise durch die individuelle Handschrift der Gastwirte. Aber immer häufiger werden sie durch Interior Designer professionell geplant. Wir wollen also unseren Kunden mit den Looks und Familien mögliche Konzeptgedanken mit an die Hand geben.



Eine angenehme Atmosphäre und Komfort spielen im Seminarbereich und Betriebsrestaurant zunehmend eine Rolle.

Warum ist es für Gastronomen heute so wichtig, sich durch ein in sich stimmiges Einrichtungskonzept von den Mitbewerbern zu differenzieren?

In der Gastronomie geht es schon lange nicht mehr nur um Kulinarik in einem ansprechenden Ambiente, sondern um ein soziales Erlebnis. Die Gäste wollen in eine Welt eintauchen, die spezifische Gefühle transportiert und für die sie sich bewusst bei der Restaurantwahl entschieden haben.



Holz, dunkles Metall, Messing und Details wie sichtbare Verschraubungen und künstlich erzeugte Gebrauchsspuren gehören zum Industrial Look.

© GO IN GmbH

Das schafft ein Alleinstellungsmerkmal, steigert die Attraktivität – und wenn das Konzept in sich schlüssig ist, führt das zur langfristigen Kundenbindung.

Wenn sich ein Kunde für einen bestimmten Look entscheidet – kann er dann trotzdem noch Möbel aus einer anderen Stilrichtung dazu kombinieren oder wäre das aus Ihrer Sicht ein „No-Go“?

Aus meiner Sicht gibt es bei Fragen zur Inneneinrichtung heutzutage kein „No-Go“ mehr. Alles ist erlaubt. Unsere Looks spiegeln einen Stil wider und sollen als Inspiration dienen. Es können jedoch verschiedene Stile, Farben und Modelle kombiniert werden. Entscheidend ist das Konzept. Ob das gut wird, hängt von der Qualität des Gestaltungsansatzes ab. Was nach einer kunterbunten Mischung aussieht, ist meist im Detail sehr genau geplant, denn nicht jede Farbe lässt sich kombinieren und auch manche Stile passen nicht zusammen. Oft sind es nur Akzente, die das gewisse Etwas ausmachen.

 www.goin.de



Französischer Charme und die Trendmaterialien Marmor, Samt und Messing.

Beachten – Befolgen – Ignorieren

Paukenschlag im Dieselskandal:

Audi-Chef Rupert Stadler kommt in Untersuchungshaft.

Die Staatsanwaltschaft will mit der Verhaftung verhindern, dass Stadler Beweise und Zeugen manipulieren kann – Verdunklungsgefahr. Außerdem hat er trotz seiner Kenntnis des Betruges weiter „Autos verkauft“. Es handelt sich um die erste Festnahme eines VW-Vorstandsmitglieds.

Dieses Beispiel zeigt nur zu deutlich, was einem Unternehmer passieren kann, wenn gesetzliche Vorschriften, also alles was formal in einem unserer Parlamente beschlossen wurde und dann in den zuständigen Ministerien in Verordnungen gebracht wurde, nicht eingehalten werden.

Bei den sogenannten aktuellen Regeln und dem aktuellen Stand der Technik ist das Ganze deutlich komplizierter. Handelt es sich doch hier um das private „Expertenwissen“ der Sachverständigen und Sach- und Fachkundigen der jeweiligen Branche.

Es ist vielfach schon hilfreich, wenn man versucht hinter die Kulissen zu blicken, also z. B. welche Lobbyisten, Sachverständige, Vertreter von öffentlichen Einrichtungen, sich in diesem Normungsausschuss versammelt haben.

Beachten sollte man die Regeln, auf die in Gesetzen oder Verordnungen Bezug genommen wird.

So findet sich z. B. in Ihrer Baugenehmigung/Betriebslaubnis ggf. der Hinweis, dass eine Brandmeldeanlage gem. DIN 14675 zu errichten und zu betreiben oder eine Brandschutzordnung gem. DIN 14096-2014 in Ihrem Betrieb zu erstellen ist.

Es geht dabei um nicht geprüfte Feuerlöscher, Wanddurchbrüche, verstellte Fluchtwege und außer Funktion gesetzte Brand- und Rauchschutztüren. Durch Ignoranz steht der Hotelier kurz vor einer Betriebsstilllegung. Aufgrund der Verpflichtungen aus dem Bürgerlichen Gesetzbuch, z. B. § 618 BGB „Pflicht zu Schutzmaßnahmen“, § 823 BGB „Schadenersatzpflicht/ Verkehrsicherungspflichten“ oder § 62 HGB „Fürsorgepflicht des Arbeitgebers“, sind Sie immer wieder, also beinahe täglich, gefordert, sich mit aktuellen Regeln zu beschäftigen.



L - PARTNER — RISIKOMANAGEMENT —

 www.l-partner.net



Dipl. Verw. Michael Lehmann

Suchen Sie sich Partner, die Ihnen Optionen aufzeigen können, die in der betrieblichen und somit täglichen Alltagssituation ein taugliches Mittel darstellen. Einfach nur eine Norm oder Regel, die empfohlen ist, zu befolgen, heißt noch lange nicht, dass damit das geforderte Schutzziel auch erreicht wird.

privat



WAS KÖNNEN WIR FÜR SIE TUN?

**LEHNEN SIE SICH ZURÜCK,
WIR MACHEN DAS FÜR SIE!**

Unser Komplettservice umfasst:

Leasingsystem

Unsere textile Vollversorgung nach Ihren individuellen Wünschen.

Hoteleigene Wäsche

Wir waschen Ihre Wäsche schonend nach höchsten Qualitätsstandards.

Mitarbeitergarderobe

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

Gästewäsche

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

Mietwäsche

Nutzen Sie unser Wäschelager zur flexiblen Überbrückung kurzfristigen Bedarfs.

Textilhandel

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

... und noch vieles mehr!

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

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



Berliner Hotels setzen sich mit pink pillow Berlin Collection in Szene

Am 28. Juli fand die 40. CSD-Parade auf dem Ku'Damm mit über 500.000 Besuchern statt. Der Christopher Street Day Berlin ist international bekannt als Berlin Pride. Er war auch in diesem Jahr Teil der „Pride Week“ vom 20. bis zum 29. Juli mit zahlreichen Veranstaltungen. Den Auftakt machte das Lesbisch-Schwule Stadtfest vom 21. bis zum 22. Juli rund um den Nollendorfplatz. *visitBerlin* präsentierte hier gemeinsam mit der pink pillow-Hotelinitiative ein pinkfarbenes „Selfie-Bällebad“. Um für das LGBTI*-freundliche Hotelangebot Berlins zu werben, konnten Besucher hier vor dem Hintergrund einer Berliner Skyline Fotos machen und diese unter dem Hashtag #pinkpillowberlin veröffentlichen. Die pink pillow Berlin Collection ist seit 2013 ein weltweit einzigartiges, von *visitBerlin* initiiertes Netzwerk von über 60 Berliner Hotels und Hotelketten, die sich auf die Wünsche der LGBTI*-Community eingestellt haben. Die Marke vereint Hotels, denen besonders eines am Herzen liegt: dass jeder Gast so sein darf, wie er ist und dass sich jeder sicher und willkommen fühlt.

 www.pinkpillow-berlin.de

Zwei Spitzen-Beförderungen im Adlon

Mit Philipp Pögl (Director of Food & Beverage) und Stephan Eberhard (Küchendirektor) wurden gleich zwei große Talente aus den eigenen Reihen identifiziert. Sie leiten seit Anfang Juli den vielseitigen F&B Bereich des Hotel Adlon Kempinski. Darunter fallen neben den drei Restaurants „Lorenz Adlon Esszimmer“, „Sra Bua by Tim Raue“ und „Restaurant Quarré“ auch die Lobby Bar, der Room Service, das „Adlon To Go“, das Mitarbeiterrestaurant, die Pâtisserie sowie das umfangreiche, auf 3.000 Quadratmeter verteilte Bankettgeschäft und das dazugehörige Stewarding. Letzte berufliche Station von Philipp Pögl war

Philipp Pögl (l.) und Stephan Eberhard

Outlet Manager in dem mehrfach ausgezeichneten Restaurant „Beach House“ im Park Hyatt Abu Dhabi. Stephan Eberhard sammelte umfassende Erfahrungen in namhaften Hotels und war zuletzt im Sheraton Essen Hotel als Küchenchef tätig. Ende 2015 wechselte er ins Hotel Adlon Kempinski.

 www.kempinski.com/adlon

Craft-iges im Le Faubourg

Im Le Faubourg am Kurfürstendamm trifft französische Küche auf Craft-Spirituosen: Zu jedem Gang des neuen Menüs von Felix Mielke serviert Sommelier Mathias Brandweiner Cocktails aus handgefertigten Spirituosen des Freimeisterkollektivs von Gründer Theo Ligthart. Le Faubourg setzt auf eine spannende Mischung aus traditioneller französischer Küche, innovativen Zubereitungsmethoden und frischen, regionalen Produkten. Das von Theo Ligthart 2016 gegründete Freimeisterkollektiv bildet einen unabhängigen Zusammenschluss handwerklich arbeitender Destillateure.



© Le Faubourg

Von Gin über Vodka bis Rye Whisky und Kaffegeist vertreibt die Berliner Marke bereits 30 verschiedene hochwertige Craft-Spirituosen von 20 Freimeistern.

 www.lefaubourg.berlin/de; www.freimeisterkollektiv.de

Zum Brunch ins „Schwein“

Schwein goes brunch! Seit Februar hat das Restaurant „Schwein“ in der City West ein neues Zuhause gefunden – nun öffnet das Team um Gastgeber David Monnie und



© Schwein



David Monnie (rechts)
und Chef de Cuisine
Christopher Kümper

Chef de Cuisine Christopher Kümper auch am Vormittag seine Türen und bringt Feinschmecker und Genießer künftig jeden Samstag

von 11.30 bis 15.30 Uhr mit dem neuen Fine Dining-Brunch gut gestärkt und beschwingt ins Wochenende.

 www.schwein.online

Silke Spieske neue Direktorin des Sheraton Berlin Grand Hotel Esplanade

Das Sheraton Berlin Grand Hotel Esplanade hat seit dem 1. Juli 2018 eine neue Direktorin. Die international profilierte Hotel Managerin Silke Spieske (48) löst Frank Ketterer ab, der das Hotel nach über vier erfolgreichen Jahren verlassen hat.



Mit Silke Spieske hat sich das Sheraton Berlin Grand Hotel Esplanade eine Führungspersönlichkeit mit umfassender Erfahrung ins Team geholt.

Silke Spieske war zuletzt im A-ROSA Scharmützelsee als Regionaldirektorin tätig. Sie hat renommierte Häuser wie das Steigenberger Hotel Treudelberg in Hamburg, das Kempinski Hotel in Sansibar (Tansania), Kempinski Ishtar Dead Sea (Jordanien) und – als Interims-Direktorin – das Kempinski München Airport (heute Hilton) geführt. Silke Spieske absolvierte die Steigenberger Hotelfachschule in Bad Reichenhall und eine Ausbildung zur Hotelfachfrau im Münchner City Hilton Hotel. Direkt nach ihrer Ausbildung hatte die gebürtige Südafrikanerin schon bald leitende Positionen in Hotels von Hilton, Marriott, Starwood und Kempinski inne, die sie rund um den Globus führten. 2010 schloß sie die Reims Management School in Frankreich mit dem MBA ab. Silke Spieske wuchs in Port Elizabeth (Südafrika) auf und träumte schon als 15-Jährige davon Hoteldirektorin zu werden. Damals wie heute liebt sie es mit Menschen aus verschiedenen Kulturen zusammenzuarbeiten. „Ich freue mich sehr auf diese neue Herausforderung in der Metropole Berlin ein so renommiertes Hotel zu leiten“, sagt Silke Spieske. Mit ihrer Vertriebserfahrung, ihrer Dynamik und Führungskraft will sie das Sheraton Berlin Grand Hotel Esplanade noch weiter nach vorne bringen und dabei das ganze Team in Entscheidungen mit einbeziehen.

 www.sheratonberlinesplanade.com/de

Artur Brauner feierte 100. Geburtstag

Am 1. August 1918 in Łódź geboren, feierte Artur „Atze“ Brauner gerade seinen 100. Geburtstag. Das Leben des Filmproduzenten verlief filmreif: Während des Krieges von den Nationalsozialisten verfolgt, gelang ihm die Flucht in die Sowjetunion. Nach dem Krieg wollte er eigentlich nach Israel, kam dann aber nach West-Berlin und wurde hier Filmproduzent und Unternehmer. Eines seiner erfolgreichen Unternehmen ist das Hollywood Media Hotel am Kurfürstendamm. Das Filmhotel versteht sich als Hommage an die Stars und Sternchen des vergangenen Jahrhunderts und begeistert die Gäste mit cineastischem Ambiente immer wieder aufs Neue. Im gesamten Haus stößt man auf Filmrequisiten aus dem Fundus von Besitzer Artur Brauner sowie auf original Setfotos aus den 50er und 60er Jahren des internationalen Films.

Wir gratulieren zum 100.!

 www.filmhotel.de

Grillen wie ein Gourmet

Bereits zum vierten Mal findet im Café am Neuen See das kulinarische BBQ Event „Grillen with the Chefs“ vom 16. Juli bis zum 30. September 2018 statt. Drei Sommermonate lang verspricht das Grillen der Spitzenklasse seinen Gästen ein Festival der Grill-Kunst von Weltklasse zu werden. Den Anfang machte der Brite James Baron, Chefkoch im Hotel Tannenhof im Allgäu. Bei den Grillevents lernen sowohl Hobbyköche als auch Profis unter Anleitung der ausgewählten Chef-Grillmeister, wie man kulinarisch abwechslungsreiche und anspruchsvolle Menüs zaubert.

 www.cafeamneuensee.de

6. September: Regionale Produktbörse

Die IHK Berlin lädt zur Regionalen Produktbörse für Lebensmittel am Donnerstag, 6. September, von 10.00 bis 14.00 Uhr in die IHK Berlin, Ludwig Erhard Haus, Kant-Atrium, Fasanenstraße 85, 10623 Berlin, ein. Die Veranstaltung bietet Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Gastronomie, Hotellerie oder touristischer Einrichtungen Möglichkeiten, neue Trends und Ideen kennenzulernen, um auf die veränderten Wünsche der Gäste frühzeitig reagieren zu können. Die IHK Berlin möchte mit dieser Messe Erzeuger und Produzenten regionaler Produkte stärker mit potenziellen Wirtschaftspartnern vernetzen und ihnen eine Plattform zur Kontaktaufnahme bieten.

Die Liste der Aussteller steht ab dem 23. August auf der IHK-Berlin-Homepage; Anmeldung bis zum 31. August 2018 ebenfalls dort. Die Teilnahme ist kostenlos.

 www.ihk-berlin.de



Ja zur Kneipenkultur

Die Brotfabrik in Weißensee ist ein Kunst- und Kulturzentrum mit Kino, Theaterbühne, Fotogalerie und Atelier. Für das leibliche Wohl der Gäste sorgt eine Kneipe, die zu Beginn des Jahres die gelernte Restaurantfachfrau Charlotte Gubig übernahm. Die junge Gastronomin arbeitet mit ihrem 10-köpfigen Team engagiert dafür, die Kneipe als Ort der Kultur weiter auszubauen. „Die Kneipe ist ja auch ein Stück weit die Seele oder das Herz des gesamten Hauses“, sagte sie in einem Interview mit der hauseigenen Zeitschrift.



Charlotte Gubig, Kneipencheffin in der Brotfabrik

Neben Veränderungen in der Ausstattung und der Entfernung der Raucherlounge soll es hier zukünftig auch Musik geben und rundum eine Atmosphäre entstehen, die es den Gästen ermöglicht, „ein bisschen Abstand vom Alltag“ zu finden.

www.brotfabrik-berlin.de

20 Jahre GIG – 20 Jahre Wachstum und Innovation

In diesem Jahr feiert die GIG Unternehmensgruppe ihr 20-jähriges Bestehen. Im Jahr 1998 gründete Torsten Harnusch das Unternehmen als Gesellschaft für integriertes Gebäudemanagement. Seine Vision war schon damals sämtliche Leistungen rund um das Gebäude aus einer Hand anzubieten. Dieses Ziel hat der Diplom-Ingenieur entschieden verfolgt. 20 Jahre später bietet die GIG Unternehmensgruppe mit mehr als 10 Tochterunternehmen an über 230 Standorten ihre Leistungen an. Gestartet als Dienstleister für technisches Gebäudemanagement, versteht sich die GIG heute als technologieorientierter Facility Management-Spezialist und ist in den Geschäftsbereichen Pharma, Chemie, Industrie, Wohnimmobilien, Büro- und Gewerbeimmobilien tätig.

Das Kerngeschäft des Standort-, Property- und Facility-Managements wurde in den letzten Jahren erfolgreich um Energiemanagement und -versorgung, Ingenieurleistungen und den Technischen Anlagenbau erweitert.

www.gig24.com

Neu: MundART & Comedy Theater

Am 1. September eröffnet die Berliner Kabarettistin und Sängerin MARGA Bach mit einem Mix von Berliner Typen das neue MundART und Comedy Theater „Berliner Schnauze“ an der Karl-Marx-Allee 133 in Berlin-Friedrichshain. Eine Bühne für alle, die diesen frechen Dialekt lieben und gern lachen. Ihr zur Seite steht eine Handvoll Berliner Mimen, die den Berliner Dialekt ebenfalls mit der Muttermilch aufgesogen haben. Das ehemalige Kabarett „Charly M“ – direkt neben dem Kino Kosmos gelegen – hat MARGA Bach in ein gemütliches Wohnzimmertheater im Alt-Berliner Stil verwandelt. Auf 80 Plätzen erwartet die Besucher eine unterhaltsame Mischung aus Kabarett, Comedy, Musik, Tanz und Gesang. Gespielt wird täglich außer dienstags, die Tickets kosten einheitlich 24 Euro.



Die Theatergründerin, Kabarettistin und Sängerin MARGA Bach

www.berliner-schnauze-theater.com

Neuer Aufsichtsrat bei Berlin Partner

In der 28. Gesellschafterversammlung der Partner für Berlin Holding Gesellschaft für Hauptstadt-Marketing mbH haben die Vertreter der Gesellschafter einen neuen Aufsichtsrat gewählt. Neuer Vorsitzender ist Carsten Jung, stellvertretender Vorstandsvorsitzender der Berliner Volksbank eG; Tobias Weber, Geschäftsführer der City Clean GmbH & Co. KG, wurde zum stellvertretenden Vorsitzenden des Aufsichtsrates gewählt. Der scheidende Aufsichtsratsvorsitzende Dr. Holger Hatje hat sich in gut zwölf Jahren Tätigkeit im Aufsichtsrat der Partner für Berlin Holding Gesellschaft für Hauptstadt-Marketing mbH, davon die vergangenen

zehn Jahre als Vorsitzender, für die Belange der Berliner Unternehmen innerhalb der Wirtschaftsförderung eingesetzt. Er wird beim Berlin-Partner-Sommerfest am 30. August feierlich verabschiedet.

 www.berlin-partner.de

BSR: Ausweitung des Pilotprojektes Parkreinigung

Die BSR hat ihr Pilotprojekt Parkreinigung – zusätzlich zum Forstgebiet Teufelssee und den seit 2016 gereinigten zwölf Berliner Parks – auf weitere 34 Flächen erweitert. Mit der Ausweitung des Pilotprojektes sind nun insgesamt 47 Flächen mit fast 300 Hektar BSR-Reinheitsgebiet. Im Zuge der Ausweitung hat die BSR noch einmal 100 Beschäftigte neu eingestellt. Zu den Flächen gehören u. a. der Monbijoupark, der Lietzenseepark und der Kollwitzplatz. Im Jahr 2017 hat die BSR aus den zwölf Parks insgesamt rund 12.000 Kubikmeter (das sind rund 400 große LKW-Container) Abfall entsorgt. Von den neuen Flächen sammelte die BSR im Juni 1.250 Kubikmetern Müll.

 www.bsr.de

Dunkin' Donuts Concept-Store

Am 30. Juli 2018 öffnete der neue Dunkin' Donuts Concept-Store in der Straße Unter den Linden nach dem Umbau seine Türen. Dieser tritt nicht nur im neuen modernen Design auf, sondern legt den Fokus stärker auf Espresso- und Kaffeespezialitäten. Neben den Esspressospezialitäten, wie etwa Cappuccino oder Latte Macchiato, aus 100% Fairtrade-Arabica-Bohnen werden hier auch der hauseigene Kaffee, verschiedene Teesorten und eine Reihe eisgekühlter Getränke angeboten. Dazu gibt es eine große Auswahl von Sandwiches, Muffins, Croissants und natürlich die bekannten Donuts. Außerdem führt Dunkin' Donuts in dem neuen Concept Store den Nitro Cold Brew Coffee ein: Der traditionell mit kaltem Wasser gebrühte Kaffee ist versetzt mit Stickstoff und garantiert vollmundigen Geschmack und eine cremige Konsistenz. Das neue Design des Restaurants besteht aus hellen, natürlichen Materialien. Verschiedene Kunstwerke zum Thema Kaffee schmücken die Wände. An der offen gestalteten Theke können Kaffeeliebhaber beobachten, wie die Getränke zubereitet werden, und durch die Glasfront einen Blick auf die hauseigenen Donuts werfen.

 www.dunkin-donuts.de



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

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

 lesebox

 LESEBOX GmbH

 LESEBOX GmbH

 LESEBOX GmbH

Trauer um Willi Säuberlich

Der DEHOGA Berlin und die Berliner Klassifizierungskommission trauern um deren dienstältestes Mitglied Willi Säuberlich, der am 11. Juli 2018 verstorben ist. Seit Einführung der Deutschen Hotelklassifizierung 1996 war Willi Säuberlich ehrenamtliches Kommissionsmitglied und hat mit seiner Erfahrung, Kompetenz und großem Engagement maßgeblich zum Erfolg der Berliner Hotelsterne beigetragen.



Wir bedauern seinen Tod zutiefst, denn Willi Säuberlich ist unersetzlich. Uns bleibt, ihm von Herzen für seine jahrzehntelange Unterstützung, Loyalität und Kollegialität zu danken. Er war ein wunderbarer Mensch und wird für immer in unseren Gedanken sein.

Deutsche Hotelklassifizierung



Erstklassifizierungen:

★★★★ *First Class*
Capri by Fraser

★★★★ *Superior*
Radisson Blu Hotel Berlin

Folgeklassifizierungen:

★★★★
Golden Tulip Berlin – Hotel Hamburg
Schlosspark Hotel

★★★★ *Garni*
HSH Hotel Apartments Mitte

★★★ *Garni*
Novum Hotel Gates
Sorat Hotel Ambassador Berlin

★★ *Garni Superior*
Ibis Hotel Berlin Messe



▶ Betriebsjubiläen im September

Alter Krug Dahlem 5 Jahre ■ **Bit Stop** 15 Jahre ■ **Bülow Kneipe** 10 Jahre ■ **Café Palladin** 15 Jahre ■ **Call a Pizza Prenzlauer Berg** 20 Jahre ■ **Digital Eatery** 5 Jahre ■ **eam-events and more UG** 15 Jahre ■ **Ivbergs Hotel Berlin Messe** 10 Jahre ■ **Motel Plus Berlin** 5 Jahre ■ **NH Berlin City Ost** 20 Jahre ■ **Olivenbaum** 15 Jahre ■ **Palais VA GmbH - Palais in der Kulturbauerei** 15 Jahre ■ **Pension am Oranensee** 25 Jahre ■ **Rosi's Club** 15 Jahre ■ **The Pearl** 5 Jahre ■ **Wiener Conditorei Caffeehaus Betriebs GmbH** 5 Jahre ■ **Yesil Firin Kebap-haus** 5 Jahre ■ **Zitadellen Schänke** 40 Jahre

▶ Mitgliedschaftsjubiläen im September

Ägir Müggels(pr)ee/Vereinslokal & Ruderbar 5 Jahre ■ **Café Olé** 5 Jahre ■ **ECONTEL HOTEL Berlin Charlottenburg** 35 Jahre ■ **Hotel Pension Rehberge** 5 Jahre ■ **Hotel-Pension Draheim** 25 Jahre ■ **Mercure Hotel Berlin Zentrum** 5 Jahre ■ **Motel Plus Berlin** 5 Jahre ■ **NOVA** 10 Jahre ■ **papaya – noodles & soups** 15 Jahre ■ **Restaurant Samrat** 25 Jahre ■ **Robby's PUB** 5 Jahre ■ **Sofitel Berlin Gendarmenmarkt** 20 Jahre ■ **The Pearl** 5 Jahre ■ **Wiener Conditorei Caffeehaus Betriebs GmbH** 5 Jahre ■ **Zum Bären** 25 Jahre

Der Verband begrüßt herzlich seine neuen Mitglieder

- Amplio
- V&B Verwaltungs- und Betriebs GmbH
- Torbar
- BrotfabrikKneipe
- Locke's Gondel

 **DEHOGA** **Save the Date**
BERLIN WICHTIGE TERMINE FÜR MITGLIEDER

Montag, 10. September 2018	11. DEHOGA Berlin Golf-Trophy powered by Berliner Pilsener	Potsdamer Golf-Club
Montag, 15. Oktober 2018	Fachgruppensitzung Gastronomie	Ort wird noch bekannt gegeben
Dienstag, 16. Oktober 2018	Fachgruppensitzung Hotellerie	Ort wird noch bekannt gegeben
Montag, 19. November 2018	Sicherheitsforum für Locations & Hospitality	Hotel Berlin, Berlin
Dienstag, 20. November 2018	Branchentag	Maritim Hotel Berlin
Montag, 26. November 2018	Vollversammlung	Ort wird noch bekannt gegeben

Holiday Inn Berlin City-West:

Viel Neues zum 25.

1993 begrüßte das Holiday Inn Berlin City-West seine ersten Gäste. Seitdem ist das moderne 4-Sterne-Haus am Rohrdamm ideal für Geschäftsreisende und Berlin-Besucher, denn das gastliche Haus liegt nur wenige Minuten vom Flughafen Tegel entfernt, bietet beste Verkehrsanbindung an die A100, die U-Bahn, das Messegelände und zur gesamten City West. Nun macht sich das Holiday Inn Berlin City-West in seinem 25. Jubiläumsjahr fit für die Zukunft. Auf der Agenda stehen Renovierungsarbeiten in den 336 Zimmern, den 18 Veranstaltungsräumen sowie in den öffentlichen Bereichen. „Alles wird heller, moderner, zeitgemäß und insbesondere den Ansprüchen von Geschäftsreisenden entsprechend gestaltet“, so General Manager Gregor Seipolt. „Nicht zuletzt mit Blick auf unsere optima-



le Lage in Airport-Nähe sowie die Größe unserer Veranstaltungsfläche (1.500 Quadratmeter) – möchten wir uns verstärkt im Corporate- und MICE-Business-Bereich neu positionieren.“ Bis zum März 2019 – so die Planung – sollen alle Arbeiten abgeschlossen sein. Erste Musterzimmer sind bereits fertig und überzeugen durch schnörkellose Business-Ästhetik: Parkettfußboden, Holz, unaufdringliches Designer-Mobiliar und dezente Erdfarben dominieren die Räume. Zudem werden alle Zimmer mit 43 Zoll Full-HD-TV, einem modernen Lichtkonzept sowie Verdunkelungsgardinen ausgestattet. „Dass wir das alles bei laufendem Betrieb schaffen, verdanken wir vor allem unserem großartigen Team“, so Gregor Seipolt, der gern noch auf eine weitere Besonderheit seines Hauses verweist: Direkt vor dem Hotel startet eine 6 km lange Jogging-Rundroute, die durch den Volkspark Jungfernheide führt.



 www.hotel-berlin-city-west.com



Fotos: © GCH Hotel Group

Arbeitsrecht:

Typische Fallstricke beim Abschluss befristeter Verträge

Viele Arbeitgeber nutzen befristete Verträge als Flexibilisierungsinstrument. Sie haben den Vorteil, dass sie automatisch enden, ohne dass der Arbeitgeber eine Kündigung aussprechen muss. Es gibt jedoch einige Besonderheiten zu beachten, damit die Befristung wirksam vereinbart werden kann:

- 1 Bei befristeten Arbeitsverträgen unterscheidet man zwischen Befristungen mit und ohne Sachgrund.
- 2 Bei einer Befristung ohne Sachgrund kann der Arbeitsvertrag maximal dreimal verlängert werden, wobei eine Befristungszeit von insgesamt 2 Jahren nicht überschritten werden darf. Weiterhin darf die Person nicht schon einmal in dem Betrieb tätig gewesen sein (sog. Vorbeschäftigungsverbot), andernfalls ist eine Befristung ohne Sachgrund nicht zulässig.
- 3 Bei einer Befristung mit Sachgrund gelten die beschriebenen Zeitgrenzen und das Vorbeschäftigungsverbot nicht. Ein typischer Fall einer Befristung mit Sachgrund ist die Vertretung eines anderen Arbeitnehmers im Fall von Elternzeit oder Krankheit. Dort ist die Befristung so lange zulässig, wie der Sachgrund besteht.

2 Soll ein befristeter Vertrag verlängert werden, darf man nicht gleichzeitig andere Vertragsbedingungen ändern, da dies automatisch zu einem unbefristeten Vertrag führen würde. Es empfiehlt sich daher in einem ersten Schritt zunächst die Befristung des Vertrages verlängern. Dabei bleiben die übrigen Vertragsbedingungen zunächst unverändert. Einige Tage später sollten dann in einem weiteren Vertrag die Arbeitsbedingungen geändert werden, wobei die zuvor vereinbarte Befristung beibehalten bleibt.

3 Befristete Verträge müssen stets schriftlich abgeschlossen werden.

4 Befristete Verträge können auch vor Fristablauf gekündigt werden. Dafür muss aber die Kündigungsmöglichkeit ausdrücklich im Vertrag vereinbart werden.

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



René Kienker, Justiziar DEHOGA Berlin

© DEHOGA Berlin

SMART FÜR DIE ZUKUNFT

Photovoltaik: Betriebskosten senken – Image heben



Fragen zum Thema an
Claus Wattendrup, Vice President
Solar & Batteries bei Vattenfall

Welche Vorteile bietet Photovoltaik?

Bei eigener Nutzung können bis zu 50 Prozent Ihres Strombedarfs abgedeckt werden. Außerdem verbessert sich die CO₂-Bilanz Ihres Unternehmens.

Welche Angebote macht Vattenfall?

Wir bieten Ihnen an, entweder eine Photovoltaikanlage zu kaufen oder Ihre Dachfläche an uns zu verpachten.

Wie unterstützen Sie interessierte Unternehmer?

Wir erarbeiten gerne eine individuell passende Lösung.



© Hans Blomberg

Von der Planung über die Investition bis hin zur Installation einer Photovoltaikanlage stehen wir unseren Kunden als Partner zur Seite.

Weitere Informationen und Kontaktdaten unter

 www.vattenfall.de/sonnenpartnerschaft

VATTENFALL 

OLDTIMER MESSE

MOTORWORLD Classics BERLIN



5. - 7. OKT 2018

MESSE UNTERM FUNKTURM  Messe Berlin

WWW.MOTORWORLD-CLASSICS.DE



*Endlich nie
wieder die Frage:
Obst oder Bier?*



*Jetzt
probieren!*