

GASTGEWERBE

... MAGAZIN

DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR GASTRONOMIE UND HOTELLERIE



GENERATION Z

So tickt der Nachwuchs

WAHLKAMPF

Der DEHOGA stellt Forderungen

EDITORIAL

NACH DER WAHL IST VOR DER WAHL

Spannend war er auf jeden Fall, der Wahlabend in NRW. Die krachende Niederlage der SPD und der Niedergang der Grünen haben sich zwar schnell abgezeichnet, doch die Frage, ob es die Linke in den Landtag schaffen würde oder nicht, stand lange Zeit auf der Kippe. Jetzt bekommen wir einen neuen Ministerpräsidenten und eine Koalition, die unseren Interessen näherkommen wird. Zumaldest lassen das die Ergebnisse unseres Wahlchecks, die Reden von Armin Laschet und Christian Lindner auf unserem Verbandstag und die ersten Ergebnisse der Koalitionsverhandlungen stark vermuten.

Deutlich gezeigt hat die Wahl vor allem eines: Die Wählerinnen und Wähler waren mit der Politik und der (Miss)-Erfolgsbilanz der rot-grünen Landesregierung nicht zufrieden. Und diese Zufriedenheit fehlte auch vielen von uns.

Wir haben als Branche in diesem Wahlkampf klar und deutlich gezeigt, wo unsere Interessen sind und welche Forderungen wir an eine zukünftige Landesregierung haben. Dies ist uns sehr gut gelungen, und mein Dank geht an dieser Stelle an all diejenigen, die sich aktiv mit der Landtagswahl beschäftigt haben und unsere Themen zu den Bürgern und Politikern transportiert haben. Das hat die Wahl sicherlich nicht entschieden, aber unsere Arbeit war ein Mosaiksteinchen dessen, was wir am Wahlsonntag im Mai erlebt haben.

Doch ab jetzt geht es ums Morgen. Wir dürfen uns nicht ausruhen – und das aus zwei Gründen: Zum einen müssen wir auf die



Bernd Niemeier

Foto: Andreas Türk

künftige Landesregierung einwirken, dass unsere Themen vorrangig behandelt werden. Die Rücknahme der „Ampel“ ist dabei ein starkes Signal in die richtige Richtung.

Zum anderen steht schon in drei Monaten mit der Bundestagswahl das nächste politische Großereignis ins Haus. Und auch da müssen wir intensiv daran arbeiten, dass die Interessen unserer Branche in die Wahlprogramme der Parteien aufgenommen werden. Es geht vor allem um eine Flexibilisierung der Arbeitszeit, um faire Wettbewerbsbedingungen sowie um einen Abbau von Bürokratie und Dokumentationen im Sinne unternehmerischer Eigenständigkeit und Selbstverantwortung.

Lassen Sie uns in den nächsten Wochen genauso engagiert auf der politischen Bühne arbeiten wie bei der NRW-Wahl. Dass es etwas bringt, hat der 14. Mai eindrucksvoll gezeigt. Wir sind eine starke Branche und müssen das auch nach außen geschlossen zeigen.

Bernd Niemeier
Präsident DEHOGA NRW

JAHRESABO 40,00 €

inkl. MwSt. und Versand



Die Abo-Rechnung für 10 Ausgaben
GASTGEWERBE ... MAGAZIN erhalten
Sie nach Bestelleingang der ersten Ausgabe.

Das **GASTGEWERBE** ... MAGAZIN liefern wir ab Bestelleingang á 10 Ausgaben an die von Ihnen gewünschte Adresse. Für diese Leistung zahlen Sie nur einen Jahrespreis in Höhe von 40,00 €.

Nach Ablauf des Jahres endet das Abo. Auf Anfrage besteht allerdings die Möglichkeit das Abo zu verlängern oder aber die DEHOGA-Mitgliedschaft zu beantragen mit der Sie das Abo des Gastgewerbe-Magazins geschenkt bekommen.

Anrede

Herr Frau

Versandadresse

Vorname

Nachname

(optional) Firma

Straße, Nr.

Ort

PLZ

Telefon

E-Mail

Ich möchte per E-Mail mit aktuellen Informationen versorgt werden.

Bankverbindung

Kontoinhaber

Bank

IBAN

BIC

Bankeinzug

Ich ermächtige die Inproma-Gruppe, meine personenbezogenen Daten elektronisch zu speichern. Die Inproma-Gruppe versichert, diese Daten mit höchster Vertraulichkeit zu behandeln und nur für interne Zwecke zu verwenden. Eine Abgabe an Dritte wird ausgeschlossen.

INHALT



11



14



20



31

MELDUNG & MEINUNG 4

POLITIK & VERBÄNDE 8

- > Die Politik im (Wahl-)heck 8
- > Neue Spitze für DEHOGA Berufsbildungsausschuss 9
- > Maßnahmen gegen Sterneschummeleien zeigen Wirkung 10

MESSEN 11

- > Anuga 2017: Zehn Messen unter einem Dach 11
- > Food Innovation Camp am 17. Juli in Hamburg 12
- > Premiere: Der Profitester-Award 13

FACHKRÄFTESICHERUNG 14

- > Die Generation Z: „Die sind anders“ 14
- > Neue Medien zur Ansprache nutzen 16
- > Die Mitarbeiter in den Mittelpunkt stellen 17

DIGITAL 18



Die Generation Z: „Die sind anders“ S. 14
Foto: © andresr - iStockphoto.com

TECHNIK 19

- > Kühltechnik mit System 20
- > Perfekte Lagerung in der Kühltheke 21
- > Abfallentsorgung: Imageplus dank Recycling und Nachhaltigkeit 23
- > Fettabscheider: Pflicht, aber kein Problem! 24
- > Stopp der Lebensmittelverschwendungen 26

AMBIENTE 27

- > Der smarte Waschraum 28
- > Ausgestattet für den Vorzeige-Waschraum 29
- > Der Waschraum und sein Werbepotenzial 30
- > Umsätze steigern mit der Minibar 31
- > Komfortplus Zimmersafes 32
- > Interview: Zimmersafes – integrierte Sicherheit 33
- > Absorber-Kühlschrank von Gastro-Cool 34

- > Vorschau 34
- > Impressum 34



AUFGETISCHT

Wenn ich manchmal mit Unternehmern aus Hotellerie und Gastronomie spreche, bin ich immer wieder aufs Neue erstaunt, mit welchen Anforderungen und Fallstricken, mit Verordnungen und Vorschriften sie konfrontiert werden. Der Bogen reicht vom Brandschutz bis zum Steuerrecht, von der Allergenkennzeichnung bis zur Kassenführung. Vieles ist so kompliziert, dass man sich kaum noch damit auskennen kann, ohne Ingenieur oder Steuerberater zu sein, vieles kostet aber einfach nur Zeit. Oder Geld, wenn man sich nicht selbst darum kümmert.

Und dann sieht man beispielsweise die – inzwischen über 100 000 – Angebote bei Airbnb und fragt sich, ob da auch so genau hingeschaut wird? Ob da auch genügend Rauchmelder und Fluchtwege vorhanden sind? Ob da auch jede Einnahme versteuert wird? Ob da auch alles peinlich genau dokumentiert und gemeldet wird? Ich habe meine Zweifel. Oder hat jemand schon mal bei einem Vereinsfest die Allergenkennzeichnung oder einen Bewirtungsbeleg gesehen?

Deshalb ist es nur richtig, wenn der DEHOGA faire Wettbewerbsbedingungen fordert. Klar ist: Die neuen Angebote kann man in einer digitalen Welt nicht verhindern oder gar verbieten. Die Nachfrage – sowohl bei der Wohnraumvermietung als auch bei den Festen landauf, landab – zeigt ja auch, dass die Menschen es wollen. Allerdings: Wenn man es schon zulässt, dann bitte auch nur zu den gleichen Bedingungen, mit den gleichen Verordnungen, Dokumentationen und Kontrollen.

Gerade vor der Bundestagswahl ist genau der richtige Zeitpunkt, die Weichen zu stellen – damit Hotellerie und Gastronomie auch in Zukunft eine Chance am Markt haben und nicht in Verordnungen und Dokumentationen untergehen.

> Andreas Türk, Chefredakteur



Andreas Türk

MENSCHEN BEOBACHTEN ALS ERLEBNIS IM RESTAURANT



Foto: © MACIEJ NOSKOWSKI - iStockphoto.com

Was wäre ein Besuch im Restaurant, wenn man dabei nicht andere Gäste beobachten könnte? Genau: Einfach nicht so unterhaltsam. „People Watching“ macht Spaß und gehört zu vielen Aktivitäten einfach dazu – da sind sich drei Viertel der Deutschen einig. Das fand eine Umfrage unter 1000 Deutschen im Auftrag von Bookatable by Michelin, dem Online-Reservierungs-Service, nun heraus. Besonders unterhaltsam finden es 41 Prozent der passionierten Beobachter, Interaktionen – vom Streit bis zum ersten Date – zwischen anderen Menschen mitzubekommen. 25 Prozent suchen sich auch schon mal ein Restaurant genau nach dem Gesichtspunkt aus, ob man dort gut andere Menschen beobachten kann oder eben nicht. Danach gefragt, wo man denn dem visuellen Volkssport am besten nachgehen

könne, sind sich 27 Prozent der Deutschen einig: in der Fußgängerzone. Auf Platz zwei folgt das Café mit 18 Prozent. Bereits den dritten Platz belegen Restaurants mit 14 Prozent. In Restaurants selbst, das sagen 43 Prozent der Befragten, ist der Fensterplatz der begehrteste, um dort ganz in Ruhe sowohl einen Blick auf die anderen Gäste als auch auf vorbeigehende Passanten zu erhaschen. „Restaurants können durch die Wahl ihres Interieurs durchaus dafür sorgen, dass sie Gästen mit einer Leidenschaft zum People Watching entgegenkommen“, sagt Thomas Bergmann, Regional Director bei Bookatable by Michelin. „Große Fensterfronten sowie helle und offene Räume kommen bei den bekannten Beobachtern gut an, und 25 Prozent der Befragten geben solchen Restaurants schon mal den Vorzug.“

GESUCHT: HOTELIMMOBILIE DES JAHRES 2017

Noch bis zum 17. Juli 2017 können sich Hotelentwickler, Hoteleigentümer oder Betreiber für die Auszeichnung Hotelimmobilie des Jahres 2017 bewerben. Die Preisverleihung findet im Rahmen des hotelforum, der europäischen Fachkonferenz für Hotel- und Immobilienexperten, am Freitag, 6. Oktober, in München statt. Teilnehmen an dem Wettbewerb können zwischen Januar 2016 und Juni 2017 eröffnete Hotels aus ganz Europa, die sich durch ein gelun-

genes Gesamtkonzept aus Architektur, Gestaltung und Innovation vom Wettbewerb abheben. Entscheidend ist laut hotelforum dabei die homogene Zusammenführung der einzelnen Aspekte zu einem gelungenen und wirtschaftlich erfolgreichen Hotelkonzept. Die Anmeldeunterlagen sind verfügbar unter:



gastgewerbe-magazin.de > Magazin Code 265



HYGIENE-AMPEL JETZT AUCH IN NIEDERSACHSEN

Nach Nordrhein-Westfalen – wo sie aber nach der Landtagswahl im Mai wieder abgeschafft werden soll – plant nun ein weiteres Bundesland die Einführung einer „Hygiene-Ampel“ für gastronomische Betriebe. In den niedersächsischen Großstädten Hannover und Braunschweig soll das verbraucherfreundliche Ampelsystem in die Pilotphase gehen.

Wie auch in NRW stellt der grüne Agraminister Christian Meyer das Thema Transparenz beim Verbraucherschutz in den Vordergrund. Sowohl die Verbraucher können durch eine Veröffentlichung der Kontrollergebnisse der behördlichen Lebensmittelüberwachung wissen, wo der Betrieb steht, als auch der Betrieb selbst. Das Barometer gibt es für Gastronomie, Lebensmittelgeschäfte, Kantinen und Menschen. Die Betriebe können aber selbst entscheiden, ob sie es aushängen wollen. Nach einer mehrmonatigen Pilotphase soll das Hygienebarometer in ganz Niedersachsen eingeführt werden.

WETTBEWERB FÜR SERVICE-KRÄFTE

Ausbildete Restaurant- und Hotelfachleute bis 35 Jahre können ihre Leistungsfähigkeit beim 8. L'Art de Vivre Service-Wettbewerb unter Beweis stellen – und Unternehmer können ihre Mitarbeiter mit der Teilnahme an einem solchen Wettbewerb motivieren. Teilnehmen können ausgebildete Fachkräfte mit mindestens einem Jahr Berufserfahrung. Die Bewerbung erfolgt online mit Lebenslauf, dann gibt es einen Online-Pretest, der darüber entscheidet, wer beim Finale am 23. Oktober im Hotel Palace in Berlin dabei sein darf. Dort vergibt eine Fachjury die Geldprämien der Vereinigung L'Art de Vivre in Höhe von 2.000 Euro, 1.000 Euro und 500 Euro sowie eine Reise der drei Erstplatzierten zur Maison RUINART in Frankreich. Die Sieger erhalten zudem Auszeichnungskunden sowie attraktive Sachpreise von Schott Zwiesel Kristallglas und der Mineralwassermarke S.Pellegrino.

Die Bewerbung ist bis zum 31. Juli 2017 über die Internetplattform www.gourmet-residenzen.com/wettbewerb möglich.

AUSWIRKUNGEN DES ARBEITSZEITGESETZES



Illustration: Ulrich Gineiger



STEUERLICHE FUSSANGELN BEI DER MITARBEITERVERPFLEGUNG



Foto: © AlotOfPeople - iStockphoto.com

Sowohl in der Hotellerie als auch in der Gastronomie gehört es schon fast zur Selbstverständlichkeit, dass für die Mitarbeiter ein Essen zur Verfügung gestellt wird. Allerdings ergeben sich aus dieser Wohltat steuerliche Konsequenzen, die immer häufiger bei Betriebspflichtungen für Diskussionen sorgen.

Konkret geht es um den Fall von Vincent Klink, Chef der Wielandshöfe in Stuttgart, von dem das Finanzamt 16.000 Euro für ein Essen, das es gar nicht gegeben hat, haben wollte. Gegenüber der Stuttgarter Zeitung erläuterte Klink, dass Sonntag und Montag Ruhetag sei – es also auch kein Personales gibt. Dies steht in den Arbeitsverträgen nicht drin, was für Klink „logisch“ ist. Der Betriebspflichtige sah das anders und verlangte die Lohnsteuer für Essen, das es gar nicht gab. Klink spricht von „Raubstaat“, verzichtete aber auf eine Klage – und zahlte. „Die Leiderfahrung des Herrn Klink mit dem Finanzamt ist bei Weitem kein Einzelfall, sondern im Gegenteil Ergebnis einer zunehmend restriktiven Anwendung steuerrechtlicher Vorschriften im Zuge von Lohnsteueraußen- und Sozialversicherungsprüfungen“, sagt Andreas Nastke, Fachautor für Steuerrecht von lohnconsult. Konkret: Erhält ein Mitarbeiter des Gastgewerbes Mahlzeiten von seinem Arbeitgeber verbilligt oder gratis, so stellt dies einen sogenannten steuerpflichtigen Sachbezug dar. Nach allgemeiner Rechtsauffassung geht das Finanzamt hier grundsätzlich davon aus, dass, wer einen ganzen Tag in einem

Restaurant-Betrieb arbeitet, auch in diesem verköstigt wird. Diese sogenannte Anscheinsvermutung hat die Folge, dass es hier also weniger auf den tatsächlichen Verzehr selbst als vielmehr alleine auf die Möglichkeit (Potenzial) zum Verzehr ankommt. Man spricht deshalb von Potenzialtheorie. Hiernach werden also (Phantom)-Mahlzeiten besteuert, die niemals konsumiert wurden.

„Über den Sinn oder gar die (Un)-Gerechtigkeit solcher Regeln kann man durchaus geteilter Auffassung sein – in der steuerrechtlichen Praxis kommt es aber häufig vor“, so Nastke.

Praxistipp

„Das Finanzamt ist regelmäßig damit zufrieden, wenn eine Strichliste geführt wird, die den tatsächlichen Konsum der Mitarbeiter tagesgenau dokumentiert. Dies ist zugegebenermaßen ein zusätzlicher Aufwand. Einfacher geht es, so Nastke, mit dem LohnManager by lohnConsult, einer webbasierten Anwendung für Gastronomiebetriebe, die den gesamten Lohnvorbereitungs- und Verwaltungsaufwand auf einen einfach zu bedienenden Bruchteil reduziert und dabei automatisch die Kosten optimiert. Die Software bietet unter anderem eine Zeiterfassung mit „Mahlzeiten“-Automatik. Hier erfolgt die arbeitstägliche Dokumentation auch von Mahlzeiten vollautomatisch in Abhängigkeit der eingetragenen Arbeitszeiten.

www.lohnmanager.info

➤ Dr. Andreas Nastke / lohnConsult
Fachautor für Steuerrecht

SCHON ÜBER 100 000 AIRBNB- UNTERKÜNFTE

Der Markt wird immer größer: Wie Airbnb als führendes Portal für die Vermittlung von Privatunterkünften meldet, sind aktuell über 100 000 Unterkünfte gelistet. Spitzenreiter mit über 22 000 Unterkünften ist weiterhin Berlin, gefolgt von München mit 9000 aktiven Inseraten und Hamburg mit über 7000. Besonders an den Küsten sowie im Alpenraum steigt die Zahl der Angebote stetig an.

BUNDESRAT STIMMT BÜROKRATIE- ENTLASTUNG ZU

Der Bundesrat hat dem Zweiten Bürokratieentlastungsgesetz zugestimmt. Damit werden vor allem kleine Unternehmen spürbar von Bürokratie befreit.

Ein Schwerpunkt des Gesetzes ist der weitere Abbau bürokratischer Vorschriften im Steuerrecht. Ein zweiter Schwerpunkt liegt auf dem Thema Digitalisierung. Mit einer neuen Fälligkeitsregelung für die Beiträge zur Sozialversicherung wird schließlich eine weitere langjährige Forderung der Wirtschaft umgesetzt. Das Zweite Bürokratieentlastungsgesetz entlastet vor allem kleine Unternehmen mit zwei bis drei Mitarbeitern. Sie unterliegen oft der ganzen Bandbreite an Vorschriften, haben in der Regel jedoch keine „Spezialisten“, die sich in die Fachgesetze detailliert einarbeiten können.

Bundeswirtschaftsministerin Brigitte Zypries hierzu: „Alltag vereinfachen, von Bürokratie entlasten“ – diesem Ziel sind wir einen deutlichen Schritt nähergekommen. Ich freue mich, dass der Bundesrat dem Zweiten Bürokratieentlastungsgesetz zugestimmt hat. Gerade kleine Unternehmen sind durch Bürokratie besonders belastet. Der Bundestag hat vor Kurzem auch die Anhebung der Sofortabschreibung für geringwertige Wirtschaftsgüter beschlossen. Kleine Unternehmen können sich damit wieder auf das Wesentliche konzentrieren: Innovationen vorantreiben, Investitionen tätigen und Arbeitsplätze schaffen.“

Der Citan
Kastenwagen ab

99 € mtl.*

Der Vito
Kastenwagen ab

149 € mtl.*

Der Sprinter
Kastenwagen ab

199 € mtl.*

Transporter
TOP LEASING

Angebote nur für Gewerbetreibende

Ohne Anzahlung!



Abbildung enthält Sonderausstattungen.

Kleine Raten in jeder Größe.

Das Top Leasing für den Mercedes-Benz Citan, Vito oder Sprinter. Schon ab 99 € monatlich, ohne Anzahlung.

Wie groß Ihr Job auch ist, die Rate bleibt klein. Profitieren Sie von den Mercedes-Benz Transportern und unseren besonders günstigen Leasingraten – nur bis 30.06.2017.

Kraftstoffverbrauch innerorts/außerorts/kombiniert (l/100 km): Citan 4,7/4,2/4,3; Vito 7,8–7,7/5,4–5,3/6,3–6,2; Sprinter 11,0–10,8/7,1–6,9/8,6–8,4. CO₂-Emissionen kombiniert (g/km): 112/164–162/224–219.

*Ein Leasingbeispiel der Mercedes-Benz Leasing GmbH, Siemensstraße 7, 70469 Stuttgart, für Citan 108 CDI Kastenwagen/Vito 109 CDI Kastenwagen/Sprinter 211 CDI Kastenwagen nur für gewerbliche Einzelkunden: Kaufpreis ab Werk 12.990 €/18.490 €/20.990 €, Leasing-Sonderzahlung 0,00 €, Laufzeit 48 Monate, Gesamtaufleistung 40.000 km, mtl. Gesamtrate 99,00 €/149,00 €/199,00 €. Alle Preise gelten zzgl. der gesetzlich gültigen Umsatzsteuer.

Das Leasingangebot ist gültig bis 30.06.2017. Weitere Informationen zu den Konditionen und zum Abschluss eines Leasingvertrages erhalten Sie von den Mercedes-Benz Vertriebspartnern.

Mercedes-Benz

Vans. Born to run.





DIE POLITIK IM (WAHL-)CHECK

Am 24. September wird in Deutschland gewählt. Der DEHOGA will schon jetzt von den Kandidaten wissen, wie sie zur Branche stehen und welche der Forderungen von Hotellerie und Gastronomie sie unterstützen. Der DEHOGA Bundesverband hat dazu eine 40-seitige Broschüre mit dem Titel „Wahlcheck“ herausgebracht, an alle Kandidaten verschickt und um Antworten gebeten.

„Als DEHOGA machen wir uns stark für Rahmenbedingungen, die unsere Unternehmerinnen und Unternehmer befähigen und nicht fesseln“, sagt Präsident Guido Zöllick im Vorwort der Broschüre. Es gehe der Branche um mehr Flexibilität und fairen Wettbewerb. „Dies ist dringend notwendig, denn immer neue bürokratische Belastungen und ausufernde Regulierungs- wut sorgen für Unternehmerfrust statt Unternehmerlust.“

Antworten auf die Fragen der Branche

Die Kandidatinnen und Kandidaten, die vom DEHOGA angeschrieben werden, erhalten in der Broschüre nicht nur Informationen über die Themen der Branche und die damit verbundenen Forderungen, sondern werden auch aufgefordert, insgesamt 38 Fragen konkret zu beantworten. Konkret heißt in diesem Fall: Stimmen Sie den Forderungen des Gastgewerbes zu oder nicht. „Wir wollen von Ihnen wissen, welche Antworten Sie auf die drängendsten Fragen der Branche geben“, schreibt Guido Zöllick an diejenigen, die sich um politische Ämter bewerben.

Das Themenpektrum der Branchenforderungen beinhaltet natürlich die drei zentralen Forderungen nach einer Flexibilisierung des Arbeitszeitgesetzes im Hinblick auf eine Wochenarbeitszeit, nach fairen Wettbewerbsbedingungen wie beispielsweise einem reduzierten Mehrwertsteuersatz für die Gastronomie und nach unternehmerischer Selbstverantwortung im Sinne eines Bürokratieabbaus. Themen sind aber auch die Energie- und Tourismuspriorität, der Verbraucherschutz sowie das Urheberrecht.

Schneller Überblick

Schon bei der Landtagswahl in Nordrhein-Westfalen hat ein ähnlicher Wahlcheck sehr schnell und deutlich gezeigt, welche Parteien und Kandidaten auf der

Seite des Gastgewerbes stehen und welche nicht. Der DEHOGA schränkt bei seinem Wahlcheck ein, dass für ihn „eine Politik, die sich gegen Toleranz und Weltöffnung richtet und damit das Ansehen unseres Landes beschädigt“, inakzeptabel sei, und erwartet von allen Parteien und Kandidaten, die mit der Branche im Dialog stehen, diese Haltung zu akzeptieren.

Gastgewerbe Magazin wird in der nächsten Ausgabe umfangreich über die Forderungen der Branche berichten und die Ergebnisse aus der Parteien- und Kandidatenbefragung in der Wahl-Ausgabe im September ausführlich vorstellen.

Wer sich selbst ein Bild von den Themen der Branche machen möchte, kann die Broschüre über seinen Landesverband anfordern und selbst die Kandidaten seines Wahlkreises mit den Fragen konfrontieren.

» WIR WOLLEN WISSEN, WIE DIE KANDIDATEN ZU UNSERER BRANCHE STEHEN. «

Die Broschüre steht auch zum Download zur Verfügung: www.dehoga-bundesverband.de im Bereich Publikationen. >atk



Foto: DEHOGA



TAKE THE FUTURE



Wechsel an der Spitze des DEHOGA-Bundesausschusses für Berufsbildung: Eva-Maria Rühle (2.v.r.) übergab ihr Amt an Hans Schneider (2.v.l.). Dem neuen Vorsitzenden zur Seite stehen Armin Schumann als stellvertretender Ausschussvorsitzender und DEHOGA-Geschäftsführerin Sandra Warden.

NEUE SPITZE FÜR DEHOGA BERUFS- BILDUNGSAUSSCHUSS

Der Bundesausschuss für Berufsbildung im DEHOGA hat einen neuen Vorsitzenden: Hans Schneider, Inhaber des Landgasthof-Hotels Riesengebirge im bayerischen Neuhof a. d. Zenn, wird in den nächsten vier Jahren an der Spitze des wichtigen Verbandsgremiums stehen. Bei den turnusmäßigen Neuwahlen entschieden sich die Mitglieder einstimmig für den angesehenen Familienunternehmer und langjährigen stellvertretenen Ausschussvorsitzenden aus Mittelfranken. Hans Schneider folgt auf Eva-Maria Rühle, die nach fast 21 erfolgreichen Jahren im Amt nicht mehr kandidierte. Als stellvertretenden Vorsitzenden bestätigte der Ausschuss Armin Schumann vom DEHOGA Sachsen. Er führt die Schumann's Genusswerkstatt in Pulsnitz.

Der neu gewählte Vorsitzende überzeugte die Ausschussmitglieder mit seinen unternehmerischen Leistungen und sei-

nem Gestaltungswillen in herausfordernden Zeiten. Zu seinem Amtsantritt sagte Hans Schneider: „Mein zentrales Anliegen ist es, dass unsere gastgewerblichen Berufe die Anerkennung bekommen, die sie verdienen, und wieder mehr junge Menschen Lust auf unsere Branche haben. Zusammen mit meinen Kollegen aus den Ländern, Fachverbänden und Fachabteilungen will ich meinen Beitrag dafür leisten, insbesondere mit der Neuordnung der gastgewerblichen Ausbildungsberufe die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft zu stellen.“

Die bisherige Ausschussvorsitzende Eva-Maria Rühle wurde von den Ausschussmitgliedern in Würdigung um ihre besonderen Verdienste zur Ehrenvorsitzenden gewählt. Sie wird weiterhin als Wettkampfleiterin bei den Deutschen Jugendmeisterschaften in den gastgewerblichen Ausbildungsberufen tätig sein.

> Andreas Türk

IHR NÄCHSTER TERMIN:
KÖLN, 07.–11.10.2017

Jetzt Eintrittskarte online kaufen und bis zu 42 % sparen: www.anuga.de/tickets

Koelnmesse GmbH
Messeplatz 1
50679 Köln
Deutschland
Telefon +49 1806 002 200*
Telefax +49 221 821-991010
anuga@visitor.koelnmesse.de



* 0,20 EUR/Anruf aus dem dt. Festnetz; max. 0,60 EUR/Anruf aus dem Mobilfunknetz



MASSNAHMEN GEGEN STERNESCHUMMELEIEN ZEIGEN WIRKUNG

Im Juli 2016 berichtete die Fernsehsendung „ZDF zoom“ über die Deutsche Hotelklassifizierung und deckte auf, dass sich zahlreiche Hotels mit abgelaufenen oder sich selbst vergebenen Sternen schmückten. Ein Viertel aller Hotels mit Sterneangaben aus einer 1000 Betriebe umfassenden ZDF-Stichprobe warb vor einem Jahr mit Sternen, ohne gültig nach Deutscher Hotelklassifizierung eingestuft zu sein. „Um die Interessen klassifizierter Betriebe zu wahren und unsere Markenrechte zu schützen, haben wir ein umfangreiches Maßnahmenpaket aufgelegt, das nun erste Erfolge zeigt“, zieht Markus Luthe als Geschäftsführer der DEHOGA Deutsche Hotelklassifizierung GmbH eine Zwischenbilanz.

Mithilfe des Bonner Datendienstleisters B2B Smart Data wurden im Herbst letzten Jahres und werden zukünftig alle rund 21000 Homepages deutscher Hotels regelmäßig und automatisiert für die Deutsche Hotelklassifizierung auf unberechtigte Sternewerbung hin im Text, in Meta-Tags oder auf Bildern gescreent. Im Rahmen der zuvor stattgefundenen Eigenrecherche und der ersten bundesweiten Vollerhebung wurden insgesamt 1228 Fälle ermittelt, in denen auf hoteleigenen Internetseiten illegitim mit Sternen geworben wurde, was einer Quote von 6,0 Prozent entspricht. Alle 1228 Hotels wurden von der regional zuständigen Klassifizierungsgesellschaft schriftlich aufgefordert, sich entweder gültig

klassifizieren zu lassen oder die Werbung mit Hotelsternen einzustellen. In 28,1 Prozent der Fälle erfolgte zwischenzeitlich eine offizielle Klassifizierung. In 39,5 Prozent der Fälle entfernte das angeschriebene Hotel die kritisierte Sternewerbung. Bei 11,7 Prozent der Fälle wurde zunächst von einer weiteren Rechtsverfolgung abgesehen, da die Fallkonstellationen zunächst als rechtlich nicht eindeutig eingestuft wurden; dabei handelt es sich beispielsweise um seit Jahrzehnten im Familienwappen der Hoteleigentümer verwendete Sternendarstellungen oder anderweitige Grenzfälle.

20,7 Prozent der Fälle ließen sich mit den Hotels letztlich nicht einvernehmlich klä-

ren, sodass diese insgesamt 254 Vorgänge der Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs in Bad Homburg zur Klärung übermittelt wurden. Nach Angaben der Klassifizierungsgesellschaften seien zwischenzeitlich in 110 Fällen strafbewehrte Unterlassungserklärungen seitens des Hotels abgegeben und in 43 Fällen Klage bei den zuständigen Gerichten eingereicht worden. 78 Fälle befanden sich noch in der Bearbeitung und 23 seien eingestellt worden.

Hoteliers, die sich klassifizieren möchten, finden Informationen unter www.hotelsterne.de sowie über die im jeweiligen Bundesland zuständige Klassifizierungsgesellschaft.

➤ Andreas Türk

— Anzeige —



Kassen mieten:

dann stimmt die Kasse auch noch **2017** und **2020**

www.kassen-huth.de

ab € 49,- zuzügl. MwSt.

Tel.: 0221 - 510 22 31



ANUGA 2017: ZEHN MESSEN UNTER EINEM DACH



Den Termin sollten sich alle schon einmal dick im Kalender anstreichen: Vom 7. bis 11. Oktober findet in Köln die Anuga statt. 7200 Aussteller aus 100 Ländern werden erwartet, und mit der hohen und internationalen Beteiligung wird die Anuga ihrem Anspruch als größte und wichtigste Businessplattform für die internationale Ernährungswirtschaft einmal mehr gerecht.

Dabei haben sich die Macher der Koelnmesse aber nicht ausgeruht, sondern das erfolgreiche und einzigartige Konzept der Anuga „10 Fachmessen unter einem Dach“ branchenorientiert weiterentwickelt. 2017 gibt es wieder einige neue Themen: So erhalten Kaffee, Tee & Co. in der Fachmesse Anuga Hot Beverages erstmals einen eigenständigen Auftritt, der der großen und in

den letzten Jahren gewachsenen Bedeutung dieses Segments im Handel und im Außer-Haus-Markt gerecht wird. Auch das Thema „Kulinarik“ wird auf der Anuga neu definiert. Dafür bündelt die Fachmesse Anuga Culinary Concepts Kochkunst, Technik, Ausstattung und gastronomische Konzepte. Auch der DEHOGA wird wieder vor Ort sein.

Darüber hinaus erwarten die Besucher:

Anuga Fine Food	Feinkost, Gourmet und Grundnahrungsmittel
Anuga Frozen Food	Tiefkühlkost
Anuga Meat	Fleisch, Wurst, Wild und Geflügel
Anuga Chilled & Fresh Food	Frische Convenience, frische Feinkost, Fisch, Obst & Gemüse
Anuga Dairy	Milch und Milchprodukte
Anuga Bread & Bakery	Brot und Backwaren in Kombination mit Marmeladen und anderen Brotaufstrichen
Anuga Drinks	Getränke für den Handel und die Gastronomie
Anuga Organic	Breit gefächertes Bio-Angebot aus dem In- und Ausland

Die 34. Anuga findet vom 7. bis 11. Oktober 2017 in Köln statt. Sie ist an allen Tagen ausschließlich für Fachbesucher geöffnet.

— Anzeige —

WEITBLICK®
next level workwear

FOLLOW US ON

f y YouTube X

WWW.WEITBLICK.VISION

FOOD INNOVATION CAMP AM 17. JULI IN HAMBURG

Innovationen finden, kreative Kontakte knüpfen – wer das sucht, ist genau richtig beim Food Innovation Camp, das Gastgewerbe Magazin in Zusammenarbeit mit Hamburg Startups am 17. Juli 2017 in der Handelskammer in Hamburg veranstaltet.

VIELFÄLTIGE AUSSTELLER

Rund 60 innovative Start-ups haben sich für das Food Innovation Camp als Aussteller angemeldet. Die Palette ist einzigartig vielfältig und reicht von Backoffice-Lösungen für Rechnungswesen, Kassen, Buchung und Personalplanung über innovative Getränke- und Food-Ideen bis hin zu Vermarktungsideen. Gerade bei Getränken und innovativen Lebensmitteln gibt es aktuell viele neue Angebote. Die Aussteller präsentieren hier unter anderem vegane Pralinen und Coffein-Gummibärchen, aber auch Bio-Eistee, Brotaufstriche oder Trockenfrüchte. Gleich zwei Aussteller präsentieren den aktuellen Trend des Vertical Farmings, das für Gastronomen und Hoteliers ein interessantes Feld zur Präsentation der Frische der Produkte bietet. Mit einem Stand vertreten sein wird Ralf Dümmel, bekannt als Juror aus der Vox-Show „Die Höhle der Löwen“. **> atk**



Innovationen sind für Hotellerie und Gastronomie das Salz in der Suppe. Mit kreativen Neuheiten und außergewöhnlichen Angeboten kann und muss man die Gäste heute begeistern. Jeder Gastronom kann zeigen, dass er am Puls der Zeit ist, indem er die Gäste mit neuen Kreationen überrascht.

Hier am Ball zu bleiben, ist aber auch notwendig, denn die Gäste erwarten das nicht nur, sondern sind über viele Medienkanäle bereits informiert und suchen nach den Innovationen, von denen sie bereits gehört haben, in der Gastronomie.

Doch wie findet man diese Innovationen, wie kommt man mit den Machern in Kontakt? Der Besuch der großen Fachmessen ist meist aufwendig, und wenn man dort ist, bleibt meist wenig Zeit, um sich mit den kreativen Start-ups zu beschäftigen – wenn man sie denn überhaupt findet.

Deshalb startet Gastgewerbe Magazin in Zusammenarbeit mit Hamburg Startups das Food Innovation Camp. Hier werden auf überschaubarer Fläche in der ehrwürdigen Hamburger Handelskammer über

60 junge, innovative Unternehmen sich und ihre Produkte präsentieren. Da ist mit Sicherheit für jeden Gastronomen etwas dabei, denn die Auswahl der Aussteller erfolgt unter dem Gesichtspunkt der Relevanz für die Gastronomie. Und Hamburg hat gerade im Bereich der Food-Start-ups jede Menge zu bieten. Außerdem ist Hamburg mit seinen vielen innovativen Gastro-Konzepten immer eine Reise wert – eine ideale Kombination also.

Anders als auf großen Messen stehen beim Food Innovation Camp der direkte und persönliche Kontakt und der Gedanken-austausch im Mittelpunkt. Deshalb wird es neben Talks und Workshops auch Matchmakings und Speeddatings als festen Teil des Programms geben. Beim begleitenden Kongressprogramm wird es ebenfalls um Innovationen und deren Integration ins Gastgewerbe gehen (siehe Kasten).

Für alle Gastronomen und Hoteliers, die weiterhin als Innovationstreiber an der Spitze sein wollen, kann es am 17. Juli nur ein Ziel geben: Hamburg!

> Andreas Türk

INFOS & TICKETS

Datum: **17. Juli 2017, 10 bis 22 Uhr**
Ort: Handelskammer Hamburg,
Adolphsplatz 1, Hamburg
Tickets: www.hamburg-startups.net

— Anzeige —

CASIO®
Kassensysteme
seit 1976

Gastronomie-Kassen
kassen-gobd.de/haendlersuche



TALK-WORKSHOP-SPEEDDATING

Beim Food Innovation Camp geht es nicht nur um Information und die Ausstellung von Produkten, sondern um Kontakte und Erfahrungsaustausch. Deshalb spielt das begleitende Konferenzprogramm eine große Rolle.

Talk:

Die Themenpalette der Talkrunden ist vielfältig und reicht von der Zukunft der Ernährung über Markenbildung bis hin zum Spannungsfeld von Start-ups und Großkonzernen.

Workshops:

In den Workshops wird Wissen rund um Hotellerie und Gastronomie vermittelt. Die Themenpalette reicht vom Patentrecht über die Beschäftigung von Flüchtlingen und Bloggerrelations bis hin zu Kooperationen mit Start-ups und Steuertipps.

Speeddating:

Direkt zusammenkommen können die Messebesucher mit Bloggern, Investoren, Pressevertretern oder Kooperationspartnern.



Foto: © bobjm - iStockphoto.com

PREMIERE: DER PROFITESTER-AWARD

Innovationen im Blickpunkt: Beim Food Innovation Camp in Hamburg wird erstmals der Profitester-Award an innovative Produkte vergeben, die für den Erfolg von Hoteliers und Gastronomen wichtig sind.

Die Besonderheit dabei: Die Produkte werden von Profis aus der Branche ausführlich und im Praxisalltag getestet. Und deren Meinung sowie die Tatsache, dass die Produkte für das Gastgewerbe geeignet sind, sind Entscheidungsgrundlagen für die Vergabe des Awards.

Nominiert für die Premiere des Profitester-Award sind folgende Produkte:

- ① Der Buffet-Saftspender little BIC von granini
- ② Feinste Friesisch-Tapas von Friesenkrone
- ③ Panna Cotta Dessertgenuss von Frischli
- ④ Die Genuss hoch drei Kuchen von Erlenbacher
- ⑤ Smarte Personalorganisation von Gastromatic
- ⑥ Das Kassen- und Warenwirtschaftssystem Gastro-Manager von ServicePlus

— Anzeige —

Fettabscheider *EasyClean*

KESSEL
Führend in Entwässerung

Sanierungsfreie Alternativen



Einbaufreundlichkeit, Reinigungsleistung und Energieeffizienz auf neuem Niveau.



SmartSelect macht Planung einfacher – Berechnungsmodul Abscheider unter smartselect.kessel.de



DIE GENERATION Z: „DIE SIND ANDERS“



Foto: © Rohappy - iStockphoto.com

Prof. Dr. Christian Scholz ist Inhaber des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre an der Universität des Saarlandes. Er beschäftigt sich seit vielen Jahren mit den besonderen Anforderungen verschiedener Generationen an die Arbeitswelt. Nach der Generation Y beschäftigt er sich seit drei Jahren mit der Generation Z und hat festgestellt, dass es da deutliche Unterschiede gibt. Im Exklusiv-Interview mit Gastgewerbe Magazin erklärt er die Generation Z und gibt Ratschläge, wie man mit ihr umgehen kann und muss.

Gastgewerbe Magazin: Wenn es um den Nachwuchs für die Branche geht, ist immer von der Generation Z die Rede. Wer gehört zu dieser Gruppe?

Christian Scholz: Dazu zählen die Jugendlichen, die nach 1990 geboren sind. Das ist aber nur das Geburtsdatum. Jede Generation zeichnet sich vor allem dadurch aus, dass sie durch bestimmte Umstände, sei es Technologie, Musik oder Ereignisse, geprägt wurde. Die Generation Z hat mitbekommen, wie die Generation Y teilweise in ihrem Job viel gearbeitet hat, aber nicht wirklich weitergekommen ist. Sie war wettbewerbs- und karriereorientiert und

hat sich in vielen Fällen wirklich abgearbeitet und abgekämpft – auch mit gesundheitlichen Folgen, die wir heute bereits sehen. Die Generation Z reagiert darauf und entscheidet für sich: Dieses Work-Life-Blending, also den fließenden Übergang zwischen Arbeit und Privatleben, will ich nicht.

Wie tickt die Generation Z?

Sie will beispielsweise eine klare Trennung von Arbeits- und Privatleben: Work-Life-Separation statt Work-Life-Blending. Das bedeutet: Sie ist bereit, konzentriert zu arbeiten, aber nur während der vorgesehe-

nen Arbeitszeiten und möglichst nicht am Wochenende und am Abend, damit sie auch ihr Privatleben strukturieren kann.

Für Hotellerie und Gastronomie ist das aber eine große Herausforderung ...

Das ist richtig, aber es ist ja nicht so, dass die Generation Z am Wochenende grundsätzlich nicht arbeiten will. Die Generation Z ist durchaus realistisch und weiß sehr genau, was erforderlich ist. Aber sie will, dass die Arbeit klar strukturiert und fair verteilt wird. Dann spielt sie auch mit. Aber sie braucht Planungssicherheit, klare Strukturen und eine faire Gestaltung.



Wie steht die Generation Z zum Thema Karriere?

Das Wort Karriere ist nicht negativ belegt in dieser Generation, aber sie strebt nicht zwingend und unbedingt nach Karriere. Man braucht also gar nicht zu versuchen, die Generation Z nur mit Karrierezielen, wie den Esel mit der Karotte, zu ködern. Daran glaubt diese Generation ganz sicher nicht. Sie ist glücklich mit dem, was sie hat, aber auch nicht unglücklich, wenn sie weiterkommt.

... und zum Thema Loyalität?

Das ist für die Arbeitgeber eine wirklich schlechte Botschaft: Die Generation Z hat keine Loyalität, welcher Art auch immer, gegenüber ihrem Arbeitgeber. Die Idee, dass man sein Leben lang in einem bestimmten Hotel arbeitet, ist nicht gegeben. Denn umgekehrt hat die Generation ja auch gesehen, wie gering die Loyalität der Arbeitgeber gegenüber ihren Mitarbeitern ist. Geringe Loyalität heißt aber nicht, dass die Generation Z nicht lange in einem Betrieb bleibt. Sie ist statistisch gesehen nicht unbedingt wechselwilliger, aber: Sobald ihr etwas gegen den Strich geht, ist sie weg.

... und zum Thema Arbeitszeit?

Arbeitszeit spielt eine ganz wichtige Rolle, vor allem die Planung und die Struktur. Die Generation Z braucht unbedingte Planungssicherheit, besonders zur Gestaltung ihrer Freizeit. Es geht aber auch um die Arbeitsinhalte. Alle Aktivitäten sollten möglichst mit Qualifizierung gekoppelt werden. Das ist wichtig – weniger als Karriereziel, sondern es geht um die Sinnhaftigkeit des Tuns und die Erweiterung der Kompetenz.

Es ist eine Herausforderung für die Unternehmer, sich auf die Generation Z einzustellen. Was kann oder was muss man vielleicht sogar tun?

Es geht nicht um das Kann, es geht um das Muss. Der Unternehmer muss etwas tun, denn die Generation Z ist nicht wie ihre Vorgängergenerationen. Sie ist anders. Unternehmen brauchen heute ein richtiges und professionelles Personalmanagement. Es gibt nicht einen „magic move“ oder ein Schlagwort, das man verwenden kann. Man muss sein ganzes Paket als Arbeitge-

ber optimieren, also mit Employer Branding anfangen und aufzeigen, was man für die Mitarbeiter tut. Da gehören auch Argumente wie geregelte Arbeitszeiten dazu. Und generell sollte man klare Strukturen und Ordnung signalisieren.

Also beispielsweise Langfristigkeit und Verlässlichkeit bei der Dienstplangestaltung?

Genau das ist es. Und das alles ist keine Hexerei, denn die meisten Ereignisse kann man auch in Hotellerie und Gastronomie planen.

» DIE GENERATION Z TRENNT ARBEIT UND PRIVATLEBEN STRIKT «

Und die Generation Z braucht klares und häufiges Feedback. Das muss nicht immer positiv sein, aber sie will auf keinen Fall unter ständigem Leistungsdruck stehen. Gerade wegen der Verlässlichkeit dürfen Unternehmer aber auch nicht den Fehler begehen, alles so zu machen, wie diese jungen Menschen es gerade haben wollen, damit sie glücklich sind. Die Betriebe müssen gemeinsam mit dieser Generation glücklich und erfolgreich werden. Das ist die Herausforderung an die Führung.

Das Medienverhalten junger Menschen verändert sich. Wie erreiche ich die Generation Z überhaupt?

Fangen wir einmal mit dem an, was man falsch machen kann: Falsch ist, wenn ich versuche, alle Social-Media-Kanäle gleichzeitig zu bespielen. Denn die Generation Z verlässt immer wieder soziale Medien und konzentriert sich auf ganz wenige Kanäle. Was wir wissen: Die Homepage des Betriebes ist das zentrale Medium. Diese muss für die Generation Z kompatibel sein. Dazu gehören Klarheit und Transparenz, beispielsweise klare Stellenbeschreibungen, aber auch Informationen über den Ablauf des Bewerbungsprozesses. Die Generation Z will nicht bevormundet werden. Ich würde deshalb davon Abstand nehmen, zu sagen: „Bewerbungen nur per E-Mail“. Wenn jemand backen und sich mit einem ausgefallenen Kuchen bewerben will, dann sollte man ihn das tun lassen.

WAS FÜR DIE GENERATION Z WICHTIG IST

Work-Life-Separation:

Berufliches und Privates werden lieber getrennt. Home Office? Nein, danke!

Eigener Schreibtisch:

Mobiles Büro und Open-Space-Strukturen waren gestern. Der Generation Z sind Privatsphäre, überschaubare Strukturen und ein eigener Schreibtisch wichtig.

Feste Arbeitszeiten:

Lieber 9-to-5 statt 24/7. Überstunden? Nur wenn notwendig und der Job interessant ist.

Exakte Stellenbeschreibung:

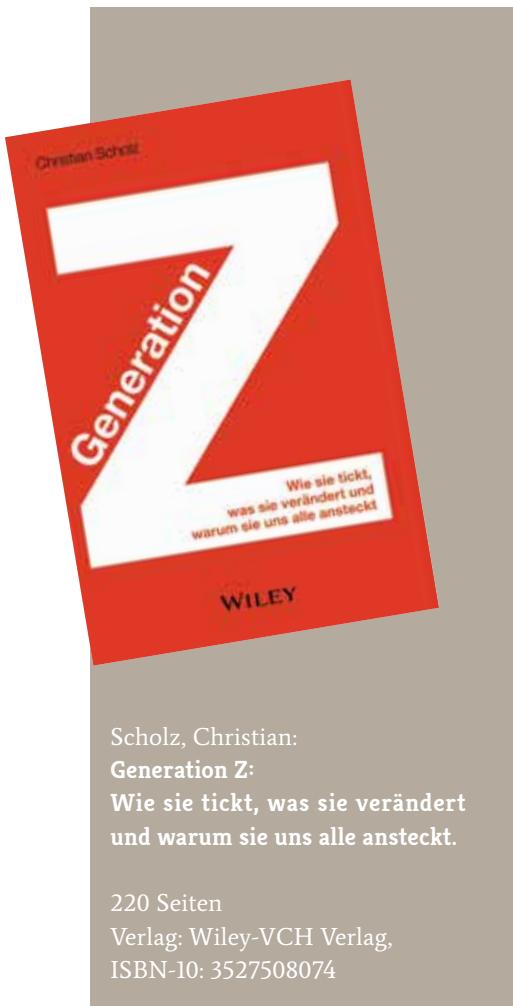
Das Learning by Doing der Generation Y ist nichts für die Generation Z. Sie will schon aus der Stellenanzeige genau herauslesen, was sie erwartet, und sich entsprechend vorbereiten.

Festes Gehalt:

Die Generation Z ist karrierebewusst, aber mit Einschränkungen. Ihr ist ein festes Gehalt lieber als leistungsabhängige Boni.



BUCH-TIPP



Scholz, Christian:
Generation Z:
Wie sie tickt, was sie verändert und warum sie uns alle ansteckt.

220 Seiten
Verlag: Wiley-VCH Verlag,
ISBN-10: 3527508074

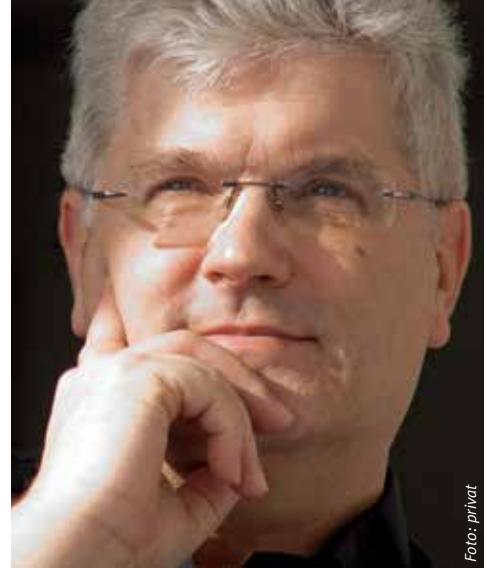
Wichtig ist, dass man auf der Homepage die Schlüsselworte richtig setzt, damit man im Internet auch gefunden wird. Und: Die Karriere-Homepage muss die gleiche Welt widerspiegeln wie die Homepage des Unternehmens an sich. Wer die Homepage gut macht, hat schon 90 Prozent der Miete eingefahren. Außerdem würde ich mich auf klassisches Print konzentrieren – nicht unbedingt in der Zeitung, aber kreativ, beispielsweise mit Plakaten oder Postkarten. Da darf man ruhig neue Wege gehen, je nachdem, wen man haben will.

Im Unternehmen prallt die Generation Z dann unter anderem auf die Generation Y. Wie kann man die beiden Generationen unter einen Hut bringen?

Das ist nicht trivial, denn die Generation Y ist stärker karriere- und wettbewerbsorientiert. Jede Führungskraft muss die Unterschiede verstehen und die beiden Generationen anders führen. Man darf aber keine Unterschiede bei den Arbeitszeitmodellen machen, sondern alle gleich behandeln und nicht alle Flexibilitätsanforderungen bei der Generation Y abladen, nur weil die Generation Z anders behandelt werden will. Bei Karriere und Leistungsbewertung darf man unterscheiden, aber bei Arbeitszeit, Schichtplanung und ähnlichen Punkten muss man alle gleich behandeln.

Ein Blick in die Zukunft: Mit Z ist das Alphabet jetzt aber zu Ende ... Was kommt dann?

Das ist noch nicht ganz klar. Aktuell gibt es zwei Optionen. Die eine ist eine Generation B, geprägt von Brexit, Bataclan-Attentat und Bosporus, also eine Generation,



die an Grenzen und Abschottung sowie eine Spaltung Europas glaubt. Das ist negativ, aber leider nicht ganz unwahrscheinlich. Ich selbst hoffe aber immer noch auf eine Generation A, wobei das A für mich für Angleichung steht. Die Unterschiede der Generationen werden nicht mehr so stark sein, weil beispielsweise die Unterschiede der Technologien für die Generationen nicht mehr so stark ausfallen.

Fakt ist aber: Die Generation Z wird stark abfärbten. Die Generation Y mutiert teilweise zu Z mit allen Werten, die diesen Menschen wichtig sind. Und die Nachfolgegeneration wird sich an Z orientieren, gerade weil die Generation Z nicht verbissen agiert und dafür umso überzeugender wirkt.

Angleichen setzt aber Kommunikation voraus. Deshalb ist es wichtig, dass man zudem ganz klar über die Unterschiede redet – eine Herausforderung auch für die Politik, die noch immer die Generation Y bearbeitet und sich wundert, warum die Generation Z kein Interesse an Politik hat.

› Das Interview führte Andreas Türk
www.die-generation-z.de/

NEUE MEDIEN ZUR ANSPRACHE NUTZEN



Junge Menschen über eine Anzeige in der Zeitung zu erreichen, ist schwer. Deren Mediennutzung ist einfach anders. Dass die Ansprache auch ganz anders erfolgen kann, hat Michael Kuriat bei einem Vortrag gezeigt. Der Experte für Online-Marketing und Gastronom mit mehreren Betrieben hat zur Suche nach Mitarbeitern für die Hacienda in der Nähe von Leipzig von den Mitarbeitern einen kleinen, witzig gemachten Film drehen lassen. „Dieser Film hat sich im Netz sehr schnell verbreitet, wurde über 100 000 mal gesehen und über 30 000 mal bis zum Ende ange- schaut“, berichtet Kuriat. Noch viel wichtiger: 50 Bewerbungen gingen bei der Hacienda ein. „Die Produktionskosten lagen bei rund 120 Euro“, berichtet er, wobei ein Teil des Budgets für Zielgruppenwerbung bei Facebook verwendet wurde. Sein Rat: Bewegte Bilder einsetzen, denn sie schaffen Emotionen und werden in den sozialen Netzwerken deutlich sichtbarer angezeigt.

› atk



DIE MITARBEITER IN DEN MITTELPUNKT STELLEN

Transparenz über die betrieblichen Gegebenheiten und eine familiäre Atmosphäre sind für Martin Seitel, Chef des Kongress- und Kulturzentrums im Kolpinghaus Regensburg, Erfolgsfaktoren für die Gewinnung und Sicherung von Fachkräften.

Für Martin Seitel steht bei seinem 32-köpfigen Team der Mensch im Mittelpunkt. „Man darf nicht nur die Arbeitskraft sehen, sondern muss den Menschen mit all seinen Sorgen und Themen im Blick haben“, sagt er. Diesen Respekt müsse man den Mitarbeitern entgegenbringen, dann bekomme man auch Respekt und Leistung zurück. Dazu gehöre auch ein gewisser Grad der Wertschätzung. „Der

rina Holz. Vor elf Jahren kam sie als Auszubildende ins Kolpinghaus, seit zwei Jahren leitet sie das zwölfköpfige Küchen- team, hat jetzt die Meisterprüfung abgelegt. An einen Wechsel denkt sie nicht. Muss sie auch nicht, wie Seitel meint. Ein ständiger Wechsel des Arbeitsplatzes bringe nichts, man könne auch so up to date bleiben. Viel wichtiger sei, dass man die Entwicklung auch wolle. Für ihn ganz klar: Er finanziert die Weiterbildung der Mitarbeiter, füttert sie mit Informationen und setzt sich einfach mal zum Fachsimpeln mit den Mitarbeitern zusammen.

Die gute Stimmung im Team trägt Seitel auch nach außen. Bei Werbemaßnahmen stehen grundsätzlich die Mitarbeiter im Vordergrund. Im Werbevideo für einen

neuen Koch-Azubi spielt die Küchenchefin die Hauptrolle, Seitel ist nur im Hintergrund. Das zahlt sich für ihn aus. Den Erfolg fahren sie alle gemeinsam ein.

> Andreas Türk

» DER MENSCH IST DAS WICHTIGSTE. « Martin Seitel

Mensch ist das Wichtigste.“ Seitel spricht von einem „familiären Verhältnis“, das er mit seinen Mitarbeitern habe. „Alle fühlen sich wohl und wollen gar nicht weg von uns“, widerspricht er allem Fachkräfte- mangel, über den die Branche klagt.

Transparenz der Geschäftszahlen

Dafür nimmt er seine Mitarbeiter in jeder Situation mit ins Boot. Stichwort Transparenz. Nur Sparsamkeit anzumahnen ist für Seitel zu wenig. Seine Mitarbeiter wissen um die Einnahmen und Kosten des Betriebes, werden in Entscheidungen eingebunden. „Das sorgt für unternehmerisches Denken, und jeder fühlt sich mitgenommen“, sagt der Chef, der sich mehr als „einer unter Gleichen“ sieht. Jeder wisse, dass der Chef auch andere Aufgaben habe, schließlich „braucht jedes Team einen Mannschaftskapitän“, wie er es ausdrückt. Der muss aber nicht die Tore schießen.

Das überlässt er seinem Team.

Bestes Beispiel für die Verbundenheit zum Unternehmen ist die Küchenchefin Katha-





INFORMATIONEN FÜR HOTELGÄSTE: PAPIER, TABLET ODER APP?



Foto: © KerenYudel - iStockphoto.com

PRIORITÄT: ONLINE BUCHBAR UND SICHTBAR SEIN

Im Rahmen einer Umfrage der Cloud-Plattform SiteMinder wurde festgestellt, dass die Möglichkeit, mehr direkte Buchungen zu generieren und Online-Präsenz zu steigern, der Top-Business-Fokus für Hotels in diesem Jahr ist. Laut dem aktuellen Bericht genießt bei den Hoteliers die Fähigkeit, die Anzahl an direkten Buchungen zu erhöhen und in Bezug auf die Online-Präsenz verstärkt sichtbar zu werden, eine höhere Unternehmenspriorität als mobile Buchungen oder eine Personalisierung zur Verbesserung des Kundenerlebnisses.

Das Paradoxe an der Sache ist laut SiteMinder, dass 95 Prozent angegeben haben, „Gäste dazu zu bewegen, direkt zu buchen“ sei eine große Herausforderung, aber nur 37 Prozent sehen es als eine hohe Priorität für ihr Unternehmen, „neue Hotelsysteme und Technologien zu entdecken“.

„Die Ergebnisse von SiteMinder's erstem globalen Hotel Business Index sind wieder ein Beleg für den Wunsch der Hoteliers, die Online-Kanäle zu maximieren und ihr Geschäft auszubauen. Aber auch das widersprüchliche Zögern unter ihnen, neue Technologien auszuprobieren, ist deutlich spürbar. Hoteliers kämpfen aber damit, dass man hier das eine nicht ohne das andere priorisieren kann“, so Mike Ford, Geschäftsführer bei SiteMinder.

Manchmal sind es noch richtig schwere Ledermappen auf dem Hotelzimmer, manchmal aber auch nur ein Schnellhefter. Viele Hoteliers nutzen das Hotelzimmer, um die Gäste mit Informationen zu versorgen. Doch auch vor der klassischen Gästemappe macht die Digitalisierung nicht halt.

Denn mit der Digitalisierung ergeben sich für das manchmal etwas stiefmütterlich behandelte Relikt aus der analogen Kommunikationszeit ganz neue Möglichkeiten. Das Schlagwort heißt Gäste-Service-System. Dahinter verbergen sich schier ungeahnte Möglichkeiten, die das Gast-Erlebnis einfacher und erinnerungswürdiger machen.

Die Vorteile der digitalen Gästemappe sind klar: Die Informationen können wesentlich aktueller sein, kurzfristige Push-Nachrichten können die Gäste zum Zusatzumsatz animieren und Informationen von externen Partnern schnell und aktuell eingebunden werden. Außerdem wird das Personal entlastet, Druckkosten entfallen.

Doch bei der Digitalisierung der Gästemappe auf dem Hotelzimmer stellt sich dann auch die Frage der Technik. Wer plant, den Gästen auf dem Zimmer ein Tablet anzubieten, auf dem die Informati-

onen abgerufen werden können, muss sich über die Konsequenzen im Klaren sein: Die Geräte müssen nicht nur angeschafft, sondern auch gewartet und gereinigt werden. Tablets gehen auch schnell mal kaputt oder werden von Gästen einfach mitgenommen.

Viel einfacher ist es da, dass die Gäste ihre eigenen Geräte – und die meisten Hotelgäste verfügen derzeit über ein Smartphone – einsetzen und über eine hoteleigene App informiert werden. Doch auch solche nativen App-Lösungen haben Nachteile. Zum einen müssen sie programmiert und für verschiedene Betriebssysteme zur Verfügung gestellt werden. Zum anderen ist die Bereitschaft der Gäste eher gering, zusätzliche Apps herunterzuladen, die den Gerätespeicher belasten, herunterzuladen, eher gering. Die Lösung sind sogenannte Progressive-Web-App Lösungen (PWA). Diese müssen nicht heruntergeladen werden, sondern starten automatisch, wenn der Gast mit dem Hotel-WLAN verbunden wird, erfüllen aber eine alle klassischen Funktionen einer App. Die Informationen lassen sich aber auch auf den Smart-TV's im Hotelzimmer einspielen. Spezialisierte Unternehmen wie beispielsweise die Gastfreund GmbH (www.gastfreund.net) unterstützen bei der Erstellung digitaler Gästemappen.

> atk

SKY RELAUNCHT WEBSITE FÜR GEWERBEKUNDEN



Seit Kurzem erstrahlt der Online-Auftritt von Sky für Gewerbeleute in neuem Design. Die Website business.sky.de in modernem Look & Feel ist nun auch für mobile Abrufe optimiert und bietet Informationen rund um Sky in Gastronomie und Hotellerie. Ein geschützter Login-Bereich bietet den Kunden neben der einfachen Verwaltung ihrer Kundendaten auch Services zur Bewerbung des eigenen Betriebs und der dort ausgestrahlten Sky-Programme, wie Leuchtkästen, Spielpläne und Wimpelketten sowie Online-Banner und Facebook-Posts zur

Ankündigung von Sportereignissen. Des Weiteren besteht die Möglichkeit, individuelle Übersichten der gebuchten Programme von Sky zu erstellen und das Profil für die kostenlose Online-Präsenz im Sky Finder zu optimieren. Der Sky Finder zeigt Sport-Fans als App und im Web die nächstgelegene Sky Sportsbar oder das nächstgelegene Hotel mit Sky-Angebot. Das vom Gastwirt oder Hotelier selbst erstellte Profil des Betriebs mit Fotos, Angeboten und Events erscheint als Suchergebnis und leitet Fans direkt in deren Lokalitäten.



ZUBEREITUNG MIT HÖCHSTGESCHWINDIGKEIT



Foto: Palux AG

Ein Heißluftdämpfer sollte stets effizient und energieparend arbeiten. Die neue Lösung des Großküchenspezialisten Palux verspricht beide Ansprüche zu optimieren: Garen mit Gas. Dazu wurde die Touch 'n' Steam Serie um ein neues Modell in Gas-Ausführung erweitert. Der multifunktionale Touch 'n' Steam Gas steht für anspruchsvolle Technologie und höchste Produktivität. So wartet das Modell beispielsweise mit einer automatischen Feuchte-Regelung und modernster Cool-Down-Funktion auf. Der entscheidende Vorteil: Die Touch 'n' Steam Gas Serie verspricht 25 Prozent mehr Speisen in derselben Zeit bei 25 Prozent niedrigeren Kosten.

www.palux.de



Foto: bioclimatic GmbH

TÖPFE FÜR SPITZENERGEBNISSE



Foto: Ladina - Prodlog GmbH

Hochwertige Utensilien sind für einen professionellen Koch unerlässlich. Ein besonders hoher Anspruch wird an das Kochgeschirr gestellt, das langlebig und verlässlich sein muss. Hochwertige und edle Kochgeschirre bietet die Schweizer Manufaktur Ladina. Für die Swiss Line Kochgeschirrline verwendet Ladina nur hochwertiges Fünfschichtmaterial, das in der Schweiz hergestellt wird. Dies führt zu wesentlich besseren Ergebnissen in

der Küche und macht das Kochen selbst für gestandene Profis zu einem neuen Erlebnis. Das Material, aus dem alle Töpfe und Pfannen hergestellt werden, ist eine einzigartige Legierung, die Kochen ohne Ankleben erlaubt, die die Wärme außergewöhnlich gut leitet und diese gleichmäßig verteilt. Zudem sind alle Töpfe und Pfannen auch für Induktionskochfelder geeignet.

www.ladina-switzerland.com

NEUE DIGITALE SPEISEKARTE

Weniger Wartezeiten auf Servicepersonal, schnellere Bedienung, weniger Fehlbestellungen und eine bessere Servicequalität: Möglich macht es die App-basierte Lösung für Bestellungen von PPM. Mit „aQuick“ können Gäste ihre Bestellungen mühelos vor Ort mit einer digitalen Speisekarte des entsprechenden Restaurants über ihr eigenes Smartphone abgeben. Der Gast sieht in Echtzeit, welche Angebote ausverkauft sind, und kann seine

Rechnung direkt anfordern. Die Bedienung erhält die Bestellung unmittelbar auf dem eigenen Smartphone und spart damit Zeit und überflüssige Laufwege. Damit bietet „aQuick“ eine innovative Zusatzlösung für einen optimierten Bestellablauf.

www.a-quick.de



Foto: PPM | Prime Procurement Management GmbH



Die Tecto Kühlzelle von Viessmann: Die spezielle Pulverbeschichtung sorgt für extrem niedrige Verbrauchswerte bei höchstem Hygienestandard und gesicherter Produktqualität.

KÜHLTECHNIK MIT SYSTEM

Ein hoher Hygienestandard und beste Energieeffizienz – Faktoren, die es bei der Kühltechnik für den eigenen Betrieb zu berücksichtigen gilt.

Die Lagerung der Lebensmittel ist das A und O für ein jedes gastronomisches Konzept. Geeignete Kühlkapazitäten müssen vorhanden und leicht zu bedienen sein, um die Frische der Lebensmittel bis zum Mindesthaltbarkeitsdatum gewährleisten zu können und keine unnötigen Kosten zu erzeugen.

Gut gedämmt spart Geld

Bei Kühlgeräten wie den Kühlzellen lässt sich der Kostenfaktor minimieren, wenn eine hohe Energieeffizienz gewährleistet ist. Kälte nach Maß abgestimmt auf die höchsten Ansprüche in der Gastronomie liefert beispielsweise Viessmann: Die modulare Tecto Spezial Kühl- und Tiefkühl-Kombizelle mit antimikrobieller Pulverbeschichtung Smart Protec schneidet im Vergleich besonders gut ab. Ein Test vergleichbarer Kühlzellen und Aggregate auf dem Prüfstand des TÜV Süd ergab einen um mindestens 10 Prozent niedrige-

ren Energieverbrauch bei der Viessmann-Kühlzelle. Die Viessmann Kühlzellen zeichnen sich außerdem durch sehr günstige Lebenszykluskosten, einen hohen Verpackungsstandard, einen hohen Grad an Vormontage, einen hohen Hygienestandard und eine hohe Produktqualität aus. Durch verbesserte thermische Eigenschaften und somit einen besseren Dämmwert liegen also beste Voraussetzungen vor, um die Lebensmittel nicht nur sicher, sondern auch kostensparend gelagert zu wissen.

Hoher Hygienestandard

Die Energiewerte einer Kühlzelle sind ein wichtiges Kriterium. Auf der sicheren Seite stehen Gastronomen jedoch erst, wenn auch die strengen Hygienevorgaben ohne großen Aufwand eingehalten werden können. Denn Keimbildung und Schwarzsimmelablagerungen sind die wohl unerwünschtesten Gäste im Betrieb. Auch

hier punktet die Tecto Kühlzelle von Viessmann mit der innovativen Smart Protec Beschichtung. Alle inneren und äußeren Wand-, Boden- und Deckenoberflächen von Viessmann Tecto Standard und Tecto Spezial Kühlzellen sind dauerhaft mit Smart Protec beschichtet oder in Edelstahl

» EFFIZIENTE LAGERUNG ZAHLT SICH AUS. «

ausgeführt. Viessmann ist damit der erste Hersteller, der Kühlzellen mit einer antimikrobiellen Pulverbeschichtung anbietet. Vom Bundesverband der Lebensmittelkontrolleure Deutschlands e. V. empfohlen, liefern die Kühlzellen beste Voraussetzungen für einen dauerhaften hygienischen Umgang mit Lebensmitteln. **rp**
www.viessmann.de



PERFEKTE LAGERUNG IN DER KÜHLTHEKE

Was Kühltheke und Co. leisten – von eindrucksvollen Innovationen und kühlenden Lösungen für eine optimale Lagerung von Lebensmitteln.

PERFEKT PRÄSENTIERT

Um Lebensmittel ansprechend platzieren und trotzdem kühl lagern zu können, bieten sich vielseitig einsetzbare Umluft-Kühlwannen an. Technische Neuerungen in diesem Bereich bietet Hagola: Von außen nicht sichtbar, zählen hier die „inneren Werte“. So sind nun die Kupferleitungen

komplett beschichtet und die Warenauslage und der Verdampfer sind mittels separater Gasdruckdämpfer einzeln voneinander hochklappbar. Das zusätzlich einzeln klappbare Luftleitblech ist ein weiteres Plus in Sachen Sauberkeit. Das Wannen-Innere lässt sich so besonders leicht und hygienisch reinigen – alle Bereiche sind einfach und komfortabel zugänglich und erreichbar. Ein zudem herausziehbares Lüfterblech ermöglicht zusätzlich eine bequeme Reinigung der



Lüfter und erleichtert auch hier den Zugang zu den Lüftern. Auch die neue Generation der Umluft-Kühlwannen hat ein breites Einsatzspektrum (Kühlung und Präsentation von Torten, Kuchen, Pralinen und Snacks) und überzeugt – neben eleganter Optik – mit hochwertiger Technik und einem Plus in Sachen Hygiene und Arbeitsergonomie. www.hagola.de

KÜHLWANNEN

Fotos: HAGOLA



— Anzeige —

winterhalter®

KEINE INVESTITION
NULL RISIKO
PAY PER WASH





STROMSPARER UNTER DEN KÜHLGERÄTEN

Foto: Electrolux Professional



Das neue Kühlgerät von Electrolux Professional kühlt trotz geringem Stromverbrauch erstklassig – selbst unter extremen Bedingungen. 560 kWh Jahresverbrauch des EcostoreHP entsprechen dem Verbrauch einer 60-Watt-Glühlampe im Jahr. Die Gründe für diese Ergebnisse der neuen Electrolux Kühltheke liegen in einer Reihe von mechanischen und konst-

ruktiven Maßnahmen: Der EcostoreHP Kühlisch verfügt rundum über 90 Millimeter dicke isolierte Wände sowie eine 3-Kammer-Dichtung mit breiter Ballondichtung. Auch das Kältemittel, der Kohlenwasserstoff R290, erhöht die Effizienz der Kühlleistung und hat den positiven „Nebeneffekt“, dass es Verschleißerscheinungen der mechanischen Komponenten verringert. Zudem fasst der Kühlisch 50 Liter mehr an Lebensmitteln als vergleichbare Kühltsche.

www.electrolux.de/professional

HÖHENVERSTELLBAR, GERÄUSCHARM UND DIGITAL

Die Polaris Kühl- und Tiefkühltsche im Vertrieb von Krefft Großküchentechnik vereinen Funktionalität und Effizienz: Die sockelfähigen, höhenverstellbaren Kühltsche, variabel mit Kühlabteilen oder Schubladen, bieten in ihrem Innenraum viel Stauraum für Kühl- oder Gefriergut. Die Edelstahl-Tische sind sehr reinigungsfreundlich mit gerundeten Kanten ausgeführt und auch mit 40 Millimeter Arbeitsplatte erhältlich. Ihre elektronische Steuerung mit Digitaldis-

play passt sowohl die Umluftkühlung als auch die automatische Abtauung und Tauwasserverdunstung sowie auch die Entfrostung automatisch an die Umgebungsbedingungen an. Zudem bieten die Kühltsche die höchste Energiesparstufe, ohne dabei Geräusche zu verursachen. Damit eignen sie sich auch für die Aufstellung nahe dem Gästebereich. www.krefft.de



Foto: Krefft GmbH

SICHER AUFGESTELLT, GÜNSTIG GEKÜHLT



Foto: Krefft GmbH

Ein Kühlschrank im Betrieb sollte den Anforderungen in Sachen Sicherheit und Energieverbrauch genügen. Die Polaris Kühlschränke von Krefft wurden entsprechend konzipiert: Die Ecken im Innenraum wurden abgerundet, die Türen funktionieren selbstschließend. Zudem verfügen die Kühlschränke über kippsichere Auflageschienen und sind in der Höhe verstellbar. Hinzu kommen geringe Verbrauchswerte bei Umluftkühlung und automatischer Tauwasserverdunstung. www.krefft.de

EIN SCHLANKER BLICKFANG

Um im oft engen Thekenbereich auf gekühlte Produkte aufmerksam zu machen, bieten sich Kühlschränke im Kleinformat an. Mit designstarken Geräten lässt sich besonders im Getränkebereich der Umsatz durch die interessante Präsentation erhöhen. So verfügt der flache Impuls-Kühlschrank GCGD15 aus dem Hause Gastro-Cool über eine Glastür und eine separat schaltbare LED-Innenraumbeleuchtung.

www.gastro-cool.com



Foto: Gastro-Cool GmbH & Co. KG



IMAGEPLUS DANK RECYCLING UND NACHHALTIGKEIT

Hinter dem konsequenten Konzept der Abfallreduzierung verbergen sich Gewinnkapazitäten im doppelten Sinn. Weniger ungenutzte Lebensmittel bedeuten weniger Geldverschwendungen, mehr Engagement in Sachen Nachhaltigkeit bedeutet mehr Zuspruch von den Gästen!

Tonnenweise landen Lebensmittel ungenutzt im Müll. Für Restaurantbetreiber ein ärgerlicher Umstand, durch den im Durchschnitt immerhin rund 10 Prozent des Umsatzes verloren gehen. Neue Ansätze sind also gefragt: Moderne Restaurantkonzepte, die offensiv mit dem Thema Nachhaltigkeit und der Verwertung von Lebensmitteln umgehen, liegen im Trend. Tägliche Spenden an die Tafel nach Betriebsende sind eine Möglichkeit, nicht auf übermäßigem Abfall sitzen zu bleiben. Doch der Erfinderreich- tum geht noch weiter und bringt dabei Bares: Take-away statt Müll heißt das Motto. Via App können Gastronomen Lebensmittel an Selbstabholer zu einem vergünstigten Preis anbieten. Das spart Kosten für die Entsorgung und zeugt zudem von sozialer und nachhaltiger Denkweise.

Apps, über die Gastronomen ihre Lebensmittel anbieten können, sind beispielsweise:



www.toogoodtogo.de

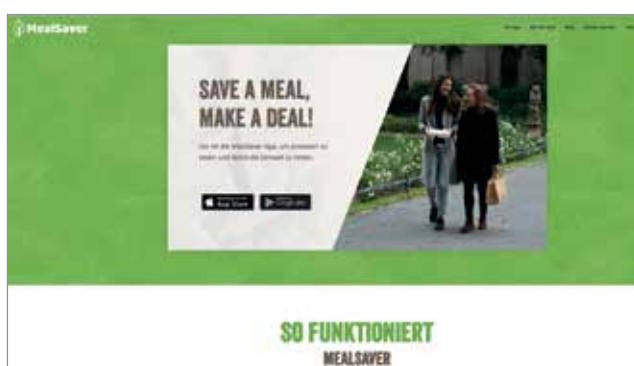
Frankreich hat es vorgemacht. Dort darf der Großhandel keine Lebensmittel mehr wegwerfen oder vernichten. Ein Trend, der noch viele Nachahmer finden wird und für Gastronomen ein gutes Vorbild sein dürfte. Denn Geld vergeuden entspricht wohl keinem funktionierenden Restaurantkonzept – und wenn dabei noch das eigene Image aufgebessert werden kann, umso besser. Neben innovativen Ideen kommt es im Restaurantbetrieb aber auch auf geeignete Geräte an, denn ganz vermeiden lässt sich der Abfall nicht.

— Anzeige —

**Kühlsystemtechnik von Viessmann:
Energieeffizient, innovativ und individuell**



Foto: toogoodtogo.de



www.mealsaver.de

Der Braugasthof „Altes Mädchen“ im Hamburger Schanzenviertel nutzt in der Küche eine große Kombikühlzelle von Viessmann. Die Besonderheit: Auf 10,2 x 1,45 Metern wurden vier Kühlzellen und eine Tiefkühlzelle integriert. Die Inhaber entschieden sich für die Ausführung TectoCell Standard Plus mit Wandstärke 100 mm.

Durch die Tecto-Wandüberlappung und die antimikrobielle SmartProtec-Beschichtung garantiert sie einen hohen Hygiene- standard. Außerdem ist sie energieeffizient und weist nur geringe Lebenszykluskosten auf.

TectoCell Standard Plus Zellen von Viessmann werden in Modul- bauweise sowie individuell in Ausstattung, Farbe und Form an- gefertigt – so können alle Kundenbedürfnisse perfekt abgedeckt werden.

Weitere Informationen finden Sie unter
www.viessmann.de



FETTABSCHIEDER: PFLICHT, ABER KEIN PROBLEM!

Die Installation eines Fettabscheidens ist in den meisten gastronomischen Betrieben Pflicht, Entleerungen und Kontrollen sind zu dokumentieren. Vor der Anschaffung eines geeigneten Gerätes sollte der betriebliche Leistungsbedarf klar definiert werden.

Bei Bau, Planung, Einbau und Betrieb von Fettabscheidern gilt eine Vielzahl von Gesetzen, Normen und Verordnungen. Neben den behördlichen und normativen Anforderungen gilt es bei der Entscheidung für eine Fettabscheideanlage auch, Investitions- und Betriebskosten zu berücksichtigen.

Abscheider mit System

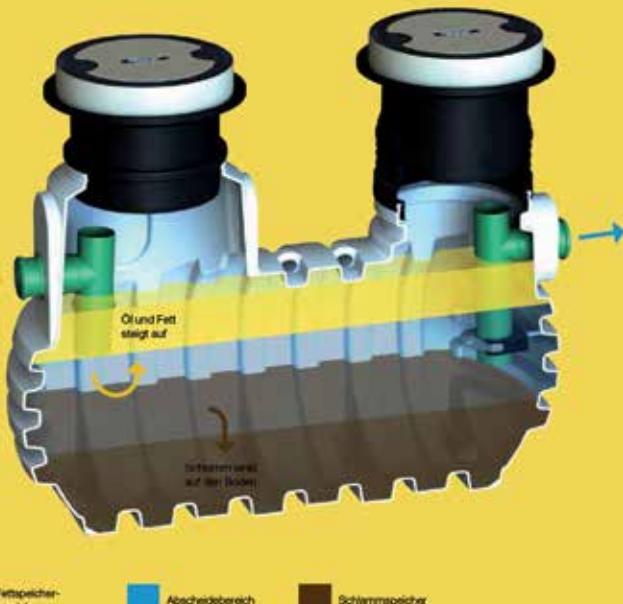
Fast jede Mahlzeit enthält diverse Fette. Somit fällt bei der Zubereitung von Spei-

sen und der Reinigung von Koch- und Essgeschirr fetthaltiges Abwasser an. Bevor dies der Kanalisation zugeführt wird, muss in einem Fettabscheider das Fett vom Wasser getrennt werden. Dazu sind fast alle gastronomischen Betriebe verpflichtet. Aufschluss geben die örtlichen Behörden der Gewerbeaufsicht und des Umweltschutzes.

Fettabscheideanlagen funktionieren nach dem einfachen Prinzip der Phasentrennung: Der Fettabscheider besteht aus dem Abscheidebereich, dem Fett- und Schlammspeicher und einer Probeentnahmestelle. Der Prozess geschieht ohne che-

mische oder mechanische Unterstützung lediglich durch die hydraulischen Verhältnisse im Behälter. Ein umfangreiches Programm erdeingebauter Fettabscheider aus hochwertigem Kunststoff bietet der Abwasserspezialist Klaro an. Die KLsepa.pop Abschneider haben für den Betreiber mehrere Vorteile: geringe Transport- und Einbaukosten, leichte Reinigung und Entleerung, keine Gerüche und keine Korrosion. Zudem benötigen sie keinen Platz zum Aufstellen im Gebäude. Nehmen Gastronomen also die Beratungsleistung des Abwasserspezialisten in Anspruch und installieren einen geeigneten Abscheider in passender Größe für den eigenen Betrieb,





Eine Fettabscheideranlage arbeitet nach dem Prinzip der Phasentrennung. Sie besteht aus einem Abscheidebereich, einem Fettsammler, einem Schlammfang und einer Probenahmestelle.

Foto: KLARO GmbH

so lassen sich die Kosten für Abfall und Abwasser minimieren. Zugleich gestaltet sich der Umgang leicht und ohne die befürchtete Geruchsbelästigung, die den Gast irritieren könnte.

Geruchsneutrale Entsorgung

Fettabtrenner müssen nach den DIN-Normen 4040-100 mindestens einmal pro Monat geleert und gereinigt werden. Sowohl die Reinigung als auch Wartungen, Kontrollen und Reparaturen sollten dabei immer in einem Betriebsbuch aufgeführt werden, damit es bei Behördenkontrollen zu keinen Unstimmigkeiten kommt. Die regelmäßige Entsorgung wird von einem Fachbetrieb vorgenommen. Auch von diesem sollte sich der Gastronom für die vollständige Dokumentation Nachweise über die fachgerechte Entsorgung ausstellen lassen. Bei der Entsorgung sind Gerüche ein sensibles Thema. Um Geruch und Geruchsbelästigungen zu vermeiden, empfiehlt sich der Einsatz spezieller geruchsneutralisierender Verfahren. Ein solches bietet beispielsweise das Entsorgungsunternehmen Grüning+Loske.

Mit dem „SmellMasterTruck“ wurde eine effektive und kostengünstige Lösung gefunden: Moleküle werden in winzige Partikel verdampft und dem zu entsorgenden Gut zugeführt. Die beim Absaugvorgang entstehende, stark belastete Abluft wird umgehend neutralisiert. Der „SmellMasterTruck“ ist für Saugfahrzeuge aller Hersteller geeignet und schnell installiert. Verfügbar sind Behälter mit einem Fassungsvermögen zwischen 20 und 60 Liter und neutralisierende Wirkstoffe für unterschiedlich starke Gerüche. Je nach

» MIT DER RICHTIGEN LÖSUNG BARES GELD SPAREN «

Kundenwunsch ist eine manuell gesteuerte oder eine automatische Variante erhältlich. Bei der Geruchsneutralisation wird kein Wasser benötigt, auch besteht kein Risiko der Frostbildung. Geeignet ist das für Mensch und Umwelt unbedenkliche System für Einsätze im Innen- und Außenbereich.

Effiziente Frittierölfilter

Um Abfälle dauerhaft zu reduzieren, empfiehlt sich unter anderem der Einsatz innovativer Filtersysteme. Mit entsprechenden Geräten, wie sie die Vito AG bietet, lassen sich Frittierölkosten um bis zu 50 Prozent reduzieren. Durch das spezielle Reinigungssystem wie beispielsweise des Vito® XM bleibt das Öl länger haltbar und qualitativ hochwertig. Eine Besonderheit ist, dass keinerlei Chemikalien zur Reinigung benötigt werden und so der Geschmack des Frittenguts optimal erhalten bleibt. Die Technik sorgt dafür, dass das Gerät auch bei Temperaturen von 175 °C arbeitet, aber gleichzeitig die höchste Arbeitssicherheit bietet, da kein direkter Kontakt mit heißem Öl entsteht. Nach der Filtration kann das Öl einfach wieder automatisch in die Fritteuse zurückgepumpt werden. Nutzt man also die effizienten Lösungen der Hersteller für seinen Betrieb, so lassen sich Arbeitsschritte kostengünstig und nachhaltig optimieren.

> Ronja Plantenga

www.klaro.eu

www.gruelo.de

www.vito.ag



5 TIPPS

KEINE CHANCE DER VERSCHWENDUNG

- 1 Sorgen Sie für eine übersichtliche, akribische Abfalltrennung. So lassen sich Schwachstellen und die Art des Mülls erkennen sowie Recyclingpotenziale erschließen.
- 2 Identifizieren Sie Gerichte, die häufig mit großen Restbeständen vom Guest zurückkommen, und reduzieren Sie die Portionsgrößen.
- 3 Führen Sie regelmäßig und häufig Inventuren durch, um besser kalkulieren zu können.
- 4 Schaffen Sie optimale Lagerungsverhältnisse, sodass die Qualität der Lebensmittel bis zum Ende des Mindesthaltbarkeitsdatums gewährleistet ist.
- 5 Achten Sie beim Einkauf der Zutaten auf das Mindesthaltbarkeitsdatum und kaufen Sie nicht in unnötig großen Mengen ein.

› Ronja Plantenga

— Anzeige —

1-2-3.. FLIEGENFREI

auch Stechmücken, Wespen,
sowie Mostfliegen, etc.



Mit dem batteriebetriebenen automatischen Zerstörer wird Ungeziefer aus sämtlichen Räumen, auch Gasträumen ferngehalten.

Ein Gerät deckt bis 70 qm Fläche ab.
Nach 24 Stunden ist der Raum insektenfrei,
selbst bei geöffneten Fenstern und Türen.

Wir haben auch andere Systeme für Küche,
Produktion und sehr große Räume am Lager.

RÜD
progastro

Heilsbergstr. 29-31
D-78247 Hilzingen
Tel: 07731-92 49 60
Fax 07731-92 49 76
info@rued.info
www.rued.info

8 Tage zur Probe

Verkäufer gesucht



Foto: © iStockphoto.com

STOPP DER LEBENSMITTEL- VERSCHWENDUNG

Lebensmittelverschwendungen und Abfallentsorgung sind die Problemzonen in der Gastronomie. Durch falsche Kalkulationen und kurze Haltbarkeitsdaten entstehen oft große Verluste, die so ärgerlich wie unnötig sind und nicht nur dem Geschäft, sondern auch der Umwelt schaden. Um die Verschwendungen von Speisen zu reduzieren, können sich Gastronomen eines innovativen Handelsportals bedienen – für eine zeitgemäße und effiziente Lebensmittelverwertung.

Großhandel einkaufen und helfen zudem, den immensen Abfall, mit dem die Branche zu kämpfen hat, zu reduzieren. Der Clou: Die Online-Börse ist allein für professionelle Mitglieder aus Lebensmittelproduktion, Großhandel, Hotellerie und Gastronomie zugänglich. Es handelt sich also um einen geschlossenen Nutzerkreis. Der Fachmarkt aus Experten der Branche sichert eine gute Qualität der Angebote und Preise unter den regulären Einkaufskonditionen.

Ein leidiges Thema und jedem Gastronomen bekannt: Hohe Investitionen in den Einkauf von Lebensmitteln, zu gut für den Müll, und trotzdem landet ein großer Teil von ihnen ungenutzt im Abfall. Der Gastro-Preis-Bund möchte diesem Problem entgegenwirken und bietet Gastronomen und Lebensmittelproduzenten eine besondere Plattform: Auf gastropreisboerse.de können sich Nutzer am Handel für MHD-gefährdete Waren, Fehl- und Überproduktionen beteiligen. So können Gastronomen Lebensmittel günstiger als im

Während also die Hersteller an den Entstorgungskosten sparen, profitieren Gastronomen von günstigeren Preisen und neuen Produktideen. Der Online-Shop bietet tagesaktuelle Angebote, die auch bei einer langfristigen Menüplanung helfen können. Die Anmeldung bei der Online-Börse, bei der kulinarische Profis unter sich sind, könnte sich also lohnen – sowohl für die eigenen Umsätze als auch für die Umwelt.

› Ronja Plantenga
www.gastropreisboerse.de



Foto: FINE FILZ

TISCHSETS MIT INDIVIDUELLEM CHARME

Das Auge isst mit: Deshalb sollte der Tisch immer ansprechend und möglichst individuell dekoriert sein. Für stilvolle Gemütlichkeit und gleichzeitigen Schutz des Tisches sorgen Tischsets aus Merino-Wollfilz. Das Material ist von Natur aus schmutz- und wasserabweisend. Die Manufaktur Fine Filz bietet ein breites

Sortiment an Sets und Produkten für den Tisch in 21 Filz- und fünf Lederfarben. Das Besondere: Die Tischsets können auf Wunsch beispielsweise mit der Menüfolge, dem Motto des Abends oder dem Namen des Gastes bestickt werden. So lassen sich die Gästetische mit besonderen Unikaten ausstatten. www.fine-filz.com

DESIGN UND SITZKOMFORT



Foto: GO IN GmbH

Komfort und Wohlfühlatmosphäre werden den Gästen immer wichtiger. Den nötigen Sitzkomfort bietet beispielsweise der Designerstuhl Kubikoff mit seiner Vollpolsterschale, erhältlich bei Go In. Während die hochwertige Polsterung für ein Plus an Sitzkomfort sorgt, unterstreicht der Stoffbezug mit hohem Wollanteil die wertige Optik des Designerstuhls und sorgt zudem für eine angenehme Haptik. Die Farbpalette reicht

von Beige und Hellgrau über Petrol und Senf bis hin zu Rot und Anthrazit, sodass für jedes Interieur der richtige Ton zur Auswahl steht. Auf Anfrage sind als Bezugsmaterialien auch Leder, Kunstleder und ein melierter Stoff verfügbar. Damit bietet der Stuhl viele Möglichkeiten und lässt sich sowohl im Hotelzimmer integrieren als auch als Gruppe im Loungebereich arrangieren.

www.goin.de

TRENDIGE TRACHTENMODE



Foto: LAND-HAUS Factory

Die Gastronomie in Tracht. Sie gehört zu den beliebtesten Konzepten bei den Gästen. Richtig umgesetzt darf eines nicht fehlen: die traditionelle Kleidung für die Mitarbeiter. Dirndl, Lederhosen und Co. in hochwertiger Verarbeitung bietet das LAND-HAUS in großer Auswahl. Der Trachten-spezialist hält die klassische Tracht bereit, bietet aber auch modern interpretierte Stücke. Dazu gehören neuartige Designs mit einer aktuellen Auswahl an Farben, Stoffen und Schnittführungen. Klassiker werden mit Strass und Taft neu interpretiert. Auch die passenden Accessoires wie Schuhe, Schmuck, Hüte und Taschen werden angeboten. Fachkompetente Beratung erhalten Gastronomen und Hoteliers in den sechs LAND-HAUS Geschäftsstellen. Außerdem kann die Bekleidung für Erwachsene und Kinder über den Online-Shop bestellt werden. www.trachten-landhaus.de



DER SMARTE WASCHRAUM

Seifenspender, Toilettenpapier, Handtücher - alles im Überblick? Eine App macht's möglich.

Der Unterhalt eines Waschraumes kann ein kostspieliges Unterfangen sein. Hier können Defizite in Sachen Nachhaltigkeit und Kalkulation zu unnötig hohen Kosten führen, die an anderer Stelle viel besser investiert wären. Für die genaue Datenerfassung und Kalkulation von beispielsweise Füllständen von Seifenspendern lässt sich der Waschraum smart vernetzen.

Intelligente Technologie

Mit intelligenter Technik lässt sich der Unterhalt von Waschräumen deutlich effizienter gestalten. Das System smartMate, Nachfolger des „CWS Washroom Information Service“, erfasst Füllstand, Nutzerfrequenz, Reaktionszeit und Service-Anforderungen der Spender im Waschraum. Die Daten werden drahtlos an einen zentralen Server übermittelt, wo sie für jeden Anwender individuell aufbereitet werden. Über ein Web-Portal und eine App können Waschraumbetreiber die Daten aufbereitet abrufen und haben Zugriff auf aktuelle Füllstände. Das Reinigungspersonal kann dann automatisch per E-Mail oder Push-Nachricht informiert werden. „Durch genaue Messensoren in den Spendern und individuell einstellbare Füllstandswerte für die Benachrichtigungen arbeitet smartMate genauer als reine Ampelsysteme“, unterstreicht Silke Zügel, Produkt-Management bei CWS-boco International, einen wesentlichen Vorteil der CWS Lösung. Sanitäre Anlagen werden so zum Waschraum 4.0.

Nie wieder leere Spender

Die mobile Bereitstellung der Daten macht die Arbeit der Reinigungskräfte effizienter:



Foto: CWS-boco

Sie behalten stets den Überblick über die Ressourcen, ohne den Kontrollgang in die Waschräume gehen zu müssen. Die Utensilien kann das Personal bedarfsgerecht planen. Das spart Zeit und reduziert die körperliche Belastung.

Langzeitanalysen erleichtern zudem die Einkaufs- und Budgetplanung sowie die Kostenkontrolle. Darüber hinaus ermöglichen sie fundierte Vorhersagen, sodass genau nach Bedarf gewirtschaftet werden kann.

Nicht zuletzt profitieren die Waschraumnutzer von der smarten Vernetzung, denn leere Spender gehören damit der Vergangenheit an. Wenn stets alle Utensilien zum Händewaschen und -trocknen zur Verfügung stehen, erhöht das nicht nur das Hygienelevel der Einrichtung. Der digitale Assistent macht Waschräume zudem zu Visitenkarten eines jeden Gebäudes, die auf das Unternehmensimage einzahlen.

› Ronja Plantenga

www.cws-boco.de

— Anzeige —



Abflussreiniger von deleo®



Desinfektion von Grizzly®



Waschmaschinen-Sanierer von Grizzly®



Sensor-Armatur von TWP®

**deleo®-
Die-Kraft.com**

www.deleo-die-kraft.com



Ihr Vorteil: Jetzt im Shop mit dem Gutscheincode N4JLXR6Q günstig einkaufen. Der Code ist bis zum 31.12.2017 einmalig nutzbar.

AUSGESTATTET FÜR DEN VORZEIGE-WASCHRAUM

Wenn der Waschraum glänzen soll, dann sind professionelle Produkte und Reiniger unerlässlich. Nützliche Produkte in der Übersicht.



Foto: © Goldtmund - iStockphoto.com

Minzduft für den Sanitärbereich

Sauberkeit und ein frischer Duft zeichnen einen gepflegten Sanitärbereich aus. Beides in einem gelingt mit dem neuen green care Professional WC-Reiniger: Der WC-Reiniger WC mint von Werner & Mertz Professional /tana-Chemie überzeugt durch Reinigungskraft, Ökologie und Anwendersicherheit. Der saure WC-Reiniger ist wirksam durch die natürliche Kraft der Zitronensäure. Mit dem viskosen Reinigungskonzentrat lassen sich alle gängigen Verschmutzungen in Urinalen und WC-Becken selbsttätig und effektiv lösen. Durch die spezielle Flasche mit Knickhals ist eine schnelle, einfache und sichere Anwendung gewährleistet. WC mint beseitigt unangenehme Gerüche und hinterlässt einen lang anhaltenden, frischen Minzduft.

www.wmprof.com



Foto: Werner & Mertz Professional

Neue Hochleistungsreiniger

Mit dem hocheffizienten Reinigungs- und Pflegesystem „axid“ präsentiert die Highclean Group eine echte Profiserie, maßgeschneidert für jeden Anspruch. „axid“ und „axid pro“, die Hochleistungsreiniger, sind sowohl für den maschinellen als auch für den manuellen Einsatz geeignet. Jeder Reiniger ist auf seinem Gebiet ein echter Profi, spezialisiert auf unterschiedlichste Materialien, deren besondere Ansprüche und den jeweiligen Verschmutzungsgrad.

www.highclean-group.de



Foto: HIGHCLEAN GROUP eG



Foto: Deleo® International

Schnelle Helfer für hygienische Sauberkeit

Störungen durch verstopfte Abflüsse stören nicht nur den Betrieb, sondern können auch sehr kostspielig werden. Hier hat Deleo eine Lösung, die umgehend funktioniert. Der Deleo® Abflussreiniger Industry löst zuverlässig alle organischen Verstopfungen in circa drei bis fünf Minuten auf, sodass der Betrieb, besonders im hochfrequentierten Waschraum, schnell wieder funktioniert. Außerdem hält Deleo in seinem Sortiment auch Desinfektionsmittel für alle Oberflächen und einen Waschmaschinen-Sanierer für höchste Ansprüche im Betrieb bereit. Hygienische Sensor-Armaturen für Hand-Waschbecken im WC und Zimmerbereich runden das Sortiment ab.

www.deleo-abflussreiniger.com



Verringert das Verstopfungsrisiko und trägt zur Instandhaltung von Rohrleitungen und Abwassersystemen bei



NIMMT
RÜCKSICHT AUF
DIE UMWELT



LÖST SICH
BEI KONTAKT
MIT WASSER AUF



REISSFEST UND
LEISTUNGSSTARK



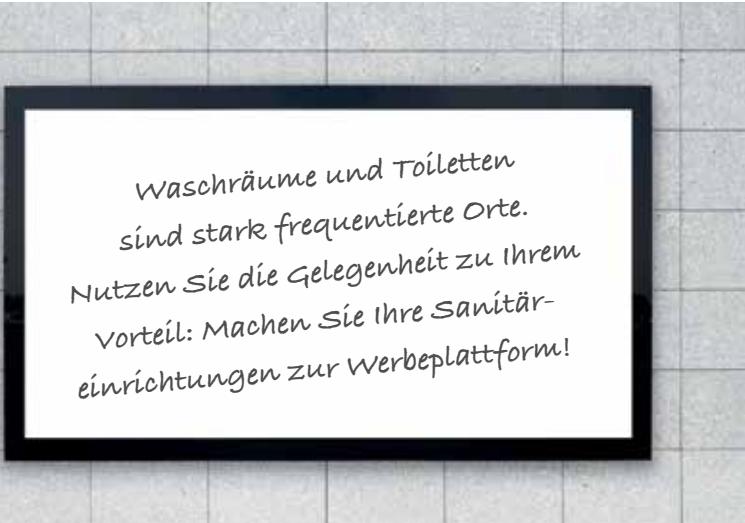
SPART
KOSTEN





DER WASCHRAUM UND SEIN WERBEPOTENZIAL

**Der Waschraum ist ein Ort, den fast jeder Guest im Laufe seines Aufenthaltes aufsuchen wird.
Der perfekte Ort also, um Aufmerksamkeit zu schüren.**



Die Konkurrenz schläft nicht und wer sich im Markt behaupten möchte, muss sich immer wieder innovativ zeigen. Das gilt auch für die Gastronomie und Hotellerie. Deshalb sollten Inhaber gelegentlich einen besonderen Anreiz für die Gäste schaffen. Eine Happy Hour, besondere kulinari- sche Spezialitäten, tagesabhängige Mittagsangebote oder Veranstaltungen bieten sich an. Solche Angebote wollen kommuniziert werden, um erfolgreich wahrgenommen zu werden.

Bringen Sie beispielsweise Plakate an. Der Waschraum ist auf den ersten Blick nicht der naheliegendste Ort für Werbung. Doch das kann die Gäste zum Schmunzeln bringen. Da hier sonst keine Unterhaltung stattfindet, stehen die Chancen gut, dass Ihre Werbebotschaft bei den Gästen im Gedächtnis bleibt.

— Anzeige —



Großhändler für
Hygienepapier & Folienartikel
Gastronomiebedarf & Hygieneartikel

Tischkultur & Werbedruck

Servietten, Bestecktaschen, Tischläufer, Tischsets, Mitteldecken in gängigen Farben, Größen und Formaten erhältlich - auch mit individuellem Druck!



So exklusiv wie Ihre Gäste -
individuelle Werbedrucke



Waschraumhygiene

Toilettenpapier, Papierhandtücher, Seifen & Spender, Hygienebeutel ...



Fragen Sie auch nach unseren markenunabhängigen Hygiene-Papier-Produkten!
Handtuchpapiere in allen gängigen Größen lieferbar.



Küchen- & Unterhaltsreinigung

Boden-, Fett-, Allzweckreiniger, Wisch-Moppe, Mikrofaser- & Poliertücher, Spül- & Waschmittel, Einweg-Handschuhe ...



WIR FREUEN UNS AUF IHREN ANRUF ...



FORDERN SIE AUCH
UNSERE KATALOGE AN!



Müllbeutel, Müllsäcke und Reinigungsmittel -

in großer Auswahl zu günstigen Hersteller-Preisen!



... alles für professionelles
Housekeeping!



Verkauf & Service:

+49(0)8709 94304-0

MONTAG - FREITAG VON 8:00 - 16:30 UHR

Onlineshop:

www.emtconsult.de

info@emtconsult.de | Fax 08709 94304-333

RIESEN SORTIMENT - STARKE PREISE

Lieferung bundesweit innerhalb 24/48 Stunden nach Bestelleingang

UMSÄTZE STEIGERN MIT DER MINIBAR

Beste Energie-Effizienzwerte, komfortable Software und intelligente Kommunikation - die Minibar von heute bietet Komfort für den Gast und zugleich ein verlässliches System für den Hotelier.



Die Überprüfung des Inhaltes, Fehlbestände und Beschädigungen durch den Gast – bei manch einem Hotelinhaber sind die Bedenken an der Wirtschaftlichkeit einer Minibar auf dem Zimmer noch immer vorhanden. Doch neue Technologien und smarte Lösungen bieten bei minimalem Aufwand sichere Umsatzchancen.

Die vollautomatische Minibar

Der Spezialist für Minibars und Tresore, Dometic, hat ein einzigartiges System entwickelt: die drahtlose, automatische Minibar. Damit verabschiedet sich Dometic von der gängigen Technik, die den Einsatz von Kabeln vorsieht. Die drahtlose Vernetzung macht jedes Kabel überflüssig.

Die Software garantiert schnelles und einfaches Arbeiten. Sie liefert alle gewünschten Reports, übermittelt den Ablauf von Mindesthaltbarkeitsdaten, verbucht jede Entnahme auf die Gastrechnung, zeigt den jeweiligen Gaststatus an, steuert und überwacht die Minibars. Michael Althaus, Verkaufsleiter des Geschäftsbereiches Lodging Deutschland, kommentiert: „Über die Software bestimmen wir für jedes Zimmer die Temperatur im Kühlschrank. Das garantiert Gäste-Zufriedenheit und hilft erfolgreich beim Energiesparen. Überhaupt lässt sich jedes Gerät sehr individuell steuern, das erlaubt viele Möglichkeiten für Promotion-Aktivitäten, zum Beispiel für die Einführung einer Happy Hour.“ Auch eventuelle Fehlfunktionen oder Beschädigungen des Geräts werden sofort gemeldet. Auf Wunsch können detaillierte Reports automatisch per E-Mail verschickt werden. So bekommt beispielsweise der zu-

ständige Controller seinen Report jeden Morgen zugestellt, ohne sich im System einloggen zu müssen.

Beim Registrieren der Entnahmen waren bislang Infrarot-empfindliche Sensoren oder mechanische Schalter die erforderliche Norm; jetzt geht es wesentlich fortschrittlicher, eleganter und sicherer. Die Sensorik befindet sich in einer Folie. Entnimmt der Gast ein Getränk, verändert sich das Spannungsfeld dieser Sensorik mit dem Ergebnis, dass die Veränderung als Entnahme kabellos dem Hotel-Computer (PMS) gemeldet wird und direkt auf die Abschlussrechnung übernommen werden kann. Die Kapazität der Geräte reicht von 22 bis 68 Produkten.

Beste Energieverbrauchswerte

Der Einsatz einer Minibar trägt erst dann zum Erfolg bei, wenn die Betriebskosten leicht gedeckt werden können. Beste Werte liefern beispielsweise auch die Hartmann Peltier-Minibars. Thomas Bunte, Key Account Manager bei Hartmann Tresore, erklärt: „Unsere Peltier-Modelle verfügen mit Energieeffizienzklasse A+ über die beste Klassifizierung, die es derzeit für lautlose Minibars gibt! So verbrauchen beispielsweise die 30-Liter-Modelle nur 0,26 kWh pro Tag, während eine vergleichbare Minibar mit Absorber-Kühlung mit 0,65 kWh zu Buche schlägt. Das entspricht einem Einsparpotenzial von rund 60 Prozent. Der Austausch alter Minibars gegen neue, energiesparende Geräte bei einem Neu- oder Umbau amortisiert sich also schon nach kurzer Zeit.“

› Ronja Plantenga

www.dometric.de, www.hotelsafes.de



- **Minibars**
- **Zimmersafes**
- **Einwurftresore**
- **Schließfachanlagen**
- **Backoffice-Tresore**

MEGA-sparsam!
Minibars
mit Energieeffizienzklasse A+



- **100% geräuschlos**
- **besonders niedriger Energieverbrauch**

Katalog unter:
Tel. +49 (0) 5251/1744-439
info@hotelsafes.de

HARTMANN
TRESORE AG

HARTMANN TRESORE AG
Pamplonastr. 2
33106 Paderborn
Tel. +49 (0) 5251/1744-439
www.hotelsafes.de



KOMFORTPLUS ZIMMERSAFES

Der Wunsch nach Sicherheit während des Hotelaufenthalts steigt, Laptops und andere Wertgegenstände sollen in Sicherheit gewusst sein. Zimmersafes geben diese Sicherheit und sorgen für ein „gutes Gefühl“.

Zimmersafes zählen zu den „Basics“ in Sachen Sicherheit. Sie bieten dem Gast den nötigen Komfort zum Schutz der Wertgegenstände, zu denen der Laptop, das Tablet und andere technische Geräte zählen.

Das Wichtigste dabei: „Die Safes müssen vom Hotelgast einfach und intuitiv zu bedienen sein und zuverlässig und störungsfrei laufen“, weiß Thomas Bunte, „sonst werden sie gar nicht erst genutzt.“ Viele Modelle im Hartmann-Sortiment bieten darüber hinaus weitere Features, die insbesondere den Anforderungen von Business-Reisenden entgegenkommen. Thomas Bunte erklärt: „Immer mehr Gäste, insbesondere Geschäftsreisende, möchten ihren Laptop im Zimmersafe unterbringen und ihn eventuell währenddessen noch aufladen. Geräumige Modelle mit LED-Beleuchtung und integrierter Steckdose sind daher zunehmend gefragt.“

Generell schätzen Hotelgäste auch kleinere Features, die die Bedienung erleichtern. „Unsere Hartmann Design-Zimmersafes haben ein Display mit sehr gut lesbaren weißen LEDs und einzeln hinterleuchtete Tasten auf dem Bedienfeld. So wird die Handhabung auch bei nicht optimalen Lichtverhältnissen erleichtert.“ Etliche Hartmann-Zimmersafes verfügen „für den Fall der Fälle“ über eine Notöffnungs- und Auditfunktion zum Auslesen der Öffnungs- und Schließungsvorgänge. Die Design-

» SAFES MÜSSEN INTUITIV ZU BEDIENEN SEIN. «

Thomas Bunte, Hartmann Tresore

Zimmersafes der Serien HS 460 und HS 470 sind jedoch nicht nur wegen ihrer komfortablen Beleuchtung sehr gefragt. „Die Safes verbinden moderne Technik mit einer ansprechenden Optik in Schwarz mit silberfarbenen Gestaltungselementen – stylish, aber nicht zu auffällig“, so Bunte. Wegen der hohen Nachfrage hat Hartmann



Foto: Hartmann Tresore

Tresore die Serie HS 470 bereits um zwei Modelle erweitert. Unter anderem gibt es nun auch einen Top-Open-Safe, der platzsparend in eine Schreibtisch- oder Nachttisch-Schublade eingebaut werden kann. Über eine besonders komfortable Bedienung verfügen auch die Tresore des Sicherheitsspezialisten Dometic. Neben den designstarken Safes für Laptops bietet Dometic beispielsweise den elektronischen Safe MDL 190 mit einem Fassungsvermögen von über 18 Litern. Das Gerät verfügt über ein LED-Display. Die automatische Öffnung funktioniert über einen Nummerncode, der sich über eine gummierte Tastatur eingeben lässt. www.hotelsafes.de, www.dometic.de

— Anzeige —

 **DOMETIC**

**FÜR PERFEKTEN
GÄSTESERVICE**
**DOMETIC MINIBARS
UND ZIMMERSAFES**



ZIMMERSAFES - INTEGRIERTE SICHERHEIT

Im Gespräch mit Gastgewerbe-Magazin verrät Jan Hass, Experte für Safes und Sicherheit bei Dometic, worauf es bei einem Zimmersafe ankommt.

Gastgewerbe-Magazin: Der Zimmersafe im Hotel – Standardausstattung oder Luxus?

Jan Hass: Das Sicherheitsbedürfnis der Menschen hat in den vergangenen Jahren stark zugenommen. Gäste aller Hotelkategorien erwarten daher eine sichere und private Aufbewahrungsmöglichkeit für ihre Wertgegenstände. Der Zimmersafe gehört daher inzwischen zur Standardausstattung und ist ein Qualitätskriterium für guten Gästeservice.

Müssen Hoteliers den Aufwand einer nachträglichen Ausstattung der Zimmer mit einem Safe scheuen? Wie gestaltet sich die Integrierung?

Nein. Kaum ein anderes Ausstattungsmerkmal im Zimmer lässt sich so leicht nachträglich integrieren wie ein Zimmersafe. Da die Safes batteriebetrieben sind, sind keinerlei elektronische Anschlüsse notwendig,

sodass der Safe lediglich am Möbel oder in der Wand befestigt werden muss. Unser proSafe Programm bietet weit mehr als 10 verschiedene Größen, sodass es für jeden Schrank ein passendes Modell gibt.

Welche Rolle spielt die Platzierung im Hotelzimmer? Ist es noch sinnvoll bzw. notwendig, den Safe im Zimmer „zu verstecken“?

Früher wurde der Safe im Schrank versteckt – nicht selten weit unten im Schrank, dass die Bedienung für den Gast fast unmöglich war. Heute wird der Safe in Augenhöhe platziert, damit der Gast ihn bequem bedienen kann. Verstecken muss man den Safe heute nicht mehr. Da unsere Safes heute ein tolles, edles Design haben, gehen die Hotels sogar einen Schritt weiter und setzen den Safe als Gestaltungselement im Zimmer ein z.B. frei schwebend an einer Wand oder im Nachttisch.

Gibt es neu- oder weiterentwickelte Zimmersafes für Hotels aus Ihrem Unternehmen?

Ja, definitiv, sogar eine Weltneuheit. Der Safe im Hotelzimmer wird oft im Möbel versteckt, weil er optisch nicht zum Zimmerdesign passt. Die revolutionäre Idee, einen Safe zu entwickeln, der sich dem Zimmerdesign ideal anpasst, wurde von Dometic in diesem Jahr verwirklicht. Der MDW 155 ist eine Synthese aus Möbel und Safe – er wird einfach in die bestehende Möbeltür integriert und macht so aus jedem beliebigen Schrank im Hotelzimmer einen Safe. Dadurch können erstmals völlig neue Zimmerskonzepte, bei den gewohnten Dometic Sicherheitsstandards wie iAudit und webReos, umgesetzt werden.

› rp

Jan Hass,
Experte für Safes
und Sicherheit bei
Dometic.



Foto: Dometic

Immobilien: Verpachtung/Verkauf

Gut gehendes Restaurant in historischem Gebäude mit laufendem Betrieb, **im Raum Köln / Bonn** aus gesundheitsgründen abzugeben. 65 Plätze im Innern (auf 3 Etagen verteilt) und 100 Plätze im Außenbereich herrlicher Biergarten mit Bachlauf. **Anfragen unter Telefon: 01573-4192701**

Sehr gepflegtes und alteingesessenes Café / Restaurant Bayreuth Zentrum, 55 Innen- u. ca. 60 Außenplätze, genügend Parkmöglichkeiten vorhanden, vor 5 Jahren komplett neu renoviert, Brauereifrei, leider aus gesundheitlichen Gründen gegen Ablöse abzugeben. **Tel.: 0160 / 587 5000**

Fachschulen / Ausbildung

nebenberuflich & nah

Hotelbetriebswirt (DHA)
Revenue Manager (DHA)
F&B Manager (DHA)
Ernährungsberater
Küchenmeister (IHK)

Fachwirt im Gastgewerbe (IHK)
Fit for leadership – Führungsführerschein (DHA)
Sommelier (IHK)
Assistant Sommelier (DHA), inkl. WSET® Level 3
E-Commerce Manager (DHA)

Bild: © montezzy / Fotolia

Weitere Lehrgänge & Infos unter www.dha-akademie.de

Immobilien: Verpachtung/Verkauf

Restaurant in der UNESCO-Welterbestätte Corvey bei Höxter (NRW) ab dem 01.01.2018 ablösefrei mit vollständigem Inventar zu verpachten. Das Restaurant hat ca. 200 Sitzplätze zuzüglich 80 Sitzplätze im Biergarten und großzügigen Veranstaltungsräumen im Klostergebäude. Weitere Auskünfte erteilt Michael Funk: Tel. 05271-68124, Mobil: 0152-28631522, e-mail: funk@corvey.de

Fachschulen / Ausbildung

EINE KLASSE FÜR DICH

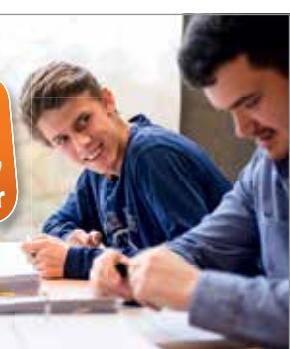
Wirtschaftsschule

- 2-, 3-, 4-jährig, staatl. anerkannt
- Individuell zur Mittleren Reife
- Übertritt von Mittel-, Realschule und Gymnasium, 6. - 10. Klasse
- Ganztagsbetreuung
- Fußball- und Kunstmöderklassen

Berufsfachschule – Hotel-/Tourismusmanagement

- 3-jährig, staatlich anerkannt
- Berufsabschluss: staatl. geprüfter Assistent für Hotel- u. Tourismusmanagement (m/w)
- Allg. Fachhochschulreife (Fachabitur)
- **NEU:** zusätzlich Sportmanagement inkl. Golfkurs möglich

**INFO
ABEND
13.07.2017
19.00 Uhr**



Kermess Aus- & Weiterbildung
Blumenauer Str. 131-181241 München
Tel. 089/82 92 95 500 · info@kermess.de

KERMESSE.de



ABSORBER-KÜHLSCHRANK VON GASTRO-COOL

Foto: Gastro-Cool GmbH & Co. KG



Ein Kühlschrank auf dem Hotelzimmer bietet dem Gast zusätzlichen Komfort, den er zu schätzen wissen wird. Platzsparend im Raum und funktional in der Anwendung ist beispielsweise der Absorber-Kühlschrank Iceberg 40 von Gastro-Cool. Dieser kühlt besonders leise und vibrationslos. Geräuschlos und in schlichtem, schwarzem Design fügt er sich in jedes Hotelkonzept ein. Im Innenraum verfügt der Kühlschrank über eine Beleuchtung und über zwei Abstellregale. Besonders praktisch für den Hotelier: Der Türanschlag ist nach Belieben wechselbar. Zudem sind sowohl die Gitterregale im Innenbereich als auch die Vorderfüße des Kühlschranks höhenverstellbar. Mit einem Volumen von 40 Litern ist genügend Platz für eine vielfältige Auswahl, bei der jeder Gast fündig werden kann.

www.gastro-cool.com

Die nächste Ausgabe von GASTGEWERBE MAGAZIN erscheint am 25. Juli 2017

Vorschau

IM NÄCHSTEN HEFT ERWARTET SIE UNTER ANDEREM:



Foto: Gra

Sicherheit und Haustechnik

Smarte Trends: Wie die Digitalisierung die Haustechnik einfacher und sicherer macht.



Fingerfood und Snacks

Hochwertig und schnell serviert: innovative Snack-Ideen für den kleinen Appetit.



Foto: MOONNICH GmbH

Außengastronomie

Outdoor-Umsatz: Mit innovativem Know-how bleiben die Stühle im Außenbereich auch an kühleren Tagen besetzt.

Impressum GASTGEWERBE... MAGAZIN

DEHOGA Offizielles Fachorgan der DEHOGA-Landesverbände: Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern e.V., DEHOGA Nordrhein-Westfalen, DEHOGA Thüringen, DEHOGA Brandenburg, DEHOGA Saarland

Verlag

Gastgewerbe Informations-, Medien- und Verlagsgesellschaft mbH, DEHOGA-Center, Hammer Landstraße 45, 41460 Neuss, Tel: 0202/ 24798820, Fax: 02131/ 7518-101 E-Mail: verlag@gastgewerbe-magazin.de Internet: www.gastgewerbe-magazin.de Verlagsleitung: Dr. Thomas Geppert, Thomas Lierz

Print & Online Redaktion

Newys GmbH - Der Profitester Christian Fielder Kommunikation, Trend- & Marktforschung Am Hofe 10, 42349 Wuppertal

Chefredaktion: Andreas Türk (ViSdP) Tel. (0921) 99009821; Mobil: (0172) 9227000 E-Mail: tuerk@gastgewerbe-magazin.de Kulmbacher Str. 11, 95445 Bayreuth

Fachredaktion Produkte und Technik: Ronja Plantenga, Tel. 0202/ 247 988-26, E-Mail: plantenga@gastgewerbe-magazin.de

Miriam Grothe, Tel. 0202/ 247 988-15 E-Mail: grothe@gastgewerbe-magazin.de

Redaktion Nordrhein-Westfalen:

DEHOGA Nordrhein-Westfalen, Klaus Hüenthal DEHOGA-Center, Hammer Landstraße 45, 41460 Neuss, Tel. 02131/ 7518-100, Fax: 02131/ 7518-101

Redaktion Bayern:

DEHOGA Bayern e.V. Landesgeschäftsstelle, Prinz-Ludwig-Palais, Frank-Ulrich John Türenkenstraße 7, 80333 München Tel. 089/ 28760 -109, Fax 089/ 28760 -119 E-Mail: f.john@dehoga-bayern.de

Redaktion Brandenburg:

DEHOGA Brandenburg Schwarzschildstr. 94, 14480 Potsdam Tel. 0331/ 862368, Fax 0331/ 862381 E-Mail: info@dehoga-brandenburg.de

Redaktion Saarland:

DEHOGA Saarland, Frank C. Hohrath Feldmannstr. 26, 66119 Saarbrücken Tel. 0681/ 55493, Fax 0681/ 52326 E-Mail: hohrath@dehogasaar.de

Redaktion Thüringen:

DEHOGA Thüringen e.V. Witterdaer Weg 3, 99092 Erfurt Tel. 0361/ 59078-0, Fax: 0361/59078-10 E-Mail: info@dehoga-thueringen.de

Anzeigen

Verlagsbüro Lapp media sales, Anzeigenleiter: Rainer Lapp, Nymphenburger Str. 14 , 80335 München Tel. 089/ 189219-00, Fax: 089/ 189219-01 E-Mail: anzeigen@gastgewerbe-magazin.de

Anzeigen und Beilagen NRW-Ausgabe Margret Alda, Marketingberatung Tel. 0221/ 99395003, Mobil 0174/ 9941707 alda@gastgewerbe-magazin.de

Produktion, Controlling, Druck

Inproma GmbH, Geschäftsführer: Eberhard Fiedler Am Hofe 10, 42349 Wuppertal Telefon 0202/ 247988-0, Telefax 0202/ 247988-10

Layout: Laura Werksnies, Telefon 0202/ 247988-17 E-Mail: l.werksnies@inproma.de

Druck: Bonifatius GmbH, Karl-Schurz-Str. 26, 33100 Paderborn

Bezugspreis

Jahresabonnement 50 Euro, *Für DEHOGA-Mitglieder 36 Euro*. Einzelverkauf 5 Euro* (inklusive Versand und MwSt.), Auslandsabonnement: 60 Euro zuzüglich Versand. Das Abonnement gilt für ein Jahr, wenn es nicht drei Monate vor Ablauf schriftlich gekündigt wird. Für Mitglieder der beteiligten DEHOGA-Landesverbände ist der Bezugspreis im Mitgliedsbeitrag enthalten. gastgewerbe DEHOGA ... Magazin erscheint 10x jährlich. Artikel, die mit Namen oder Initialen gekennzeichnet sind, stellen nicht unbedingt die Meinung der Redaktion, des Herausgebers oder des Verlages dar. Copyright für alle Beiträge bei Verlag und Redaktion.

Alle Rechte vorbehalten, Nachdruck nur mit Genehmigung des Verlages. Die Verbände und der Verlag sind für Inhalte, Formulierungen und verfolgte Ziele von bezahlten Anzeigen Dritter nicht verantwortlich. ISSN 1610-9589

Angeschlossen der Interessengemeinschaft zur Feststellung des Verbreitung von Werbeträgern Sicherung der Auflagenwahrheit.

1. Quartal 2017

Verbreitete Auflage: 31.394

Verkaufte Auflage: 29.260

Abonnierte Auflage: 20.564



Aufklären
Umdenken
Geniessen
Reduzieren
Schützen
Erleben
Qualität Wasser.

Wir beraten Sie beim Umstieg auf einen Tafelwasserautomaten



Perfekter Trinkgenuss für Ihre Gäste

- Höchste Trinkwasserqualität
- Regionalität auf Knopfdruck
- Wirtschaftlich und Umweltschonend

Wir bieten Ihnen Geräte, Filter, Flaschen und eine überzeugende Kommunikationsstrategie für Ihre Gäste an.

Alles aus einer Hand – perfekt auf die Bedürfnisse Ihres Betriebes abgestimmt.

Vorteil Mietmodell

- Keine Investitionskosten
- Keine Finanzierungsprobleme
- Planungssicherheit im Mietmodell
- Verschiedene Laufzeitmodelle

**Mehr Infos unter
qualitaet-wasser.de**



Eine Auswahl unseres Sortiments an Tafelwasserautomaten

SCHMECKT NACH ERFRISCHUNG IN IHRER SCHÖNSTEN FORM.

Die Konturflasche von
Coca-Cola ist unser
Qualitätsversprechen
an Sie und Ihre Gäste.

Hochwertig serviert wird
jede Coca-Cola zu einem
einmaligen Trinkerlebnis
und schmeckt Ihren Gästen
einfach am besten.

ALS 0,2L
GLASFLASCHE
EXKLUSIV FÜR DIE
GASTRONOMIE
ERHÄLTLICH



TASTE THE FEELING®