



DEHOGA-Jahrbuch 2013

Gastronomie und Hotellerie in Deutschland



Das Gastgewerbe in Zahlen

1.700.000

Beschäftigte

69.000

Auszubildende

68.000.000.000

Jahresnettoumsatz

227.000

Gastgewerbliche Betriebe

411.000.000

Übernachtungen im Jahr 2013

11.300.000.000

Besuche pro Jahr im Außer-Haus-Markt

DEHOGA-Jahrbuch 2013

Gastronomie und Hotellerie in Deutschland

Vorwort



Ernst Fischer



Ingrid Hartges

Was war das für ein themenreiches und spannendes Jahr 2013! Und was für ein erfolgreiches für unsere Branche. Die Kennzahlen: 1,7 Millionen Beschäftigte, rund 70.000 Auszubildende, 227.000 Betriebe. Zugmaschine im Mittelstand, Jobmotor in Deutschland, Beschäftigungsgarant – Gastronomie und Hotellerie haben erneut bewiesen, dass sie all diese starken Titel zurecht tragen.

Auf die Bilanz des abgelaufenen Jahres können wir alle miteinander stolz sein. Über unsere Themen und Veranstaltungen, die den DEHOGA Bundesverband, seine Landes- und Fachverbände sowie die Fachabteilungen beschäftigt haben, möchten wir Sie in unserem DEHOGA-Jahrbuch 2013 auf den folgenden Seiten informieren.

Das vergangene Jahr geht mit einem Rekord zu Ende! 938.600 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte wurden im vergangenen Herbst von der Bundesagentur für Arbeit gezählt. Dies ist der beste Wert aller Zeiten! Volle Tische, volle Betten, viel zu tun für Gastronomie und Hotellerie – die Konsumlaune ist gut, das Reisen in und nach Deutschland boomt weiter, die Übernachtungszahlen der Beherbergungsbetriebe sind erneut gestiegen. All das zeigt: Die Menschen in Deutschland und in aller Welt wertschätzen Gastfreundschaft, Service, Qualität und Preis-Leistungsverhältnis unserer Branche.

2013 stand ganz im Zeichen der Bundestagswahl: „GroKo“, die Abkürzung für Große Koalition, ist just zum Wort des Jahres gekürt worden. Doch große

Koalition heißt nicht automatisch großartige Koalition, im Gegenteil. Als DEHOGA Bundesverband sehen wir Licht und Schatten im Koalitionsvertrag: Positiv ist, dass der von vielen geforderte Wegfall der sachgrundlosen Befristung von Arbeitsverhältnissen vom Tisch ist. Erleichtert nimmt unsere Branche auf, dass der reduzierte Mehrwertsteuersatz für Hotels Bestand hat. Sorgen dagegen bereitet uns der gesetzliche Mindestlohn von 8,50 Euro. Dieser ist und bleibt ein arbeitsmarktpolitisches Experiment, das insbesondere in strukturschwachen Regionen und im Osten Deutschlands Arbeitsplätze für gering Qualifizierte kosten wird. Für Schüler- und Studentenjobs, Praktikanten, Jobeinsteiger ohne Berufserfahrung und Minijobber erwarten wir von der Bundesregierung Lösungen mit Augenmaß.

Verlassen Sie sich darauf – als Anwalt der Branche werden wir der Politik nicht nur beim Thema Mindestlohn genau auf die Finger schauen. Gerade nach der Bundestagswahl bleibt das eine wesentliche Aufgabe. Denn große Herausforderungen bleiben: Wir kämpfen weiter engagiert für die längst überfällige steuerliche Gleichbehandlung von Speisen. Die Energiewende mit ihren steigenden Strompreisen wird immer mehr zu einem Problemfeld. Und auch sonst – das wissen Sie alle aus eigener Erfahrung – wird es in unserer Branche nie langweilig: Berufsausbildung, Bettensteuer, GEMA, Hygieneampel, Nichtraucherschutz, Tarifpolitik – Themen gibt es genug, also packen wir sie an!

Viel Spaß beim Rückblick – und uns allen ein erfolgreiches Jahr 2014.

Ernst Fischer
Präsident DEHOGA Bundesverband

Ingrid Hartges
Hauptgeschäftsführerin DEHOGA Bundesverband

Grußwort



Horst Seehofer

Bayern ist das Tourismusland Nr. 1 in der Bundesrepublik. Dabei wissen wir, dass unsere Landschaft, unsere Städte und Gemeinden sowie unsere Schlösser und Museen allein nicht mehr ausreichen, damit unser Land touristisch attraktiv bleibt. Die Gäste haben heute gewachsene Ansprüche an die Beherbergungsbetriebe. Insofern sind die exzellenten Zahlen in unserer Tourismusstatistik auch ein Verdienst der Hotels, Pensionen und Gasthäuser. Sie haben in den letzten Jahren erhebliche Anstrengungen unternommen, um ihr Angebot zu verbessern und im zunehmend internationaler werdenden Wettbewerb Schritt zu halten. Das verdient Dank und Anerkennung.

Die Bayerische Staatsregierung hat der herausragenden Bedeutung des Tourismus und des Gastgewerbes für unser Land immer Rechnung getragen. Dass wir uns dabei für die Ermäßigung des Mehrwertsteuersatzes für Beherbergungsleistungen eingesetzt haben, war dabei nur ein Teil eines umfangreichen Bündels an Maßnahmen. Besonders engagiert haben wir uns im Bereich des Marketings. Beim Gesundheitstourismus, bei der Erschließung ausländischer Märkte oder bei der Nutzung internationaler Sportereignisse als Wettbewerbsplattform konnten wir gemeinsam mit der Gastronomie Akzente setzen. In Zusammenarbeit mit dem DEHOGA

konnten wir dem Gastgewerbe beim Ausbau der Servicequalität und beim Thema Barrierefreiheit starke Impulse geben.

Dabei denken wir in Bayern nicht allein an unsere Gäste, sondern auch an die Bürgerinnen und Bürger, für die unsere traditionellen Wirtshäuser Zentren des gesellschaftlichen Lebens sind. Vielfältige Faktoren haben dazu geführt, dass sie vor allem auf dem Land weniger werden. Aber die Attraktivität und Leistungsfähigkeit der ländlichen Räume ist uns ebenso wichtig wie der Erhalt der bayerischen Wirtshauskultur. Auf dem Bayerischen Tourismustag 2013 in Nürnberg haben wir deshalb gemeinsam mit dem DEHOGA und dem Lehrstuhl für Kulturgeographie an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt eine Bestandsaufnahme vorgelegt und Zukunftsperspektiven für Dorfwirtshäuser entwickelt.

Die erwähnten Beispiele zeigen: Der DEHOGA ist nicht nur ein leistungsfähiger Verband im Dienste seiner Mitglieder, er ist auch ein kompetenter Ansprechpartner der Politik, wo es darum geht, unsere Traditionen in Bayern nachhaltig zu gestalten. Ich danke seinen Mitgliedern für ihr Engagement und wünsche ihnen ein erfolgreiches Jahr 2014.

Horst Seehofer
Bayerischer Ministerpräsident



Impressum

Herausgeber

Deutscher Hotel- und Gaststätten-
verband e.V. (DEHOGA Bundesverband)

Verbändehaus Handel-Dienstleistung-Tourismus

Am Weidendamm 1A, 10117 Berlin

Fon 030/72 62 52-0

Fax 030/72 62 52-42

info@dehoga.de

www.dehoga.de

Präsident

- Ernst Fischer

Hauptgeschäftsführerin

- Ingrid Hartges

Konzeption, Redaktion und Koordination

- Christopher Lück, Pressesprecher
- Melanie Junge-Beichle, PR-Assistentin

Redaktionsschluss

Februar 2014

Gestaltung

pantamedia communications GmbH

Friedrichstraße 135a, 10117 Berlin

www.pantamedia.com

Titelbilder

Von links nach rechts: © gkrphoto – Fotolia.com;
© Art_man – Fotolia.com; © cook-and-style –
Fotolia.com; © Minerva Studio – Fotolia.com;
© Gasthof Hirsch, Bad Ditzgenbach-Gosbach

Berlin, Februar 2014

Inhalt

| | |
|--|----|
| 1. DEHOGA – ein starker Verband | 7 |
| Höhepunkte im DEHOGA-Jahr | 8 |
| Der DEHOGA im Jahr der Bundestagswahl | 14 |
| Der DEHOGA im Blickpunkt der Medien | 20 |
| Initiativkreis Gastgewerbe | 22 |
| 2. Top-Themen der Branche 2013 | 26 |
| Arbeitsmarkt- und Tarifpolitik – Jobmotor Gastgewerbe | 27 |
| Berufsaus- und Weiterbildung | 34 |
| Urheberrecht und Rundfunkgebühren | 42 |
| Mehrwertsteuer | 48 |
| Recht und Steuern | 53 |
| Lebensmittelhygiene und -kennzeichnung | 56 |
| Umweltschutz und Nachhaltigkeit | 59 |
| 3. Fokus Gastronomie | 62 |
| Beirat Gastronomie | 63 |
| Alkoholpolitik und Jugendschutz | 64 |
| Gaststättenrecht | 66 |
| 4. Fokus Hotellerie | 68 |
| Klassifizierungen | 69 |
| Deutscher Hotelführer | 73 |
| 5. Aus unseren Fachabteilungen | 74 |
| Fachabteilung Systemgastronomie | 75 |
| Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie | 80 |
| Fachabteilung Bahnhofsgastronomie | 82 |
| Fachabteilung Discotheken / Bundesverband deutscher Discotheken und Tanzbetriebe e.V. (BDT) | 84 |
| Fachabteilung Catering | 87 |
| 6. Aus unseren Fachverbänden | 88 |
| Hotelverband Deutschland (IHA) | 89 |
| Unipas – Union der Pächter von Autobahn-Service-Betrieben e.V. | 92 |





6



7



8



9



10

Inhalt

| | |
|---|-----|
| 7. Aus den DEHOGA-Landesverbänden | 93 |
| Baden-Württemberg | 94 |
| Bayern | 96 |
| Berlin | 98 |
| Brandenburg | 100 |
| Bremen | 102 |
| Hamburg | 104 |
| Hessen | 106 |
| Lippe | 108 |
| Mecklenburg-Vorpommern | 110 |
| Niedersachsen | 112 |
| Nordrhein-Westfalen | 114 |
| Rheinland-Pfalz | 116 |
| Saarland | 118 |
| Sachsen | 120 |
| Sachsen-Anhalt | 122 |
| Schleswig-Holstein | 124 |
| Thüringen | 126 |
| Die Mitgliedsverbände des DEHOGA Bundesverbandes | 128 |
| 8. Netzwerke und Partner | 129 |
| HOTREC – Hotels, restaurants and cafés in Europe | 130 |
| Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft ... | 132 |
| Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) | 134 |
| Arbeitsgemeinschaft Mittelstand | 136 |
| hoga Unternehmensversorgung | 138 |
| Haftpflichtkasse Darmstadt | 139 |
| 9. DEHOGA Shop & DEHOGA Sparbuch | 140 |
| 10. Trends und Zahlen | 144 |
| Trends und Perspektiven für die Branche | 149 |
| 11. Ihre Ansprechpartner | 152 |

Der DEHOGA – ein starker Verband

1



Der DEHOGA Bundesverband macht sich stark für die Branche. Über Stellungnahmen und Reden, Broschüren und persönliche Gespräche bringt er die berechtigten Anliegen der Gastronomen und Hoteliers in die politische Diskussion ein und verschafft der Stimme der Unternehmer Gehör.

Er sensibilisiert die Politik, unterstützt seine Mitglieder und wirbt für die Branche. Er kämpft für die Interessen der Gastronomen und Hoteliers in Deutschland und für eine Politik, die unternehmerisches Handeln nicht bestraft, sondern belohnt.

Neben der klassischen Interessenvertretung von Gastronomen und Hoteliers in Deutschland ist die aktive Mitgestaltung der Gesellschaft ein wichtiger Bestandteil der Arbeit des DEHOGA Bundesverbandes.

Aus diesem Grund ist der DEHOGA Initiator und Begleiter diverser Aktionen und Kampagnen.

Höhepunkte im DEHOGA-Jahr

Ob Deutsche Jugendmeisterschaften oder Azubi-Award Systemgastronomie – vor allem der Branchen-Nachwuchs hat bei den zentralen Veranstaltungen im Jahr 2013 wieder anschaulich bewiesen, was er kann. Rund 70.000 junge Menschen in unserem Land lernen derzeit einen der sechs gastgewerblichen Ausbildungsberufe. Für den DEHOGA Bundesverband ist es eine der zentralen Herausforderungen, auch künftig junge, leistungsbereite Frauen und Männer für die schönste Branche der Welt zu gewinnen.

Ein weiteres Glanzlicht im DEHOGA-Veranstaltungskalender war die Messepräsenz auf der Anuga in Köln.

Deutsche Jugendmeisterschaften 2013

„Die beeindruckenden Leistungen aller Wettkampfteilnehmer beweisen das hohe Ausbildungsniveau in Gastronomie und Hotellerie“, so lautete das Fazit der 34. Deutschen Jugendmeisterschaften von Ernst Fischer, dem Präsidenten des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes.

Vorausgegangen war ein spannendes Wettbewerbswochenende: 48 angehende Hotelfachleute, Restaurantfachleute und Köche

aus 16 DEHOGA-Landesverbänden waren vom 2. bis 4. November 2013 gegeneinander angetreten. Janina Deutmoser vom Romantik Hotel Waldhorn in Ravensburg setzte sich bei den Hotelfachleuten durch. Yvonne Klumpp vom Brenner's Park-Hotel & Spa Baden-Baden überzeugte als beste Restaurantfachfrau. Angelika Ziegler vom Forsters Posthotel in Donaustauf holte die Goldmedaille bei den Köchen.

Auf den begehrten ersten Platz in der Mannschaftswertung schaffte es das Team aus Baden-Württemberg.

Neben den umfangreichen theoretischen Aufgaben und der Warenerkennung ging es um die praktischen Fähigkeiten und Kenntnisse.

Kochen, garnieren, dekorieren, Cocktails mixen, Zimmer checken, Verkaufsgespräche führen. Aus einem für alle identischen Warenkorb musste jeder angehende Koch ein Menü nach seiner Wahl erstellen und für zehn Personen zubereiten. Die jungen Restaurant- und Hotelfachleute servierten die Speisen und Getränke fachgerecht und sorgten für Spitzenleistungen beim Prüfungssessen.

Träger der Deutschen Jugendmeisterschaften sind neben dem DEHOGA Bundesverband der Verband der Köche Deutschlands (VKD), der Verband der Serviermeister, Restaurant- und Hotelfachkräfte (VSR) sowie das Brillat Savarin Kuratorium der FBMA-Stiftung. Schirmherr der Veranstaltung ist Bundespräsident Joachim Gauck.



Strahlende Deutsche Jugendmeister 2013: Janina Deutmoser (l.), Hotelfachfrau vom Romantik Hotel Waldhorn in Ravensburg, Yvonne Klumpp (r.), Restaurantfachfrau vom Brenner's Park-Hotel & Spa in Baden-Baden, und Angelika Ziegler, Köchin vom Forsters Posthotel in Donaustauf.
Foto: Thomas Fedra

Impressionen der Deutschen Jugendmeisterschaften 2013



1



Fotos: Thomas Fedra

Die besten Nachwuchstalente auf einen Blick:

Hotelfachmann/-frau

1. Janina Deutmoser, Romantik Hotel Waldhorn, Ravensburg
2. Julia Paleit, Novotel Hamburg Alster, Hamburg
3. Laura Fritzen, Weinromantikhotel Richtershof, Mülheim an der Mosel

Restaurantfachmann/-frau

1. Yvonne Klumpp, Brenner's Park-Hotel & Spa, Baden-Baden
2. Hoang Viet Nguyen, Restaurant „Die Insel“, Hannover
3. Michelle Steffenhagen, Le Royal Meridien, Hamburg

Koch/Köchin

1. Angelika Ziegler, Forsters Posthotel, Donaustauf
2. Lennart Dewies, Romantik Hotel Benen-Diken-Hof, Sylt
3. Ole Kurth, Side Hotel, Hamburg

Mannschaftswertung

1. Baden-Württemberg
2. Hamburg
3. Schleswig-Holstein



01



03

Anuga/ Forum Systemgastronomie

Wenn die weltweit größte Ernährungsmesse mit mehr als 6.500 Ausstellern aus 100 Ländern ihre Türen öffnet, darf der DEHOGA nicht fehlen. Der Verband präsentierte sich vom 5. bis 9. Oktober 2013 in der Anuga Food Service Halle 7 am Stand E 110 mit seinem umfangreichen Service- und Dienstleistungsangebot.

Der Gemeinschaftsstand des DEHOGA Bundesverbandes und des DEHOGA Nordrhein-Westfalen gilt seit langem als zentrale Kommunikations- und Wissensplattform von Hotellerie und Gastronomie.

Auf 600 Quadratmetern wurde eine einladende Atmosphäre geschaffen, die den idealen Rahmen für Hoteliers, Gastronomen, Freunde und Partner der Branche bot, um miteinander ins Gespräch zu kommen.



02

01 Beliebter Treffpunkt und Infopoint auf der Messe: der Gemeinschaftsstand von DEHOGA Bundesverband und DEHOGA Nordrhein-Westfalen auf der Anuga. **02** Stellten Ihr Unternehmenskonzept auf dem Forum Systemgastronomie vor: Hubert Sterzinger, Sebastian Assmus und Bernd Riegger von den ALEX Gaststätten Betrieben (v.l.). **03** Die strahlenden Sieger: Die Gewinnerin des Azubi-Awards Systemgastronomie 2013, Franziska Baader (M.), mit Silbermedaillengewinnerin Theresa Schlacht (l.) und dem Drittplatzierten Ronny Schulze.

Fotos 02 + 03: Thomas Fedra

1



Bereits zum 23. Mal fand im Rahmen der Messe das Forum Systemgastronomie des Initiativkreises Gastgewerbe im DEHOGA Bundesverband statt. Die Veranstaltung mit über 600 hochrangigen Gästen aus Gastronomie, Hotellerie und gastgewerblicher Zulieferindustrie gilt als wichtiger Branchentreff.

EU-Energiekommissar Günther Oettinger überbrachte seine Key-Note via Videobotschaft. Jochen Pinsker, Senior Vice President Foodservice Europe der npdgroup deutschland GmbH, stellte seine Gastronomiebilanz vor. Bart van den Nieuwenhof, Vorstandsvorsitzender von La Place, und Bernd Riegger, Deutschland-Chef der Alex Gaststättenbetriebe, präsentierten ihre Erfolgskonzepte. Unterhaltsam und gewohnt souverän führte der renommierte Journalist und Autor Dr. Hajo Schumacher als Moderator durch dieses hochkarätige Event.

Einen Höhepunkt bildete auch 2013 die Ehrung der Sieger des 12. Nationalen Azubi-Award Systemgastronomie (*mehr dazu im Kapitel 5.1*).



01 Applaus aus dem Publikum beim Forum Systemgastronomie. **02** Günther Oettinger
03 Jochen Pinsker **04** Bart van den Nieuwenhof **05** Dr. Hajo Schumacher

Fotos: Thomas Fedra

Der DEHOGA – erfolgreicher Netzwerker

1

Der DEHOGA Bundesverband ist gefragter Ansprechpartner auch für die Vertreter von Regierung und Opposition, anderen Wirtschaftsverbänden und Interessenvertretungen. Auf zahlreichen Veranstaltungen auf dem politischen Parkett und in Einzelgesprächen setzt er sich mit seinem Know-how für vernünftige politische Rahmenbedingungen ein.



01 DEHOGA-Präsident Ernst Fischer mit Bundesumweltminister Peter Altmaier (l.) bei der Verleihung des 100. DEHOGA Umweltcheck. (Foto: Oliver Dietze) **02** Gereon Haumann, Präsident DEHOGA Rheinland-Pfalz, Olaf Offers, Präsident Nordrhein-Westfalen, Lothar Weinand, Vizepräsident Rheinland-Pfalz, Ernst Burgbacher, Parlamentarischer Staatssekretär im Bundeswirtschaftsministerium, Ernst Fischer, Präsident DEHOGA Bundesverband, auf dem BTW-Tourismuskonferenz (v.l.n.r.). (Foto: Svea Pietschmann) **03** Bundeswirtschaftsminister Dr. Philipp Rösler (l.) mit Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges und DEHOGA Berlin-Präsident Willy Weiland auf dem Sommerfest des DEHOGA Berlin. (Foto: Sabeth Stickforth) **04** Ingrid Hartges mit Dr. Michael Frenzel, Präsident des Bundesverbandes der Deutschen Tourismuswirtschaft und ehem. Vorstandsvorsitzender TUI AG, auf dem BTW-Tourismuskonferenz. (Foto: Svea Pietschmann)

Der DEHOGA im Jahr der Bundestagswahl

Neue Ansprechpartner in der Politik

Die Bedeutung der Tourismusbranche für den Wirtschaftsstandort Deutschland spiegelt sich auch darin wider, dass dem Tourismus und damit seinen Hauptleistungsträgern Hotellerie und Gastronomie im Koalitionsvertrag von CDU, CSU und SPD ein eigener Abschnitt gewidmet wurde.

Damit wird die besondere Bedeutung des Gastgewerbes als bedeutender Wirtschaftsfaktor und Beschäftigungsmotor mit 1,7 Millionen Beschäftigten und 69.000 Auszubildenden in 227.000 Betrieben gewürdigt.

Entscheidend dafür, dass die politischen Weichen weiter auf Wachstum gestellt sind, ist die Arbeit des Tourismusausschusses im Deutschen Bundestag. Gemeinsames Ziel ist es hier, die politischen Rahmenbedingungen für unsere bedeutende Dienstleistungsbranche und das Reiseland Deutschland zu verbessern und fördern.

Neue Vorsitzende des Ausschusses ist Heike Brehmer, CDU/CSU. Die Sprecherinnen und Sprecher der einzelnen Bundestagsfraktionen sind: Daniela Ludwig, CDU/CSU, Gabriele Hiller-Ohm, SPD, Markus Tressel, Bündnis 90/Die Grünen, und Kerstin Kassner, Die Linke.

Es gibt viele neue Gesichter im 18. Deutschen Bundestag. Der DEHOGA freut sich auf eine gute und konstruktive Zusammenarbeit.

Der DEHOGA sagt Danke

Nach der Bundestagswahl sind einige langjährig vertraute Gesichter nicht mehr im Parlament vertreten. Wir möchten uns herzlich für die gute Zusammenarbeit bei dem für den Tourismus zuständigen Minister Dr. Philipp Rösler (FDP), beim Parlamentarischen Staatssekretär im Wirtschafts-

ministerium, Ernst Burgbacher (FDP), sowie bei den tourismuspolitischen Sprechern der SPD, Hans-Joachim Hacker, und Dr. Ilja Seifert, Die Linke, bedanken.

Ein besonderer Dank gilt auch Ernst Hinsken, der von 2005 bis 2009 der erste Tourismusbeauftragte war. Während seiner Zeit im Bundestag von 1980 bis 2013 hat sich Ernst Hinsken stets für den Mittelstand wirkungsvoll eingesetzt, zuletzt als Vorsitzender des Wirtschaftsausschusses, im Deutschen Bundestag.

Der vormalige Vorsitzende des Tourismusausschusses, Klaus Brähmig, CDU/CSU, bleibt Mitglied im Deutschen Bundestag. Marlene Mortler, MdB, die bisherige tourismuspolitische Sprecherin der CDU/CSU-Fraktion, bleibt uns ebenso in neuer Funktion als Drogenbeauftragte der Bundesregierung erhalten.



Ernst Burgbacher



Ernst Hinsken



Klaus Brähmig



Marlene Mortler



**Heike Brehmer, MdB,
Ausschussvorsitzende
CDU/CSU:**

„Ich habe mit meiner Berufsausbildung in der Gastronomie begonnen und bin als Bundestagsabgeordnete aus dem wunderschönen

und touristisch geprägten Harz mit dem DEHOGA eng verbunden. Für mich ist dieser Wirtschaftszweig, welcher insbesondere in unserer ländlichen Region ein wichtiger Jobmotor und Aushängeschild unserer Kultur ist, auch politisch von besonders großer Bedeutung.“

Nach der Wahl ist vor der Wahl:

Die Mitglieder des Tourismusausschusses im Deutschen Bundestag sind sich der Bedeutung unserer Branche als Jobmotor und Wirtschaftsfaktor bewusst und freuen sich auf ihre Aufgabe.



Gabriele Hiller-Ohm, MdB, Sprecherin SPD:

„Ich koche selbst leidenschaftlich gern und weiß deshalb, wie viel Können und Kreativität in der Zubereitung eines guten Gerichtes stecken. Ich freue mich deshalb jedes Mal, wenn ich essen gehe und auf gelungene Speisen und aufmerksamen Service in netter Atmosphäre treffe. Das ist bei uns

in Deutschland zum Glück sehr oft der Fall. Qualität gibt es nur mit gut ausgebildetem und ordentlich bezahlten Personal – das zahlt sich aus.“

**Daniela
Ludwig, MdB,
Sprecherin
CDU/CSU**



„Deutsches Gastgewerbe ist für mich hohe Qualität, guter Service und Gemütlichkeit. Voraussetzung dafür sind ein gutes Management und gute Mitarbeiter. Damit dies gelingt, schaffen wir politisch die nötigen Rahmenbedingungen.“



**Kerstin Kassner,
MdB, Sprecherin
Die Linke**

„Ich freue mich sehr, dass ich als tourismuspolitische Sprecherin meiner Fraktion arbeiten

darf, weil ich hier Erfahrungen aus meiner beruflichen und politischen Arbeit gut nutzen kann und für unser Land und meine Heimatinsel Rügen hoffentlich viel für eine gute Entwicklung tun kann.“

Markus Tressel, MdB, Sprecher Bündnis 90/Die Grünen:



„Hohe Qualität, guter Service und neue Ideen im Gastgewerbe bringen Arbeitsplätze und schaffen auch in strukturschwachen Regionen Wirtschaftskraft. Es ist mir wichtig, dass für diese wichtige Branche Rahmenbedingungen geschaffen werden, die nachhaltiges Wachstum und mehr Innovation ermöglichen.“



Fakten sprechen lassen und Unterstützer finden

Das Jahr 2013 stand im Zeichen des Bundestagswahlkampfes. Es gibt neue Gesprächspartner und eine neue Koalition aus CDU, CSU und SPD. Für das Gastgewerbe bedeutet diese schwarz-rote Konstellation neue Herausforderungen. Denn die neue Bundesregierung bestimmt auch über die Zukunftschancen des Gastgewerbes.

Gastronomie und Hotellerie sind die Hauptleistungsträger der Tourismuswirtschaft in Deutschland. Damit diese positive Entwicklung auch in Zukunft erhalten bleibt, hat der DEHOGA Bundesverband in seinem „Wahlcheck“ zur Bundestagswahl 2013 die Kernanliegen der Branche an die Politik formuliert.

In unsere Abfrage zur Bundestagswahl, die an alle Parteien und Kandidaten verschickt

wurde, haben wir die Einstellung zu den wichtigsten Themen unserer Branche ermittelt: Ob Mindestlohn, Mehrwertsteuer, Minijobs, Urheberrecht oder Hygieneampel – nach Auswertung der Antworten stand fest, dass es bei der Union und FDP die höchsten Zustimmungswerte zu den Positionen des DEHOGA gab. Mehr als zwei Drittel unserer Standpunkte wurden von CDU, CSU und FDP geteilt. Bei SPD und Grünen gab es immerhin bei jeder zweiten Position Übereinstimmungen.

Der DEHOGA „Wahlcheck“ hat gezeigt: Viele unserer Themen waren nicht nur Bestandteil der Wahlkampfauseinandersetzung, sondern auch Knackpunkte der Koalitionsverhandlungen. Beispiel Mindestlohn: Ohne einen gesetzlichen Mindestlohn von 8,50 Euro wäre die „GroKo“ den SPD-Mitgliedern nicht vermittelbar gewesen. Anstatt eines Schnellschusses wurden im Koalitionsvertrag wenigstens bestehende Tarifverträge respektiert und Übergangszeiten vereinbart.

Dennoch bleiben viele Fragen offen, die im Gesetzgebungsverfahren zügig geklärt werden müssen. Fest steht: Auch in der 18. Legislaturperiode des Deutschen Bundestages wird der DEHOGA Bundesverband politische Überzeugungsarbeit leisten müssen.

Unser zentrales Anliegen ist es, die Politik dafür zu sensibilisieren, die Rahmenbedin-

gungen weiterhin aufrechtzuerhalten, die in den letzten Jahren ein solides Wachstum des Gastgewerbes erst möglich gemacht haben.

Um in einer Demokratie etwas zu erreichen, müssen Mehrheiten gebildet werden. Dafür ist das richtige Netzwerk unerlässlich. Der DEHOGA Bundesverband ist u.a. Mitglied im europäischen Dachverband des Gastgewerbes HOTREC, in der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT), im Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW), in der Arbeitsgemeinschaft Mittelstand, im Gemeinschaftsausschuss der Deutschen Gewerblichen Wirtschaft, in der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) und über den BTW auch im Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI).

Auch der Parlamentarische Abend der „Arbeitsgemeinschaft Mittelstand“ am 5. Juni 2013 machte erneut deutlich, wie wichtig ein guter Kontakt zwischen Wirtschaft und Politik ist.

Die Verbände der Arbeitsgemeinschaft treten gegenüber Politik und Öffentlichkeit gemeinsam für wirtschaftliche Rahmenbedingungen in Deutschland ein, um die Innovations-, Wettbewerbs- und Beschäftigungspotenziale der mittelständischen Unternehmer zu fördern (*mehr dazu im Kapitel 8.4*).



Unsere zentralen Anliegen

Nur ein Verband, der mit einer Stimme spricht und auf allen Ebenen gut aufgestellt ist, wird gehört und kann seinen Mitgliedern mit vollem Einsatz zur Seite stehen. Um dies zu gewährleisten, wurden die DEHOGA-Standpunkte entwickelt. Auf maximal zwei Seiten geben diese Positionspapiere die Anliegen des DEHOGA zu politischen, rechtlichen und gesellschaftlichen Brennpunkthemen wider. Seit ihrer Einführung im Jahr 2008 haben sich die DEHOGA-Standpunkte zu einem unverzichtbaren politischen Kommunikationsinstrument entwickelt.

Unternehmensbezogene Dienstleistungen und politische Aufklärungsarbeit sind zwei Eckpfeiler der Kommunikation des DEHOGA Bundesverbandes. Um seinen Mitgliedern aktuelle Entwicklungen und komplexe Sachverhalte zum Recht- und Steuerwesen, zur Arbeitsmarkt- und Tarifpolitik oder zur Aus-

bildung zu vermitteln, werden alle Informationen schnell und umfassend aufbereitet und über Newsletter oder Hintergrundpapiere zur Verfügung gestellt. Mit diversen Informations- und Imagebroschüren fördert der DEHOGA zudem das Ansehen der Branche in Politik und Gesellschaft und gibt seinen Unternehmern praktische Hilfen und nützliche Tipps für den Geschäftsalltag an die Hand.

Fair schmeckt´s besser!

Unternehmerisches Handeln der Gastronomen erfordert Anerkennung und Respekt. Deshalb setzt sich der DEHOGA für faire Rahmenbedingungen und die steuerliche Gleichbehandlung mit anderen Zweigen der deutschen Wirtschaft ein. Es ist nicht akzeptabel, dass Produkte wie Tiernahrung, Popcorn im Kino oder die Bockwurst „to go“ mit sieben Prozent besteuert werden, das frisch zubereitete Essen im Lokal dage-

gen mit vollen 19 Prozent. Die Broschüre „Fair schmeckt's besser!“ zeigt gute Gründe auf, warum die steuerliche Gleichbehandlung sinnvoll und notwendig ist (*mehr dazu im Kapitel 2.4*).

Fakten-Flyer zur Mehrwertsteuersenkung

Der reduzierte Mehrwertsteuersatz in der Hotellerie hat seit 2010 nicht nur für die lang ersehnte Steuergerechtigkeit in Europa gesorgt, sondern auch die Wettbewerbsfähigkeit der Branche gestärkt. Vor allem die kleineren und mittelständischen Betriebe haben kräftig in ihre Bausubstanz und Mitarbeiter investiert. Unser Fakten-Flyer beweist den Zusammenhang zwischen Mehrwertsteuersenkung einerseits und der Investitionsrate, dem Jobwachstum und der Rekordzahl an Übernachtungen als Folge (*mehr dazu im Kapitel 2.1 und 2.4*).



Minijobs

Minijobs sind im Gastgewerbe unersetzlich. Dieses wichtige Instrument der Personalplanung stand im Bundestagswahlkampf in der Kritik.

Als Argumentationshilfe für die gastgewerblichen Unternehmer und zur Information der interessierten Öffentlichkeit hat der DEHOGA in seinem Flyer zu den Minijobs wichtige Fakten für Chefs, Mitarbeiter und politische Entscheider zum zusammengestellt.

Wegweiser für Ausbilder

Mit der Broschüre „Wegweiser für Ausbilder“ unterstützt der DEHOGA engagierte Betriebe. Mit zahlreichen Checklisten und Mustern stellt die Publikation eine Arbeitshilfe für den Alltag im Ausbildungsbetrieb

dar. Dazu kommen erprobte Praxis-Tipps von erfolgreichen Ausbildern sowie Auszubildenden (*mehr dazu im Kapitel 2.2*).

„Zu gut für die Tonne“

Von 10,9 Millionen Tonnen Lebensmittelabfällen entstehen 17 Prozent bei den Großverbrauchern wie Gastronomie, Hotellerie, Kantinen, Mensen und Krankenhäusern. Zum Vergleich: In Privathaushalten sind es 61 Prozent, also deutlich mehr. Der DEHOGA engagiert sich sehr dafür, den Anteil vermeidbarer Lebensmittelabfälle weiter zu verringern. Deshalb unterstützt der Verband die Kampagne des Bundesverbrauchermisteriums „Zu gut für die Tonne“. Es wurde



eine neue Checkliste für Unternehmen entwickelt, die vielfältige Themen aufgreift und Hinweise gibt – von strukturierter Einkaufsplanung, verbesserter Warenhaltbarkeit durch Gewährleistung der Kühlkette bis hin zum Angebot von kleineren Portionen. Die Initiative wurde mit dem „Politikaward 2012“ ausgezeichnet.

Checkliste „United against waste“

Der DEHOGA greift das Thema Lebensmittelverschwendung auch mit dem Initiativkreismitglied Unilever Foodsolutions auf. Die Initiative „United against waste“ soll helfen, Köche und Industrie darauf aufmerksam zu machen, dass der Kampf gegen die Verschwendung von Lebensmitteln zentral ist und zudem viel Geld spart. In Zusammenarbeit mit dem DEHOGA wurde auch hier eine Checkliste erstellt, die als nützliche Handreichung für Entscheider in Hotellerie



und Gastronomie zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen dient.

DEHOGA Umweltcheck

Umwelt- und Klimaschutz haben in Gastronomie und Hotellerie eine hohe Bedeutung. Privatreisende wie Firmenkunden erwarten von den gastgewerblichen Betrieben umweltbewusstes und verantwortungsvolles Handeln. Mit dem DEHOGA Umweltcheck gibt es für die mittelständischen Hoteliers und Gastronomen eine praktikable und finanzierbare Lösung, ihr Umweltengagement der Öffentlichkeit gegenüber klar und transparent darzustellen (*mehr dazu im Kapitel 2.7*).



„Systemgastronomie in Deutschland 2013“

Neu aufgelegt wurde die Broschüre „Systemgastronomie in Deutschland 2013“. Das Jahrbuch der Fachabteilung Systemgastronomie im DEHOGA Bundesverband gibt Aufschluss über die geschichtliche und wirtschaftliche Entwicklung, über die Ausbildungsleistung der Unternehmen sowie die Karrierechancen.

Die Mitgliedsunternehmen lassen keine Frage offen und geben einen umfassenden Überblick über die Branche mit System (*mehr dazu im Kapitel 5.1*).



„Kleine Gäste ganz groß – So punkten Sie bei Kindern und Eltern!“

Als wahrer Bestseller entpuppte sich 2013 die Broschüre „Kleine Gäste ganz groß – So punkten Sie bei Kindern und Eltern!“. Sie gibt darüber Aufschluss, was familienfreundliche Gastronomie dem Unternehmen bringt, welche Angebote Familien glücklich machen und warum es richtig ist, in Kinderfreundlichkeit zu investieren.

„Gute Gastgeber für Allergiker“

Nicht zuletzt erfreute sich die Broschüre „Gute Gastgeber für Allergiker“ großer Beliebtheit. Sachlich und informativ leistet sie einen Beitrag dafür, dass sich Menschen mit Allergien in deutschen Restaurants und Hotels willkommen und wohl fühlen.

 **DEHOGA**
Umweltcheck



DEHOGA-Präsident Ernst Fischer und Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges bei der Vorstellung des Wahlcheck anlässlich der Jahrespressekonferenz.

Der DEHOGA im Blickpunkt der Medien

Mit Erfolg die Themen der Branche kommuniziert

„Umsatz- und Beschäftigungsplus im Gastgewerbe“, „Neue GEMA-Tarife ab 2014“ oder „Internetpranger verbessern nicht den Verbraucherschutz“ – so lauteten beispielhaft drei PM-Überschriften im Jahr 2013. PM steht dabei als Abkürzung für Pressemitteilung, wie die Medienprofis unter Ihnen wissen. Fast wöchentlich hat die DEHOGA-Verbandskommunikation in Berlin im vergangenen Jahr Pressemitteilungen zu verschiedensten Aspekten der Gastronomie

und Hotellerie veröffentlicht. Diese sind ein zentrales Werkzeug, die Anliegen, Forderungen und Positionen unserer Branche in die Öffentlichkeit zu tragen.

- Analyse und Kommentierung der wirtschaftlichen Entwicklung der Branche
- Analyse und Positionierung zu Gesetzesinitiativen und öffentlichen Debatten
- Informationen zu Initiativen, Produkten und Dienstleistungen des DEHOGA

Darüber kamen die DEHOGA-Verbandsvertreter in zahlreichen Interviews und State-

ments in vielen relevanten Medien zu Wort – ob regionale oder überregionale Zeitung, Branchenblatt, privater oder öffentlich-rechtlicher Rundfunk.

Die DEHOGA-Jahrespressekonferenz

Am 23. Mai veranstaltete der DEHOGA Bundesverband seine Jahrespressekonferenz im Verbändehaus Handel-Dienstleistungstourismus in Berlin.

Das Medieninteresse war gerade im Jahr der Bundestagswahl besonders groß. DEHOGA-Präsident Ernst Fischer und Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges erläuterten auf Basis des Branchenberichts „Gastgewerbe Winter 2012/13 – Ausblick Sommer 2013“ Lage und Stimmung der gastgewerblichen Unternehmen.

Im Zentrum stand die Vorstellung des DEHOGA „Wahlcheck“. Pünktlich zur heißen Wahlkampfphase brachte die Broschüre die politischen Anliegen der Branche textlich und optisch aufbereitet auf den Punkt.

„Jeder redet von gesunder Ernährung, regionale Küche liegt voll im Trend. Dem Staat allerdings ist die Essvariante ‚to go‘ derzeit offenbar lieber. Tütensuppen oder das Popcorn im Kino werden mit sieben Prozent besteuert, das frisch zubereitete Essen im Lokal oder die täglichen Mahlzeiten der Schulkinder dagegen meist mit 19 Prozent. Das ist nicht fair“, so DEHOGA-Präsident

Fischer. Die längst überfällige steuerliche Gleichbehandlung von Speisen war hierbei eines der zentralen Anliegen in der Öffentlichkeitsarbeit des DEHOGA Bundesverbandes. Zudem sprach sich die Verbandsspitze im „Wahlcheck“ deutlich für den Erhalt des reduzierten Mehrwertsteuersatzes für Beherbergungsdienstleistungen aus, für den Erhalt von Minijobs, gegen Steuererhöhungen und gegen einen politisch festgelegten Mindestlohn.

Der DEHOGA und die Neuen Medien

Der DEHOGA Bundesverband hat seinen Fokus im Jahr 2013 deutlich stärker als in den Jahren zuvor auf innovative Ideen und Produkte für die neuen Medien gerichtet. So präsentierte sich der Hotel- und Gaststättenverband auf einer aktualisierten Facebook-Seite. Binnen kurzer Zeit konnten in dem größten und bekanntesten sozialen Netzwerk der Welt mehr als 1.000 neue Freude gewonnen werden, ein guter Anfang!

Auf der Internetseite des DEHOGA Bundesverbandes www.dehoga.de haben in diesem Jahr erstmals verschiedene kreative Bewegtbild-Angebote für große Resonanz gesorgt. So konnte der bekannte politische Kabarettist Django Asül für zwei humorvolle Videos zum Thema „Mehrwertsteuer-Dschungel“ in der deutschen Gastronomie gewonnen werden. Django Asül: „Wissen Sie, was ich beim Bezahlen im Lokal noch nicht kapiert habe? Man bezahlt 19 Prozent Mehrwert-



Werden auch Sie Fan.



Django Asül

steuer. Wenn man aber mit dem gleichen Essen raus geht, dann sind es nur 7 Prozent!?" Recht hat er! Der DEHOGA Bundesverband wird auch weiterhin mit Nachdruck für die längst überfällige steuerliche Gleichbehandlung von Speisen kämpfen.

Zu den Themen Mehrwertsteuer und Minijobs präsentierte der DEHOGA Bundesverband 2013 zudem erstmals zwei animierte Erklär-Videos. Kreativ und spielerisch – auch auf diese Art und Weise lassen sich die Positionen unserer Branche sehenswert darstellen.

Initiativkreis Gastgewerbe



Erfolgreiche Partnerschaft für die Zukunft der Branche

„Wenn es dem Gastgewerbe gut geht, dann profitiert auch die Zulieferindustrie“ – unter diesem Motto schlossen sich 1996 die führenden Unternehmen der gastgewerblichen Zulieferindustrie im Initiativkreis Gastgewerbe zusammen. Seit nunmehr über 15 Jahren weiß der DEHOGA Bundesverband mit dem Initiativkreis Gastgewerbe einen wichtigen Unterstützer und unentbehrlichen Förderer an seiner Seite. Heute engagieren sich mehr als 40 Top-Unternehmen im

DEHOGA und Initiativkreis ist der erfolgreiche und einzigartige Schulterschluss von Gastgewerbe und Zulieferindustrie auf Bundesebene. Die Fördermitglieder werden in einem Förderbeirat zusammengefasst, der das Präsidium des DEHOGA auf Bundes-

ebene in allen branchenpolitischen Fragen berät.

Als langjähriger Vorsitzender steht Dr. Claus Stauder, Inhaber der gleichnamigen Privatbrauerei in Essen und ehemaliger Präsident des Deutschen Tennis Bundes, dem Initiativkreis vor.



Dr. Claus Stauder, Vorsitzender des Initiativkreises Gastgewerbe

Initiativkreis und tragen so maßgeblich zum Gelingen der Veranstaltungen und Initiativen des DEHOGA bei. Der Initiativkreis Gastgewerbe wird als feste Größe in der Welt der Gastronomie und Hotellerie wahrgenommen.

Von Brauereien über Foodproduzenten bis hin zu Einrichtern und Ausstattern – der Initiativkreis ist ein exklusiver Kreis von ausgewählten Markenfirmen, deren umfangreiches Produktportfolio die Vielfalt dieses Kreises widerspiegelt. Das Zusammenwirken von

Eine Marke – ein starker Auftritt

Die Mitglieder des Initiativkreises erscheinen prominent platziert in vielfältigen Kommunikationsmedien des DEHOGA Bundesverbandes. Im Internet, auf Flyern und Broschüren sowie Teilnehmermappen ist der Initiativkreis präsent.

Außerdem präsentieren sich die Mitgliedsunternehmen des Initiativkreises exklusiv auf den Messen und Branchenveranstaltungen, wie dem Forum Systemgastronomie oder dem DEHOGA-Branchentag.

Des Weiteren nutzen die Mitglieder das Initiativkreislogo auch für ihre eigene Kommunikation. So findet sich das markante Motiv mittlerweile auf vielen Messeständen, auf Briefbögen und in Anzeigen der einzelnen Mitglieder. Ein Gütesiegel hat sich entwickelt und etabliert.

Brancheninformationen aus erster Hand

Neben dem individuellen Austausch in Gesprächen und auf Veranstaltungen trifft sich das Who-is-Who der Zulieferer zu seinen Initiativkreistagungen. Der DEHOGA Bundesverband berichtet den Mitgliedern des Kreises aus erster Hand über politische Brennpunkte, aktuelle konjunkturelle Entwicklungen und Branchentrends. Neben erfolgreichen Gastromachern kommen auf den Tagungen Experten aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft zu Wort.

Die Frühjahrstagung in München

Am 25. und 26. April 2013 trafen sich die Mitglieder des Initiativkreises zu Ihrer Frühjahrssitzung in München.

Neben den aktuellen Informationen über die Branchenkennziffern und politische

Entwicklungen standen rechtliche Themen, Trendkonzepte und der Vortrag eines Medienprofis im Fokus der Veranstaltung.

Im Rahmen des Unternehmertalks berichtete Toni Roiderer, Sprecher der Wiesn-Wirte und Betreiber des Gasthofs zum Wildpark, sehr unterhaltsam über den Festzeltbetrieb auf dem Oktoberfest.



Sorgten mit informativen und spannenden Vorträgen für ein gutes Gelingen der Veranstaltung: Toni Roiderer, Sabine Stöhr, Thomas Hirschberger, Christian Baudis, Dr. Carsten Bittner, Ingo Wessel (v.l.).



Gewährten Ihren Kollegen aus dem Initiativkreis einen Blick hinter die Kulissen Ihrer Unternehmen: Harald Stadler (Foto links), Vertriebsdirektor, Gerolsteiner Brunnen, und Egbert Stein, Geschäftsführer, Hagleitner NWO Deutschland GmbH.



Bereicherten die Herbsttagung mit Ihren interessanten Vorträgen: Michael Cramer, Moritz Freiherr Knigge, Prof. Stephan Gerhard, Torsten Meynert.

Auch Erfolgsgastronom und Vorsitzender der Fachabteilung Systemgastronomie im DEHOGA, Thomas Hirschberger, stellte sein neues und trendiges Gastronomiekonzept „Hans im Glück“ vor, von dessen Attraktivität sich die Gäste im Rahmen der Trendtour überzeugen konnten. Ergänzend berichtete Sabine Stöhr, Geschäftsführerin der 1 A Retail GmbH, über die Neupositionierung der Verkehrsimmobilie „Stachus Passagen“.

Während der Gastro-Tour durch verschiedene Lokalitäten der bayerischen Landeshauptstadt lernten die Teilnehmer sowohl szenige Neueröffnungen, Fine Dining-Küche als auch Münchener Traditions-Gastronomie kennen. Außerdem bot sie den Teilnehmern auch reichlich Gelegenheit für einen kollektiven Austausch.

Wie TV und Internet die Mediennutzung der Konsumenten verändern, darauf ging Christian Baudis, Internetexperte und ehemaliger Geschäftsführer von Google Deutschland, in seinem Vortrag am zweiten Veranstaltungstag ein.



Interessierte Zuhörer auf der Initiativkreissitzung.

Die Komplexität des Kartellrechts im Gastgewerbe brachte RA Dr. Carsten Bittner, Fachanwalt für Verwaltungsrecht bei der Kanzlei Graf von Westphalen, den Zuhörern nahe.

Auf großes Interesse stießen auch die Ausführungen von Ingo Wessel, Inhaber und Geschäftsführer vom Konzeptbüro Wessel, über trendige Gastronomiekonzepte.

Hinter die Kulissen Ihrer Unternehmen ließen die Vertreter der Initiativkreisfirmen Harald Stadler von Gerolsteiner sowie Egbert Stein von Hagleitner NWO Deutschland schauen.

Die Herbsttagung in Berlin

Nach Berlin lud der Initiativkreis zu seiner Herbstsitzung am 24. und 25. Oktober. Zentrale Themen dieser Sitzung waren politische Hintergrundinformationen nach der Bundestagswahl sowie aktuelle Trendkonzepte in der City West der Bundeshauptstadt.

Neben aktuellen Branchenkennziffern, die DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges den Gästen näherbrachte, gewährte Michael Cramer, Geschäftsführer alt//cramer gmbH, den Zuhörern einen Blick hinter die Kulissen der politischen Bühne von Bundesregierung und Koalition.



01



02



03

Auch die Trendtour wartete mit spannenden Unternehmenskonzepten und tollen Locations auf: **01** Daniel Bormann (h. l.) referierte über das Bikini Haus. **02** Jürgen Klumpen stellte den Gästen sein Burger de Ville vor. **03** Das vegan mehr ist als Rohkost, erlebten die Besucher beim Besuch des veganen Restaurants La Mano Verde im Rahmen der Gastro-Trendtour.

Auf der Trendtour stellte Daniel Bormann, Geschäftsführer der REALACE GmbH, vor Ort das Projekt Bikini Haus, das vielschichtige Gewerbe- und Gastronomieobjekt in der Mitte Westberlins, vor.

Eine Hotelführung durch das Waldorf Astoria, der Besuch eines außergewöhnlichen Burgerkonzeptes Burger de Ville, kulinarische Genüsse im Promi Hot-Spot Grosz sowie die faszinierende Location im neu eröffneten Szeneclub The Pearl rundeten die Trendtour ab.

Zu Beginn des zweiten Veranstaltungstages erklärte Moritz Freiherr Knigge, der Nachfahre des berühmten Benimmexperten und seinerseits erfolgreicher Redner und Autor, den Gästen äußerst charmant die Spielregeln im erfolgreichen Miteinander und gab wertvolle Anregungen für den Umgang mit Geschäftspartnern, Kollegen und Mitarbeitern.

Detaillierte Fakten zum Hotelmarkt, insbesondere zum Berliner Markt, präsentierte Prof. Stephan Gerhard, President und Chair-

man of the Board der Treugast Solutions Group. Weiterführend zog DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges Bilanz aus dem Berliner Tourismusmarkt.

Horst Rose, Marketingleiter der IGEFA Handelsgesellschaft mbH, stellte seinen Kollegen sein Unternehmen als neues Initiativkreismitglied vor. Abschließend tauschten sich die einzelnen Vertreter der Initiativkreisfirmen über die Lage und Stimmung in Ihren Unternehmen aus.

2

Top-Themen der Branche 2013

Auf den folgenden Seiten stellt der DEHOGA Bundesverband die Top-Themen der Branche des vergangenen Jahres vor und informiert über die Initiativen und Erfolge des Verbandes.

Im Fokus der Arbeit des DEHOGA Bundesverbandes stehen dabei die Handlungsfelder:

- Arbeitsmarkt- und Tarifpolitik – Jobmotor Gastgewerbe
- Berufsaus- und Weiterbildung
- Urheberrecht und Rundfunkgebühren
- Mehrwertsteuer
- Recht und Steuern – Bettensteuern
- Lebensmittelhygiene und -kennzeichnung
- Umweltschutz und Nachhaltigkeit



Arbeitsmarkt- und Tarifpolitik – Jobmotor Gastgewerbe

Bundesausschuss für Arbeitsmarkt- und Tarifpolitik

Der Bundesausschuss für Arbeitsmarkt- und Tarifpolitik ist mit Sachverständigen aus den Mitgliedsverbänden und Fachabteilungen besetzt. Er garantiert in dieser Zusammensetzung die branchenbezogene Erörterung und Aufbereitung der Sachprobleme aus den Bereichen Arbeitsmarkt, Tarifpolitik und Tarifrecht sowie Arbeits- und Sozialrecht und soll die qualifizierte Meinungsbildung auf Bundesebene fördern.

Der Bundesausschuss für Arbeitsmarkt- und Tarifpolitik tagte im Jahr 2013 am 28. Januar sowie am 14. Oktober, jeweils in Berlin.

Tarifpolitik

Das Jahr 2013 war im Gastgewerbe erneut von großer tarifpolitischer Aktivität geprägt: In Baden-Württemberg, Bayern, Berlin, Bremen, Niedersachsen, Sachsen, Schleswig-Holstein und Thüringen traten aktualisierte Entgelttarifverträge in Kraft. Damit gibt es zum Redaktionsschluss (Februar 2014) in allen DEHOGA-Landesverbänden gültige Entgelttarifverträge. Der Spezialentgelttarifvertrag für Systemgastronomie ist gekündigt und wird zur Zeit verhandelt.

Tarifanalyse

Wie auch bereits im Vorjahr sehen die mit der Gewerkschaft NGG vereinbarten Tarifentgelte auch in 2013 verhältnismäßig hohe Lohnsteigerungen vor. Die jeweils letzten Tarifrunden beliefen sich in den Ländern nach Westrick-Formel (bereinigt um Laufzeiteffekte, Leermonate und Einmalzahlungen) auf Lohnsteigerungen zwischen 2,00 Prozent und 7,29 Prozent (in den Landesverbänden Mecklenburg-Vorpommern, Bremen und Schleswig-Holstein differenziert nach Tarifgruppen). Im Sechs-Jahres-Mittel (2008 bis 2013) liegen die Steigerungsraten zwischen 2,23 Prozent und 3,62 Prozent.

Die Entgeltunterschiede in den verschiedenen Tarifgebieten und im Ost-West-Vergleich werden zunehmend geringer; sie sind allerdings aufgrund der sehr unterschiedlichen wirtschaftlichen Situation der Betriebe in den verschiedenen Bundesländern und den ebenfalls sehr unterschiedlichen Lebenshaltungskosten nach wie vor beträchtlich. Am Jahresende 2013 liegen die untersten geltenden Tariflöhne zwischen 6,87 Euro pro Stunde (Brandenburg) und 9,14 Euro (Hessen). Insbesondere in einigen Entgelttarifverträgen in den neuen Bundesländern sind bei Laufzeiten bis 2014, 2015 oder so-



Der Bundesausschuss für Arbeitsmarkt- und Tarifpolitik gratuliert seinem langjährigen Vorsitzenden Fritz Engelhardt zur Wahl zum neuen Präsidenten des DEHOGA Baden-Württemberg.

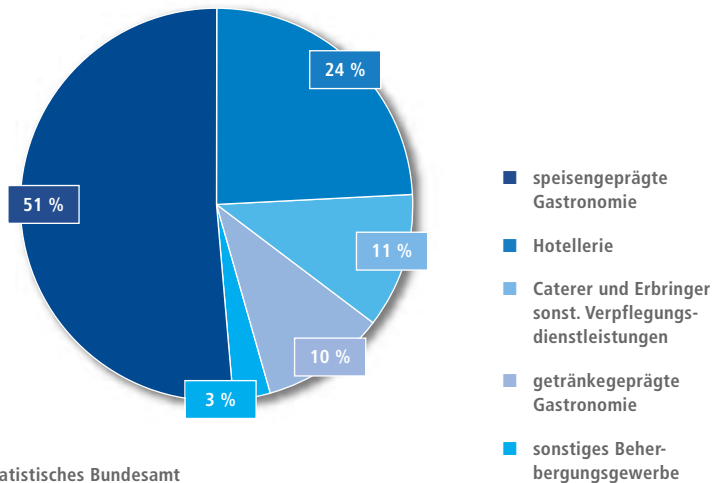
gar 2016 bereits deutliche Entgeltsteigerungen beschlossen. Im Entgelttarifvertrag NRW sind die untersten beiden Entgeltgruppen noch bis zum 30. April 2014 für allgemeinverbindlich erklärt.

Die Ausbildungsvergütungen wurden im letzten Jahr in mehreren Tarifgebieten überproportional erhöht. Die Steigerungsraten lagen hier in den jeweils letzten Tarifrunden nach Westrick-Formel zwischen 1,9 Prozent und 15,7 Prozent (starke Differenzierungen je nach Tarifgebiet und Ausbildungsjahr). In absoluten Zahlen liegen die Ausbildungsvergütungen aktuell im ersten Ausbildungsjahr in den verschiedenen Tarifgebieten zwischen 459 Euro und 692 Euro, im dritten Ausbildungsjahr zwischen 606 Euro und 896 Euro.

Tarifsynopse und Tarif-News

Eine aktuelle Übersicht zu den wesentlichen manteltariflichen Regelungen sowie zu Entgelten und Ausbildungsvergütungen in den verschiedenen Tarifverträgen bietet die jährlich erscheinende Tarifsynopse des DEHOGA Bundesverbandes, die über den DEHOGA Shop (www.dehoga-shop.de) zu beziehen ist (aktueller Stand: Juli 2013).

Beschäftigtenanteile im Gastgewerbe 2012 (Arbeitnehmer)



Quelle: Statistisches Bundesamt



In zehn Ausgaben ist 2013 der Tarif-Newsletter des DEHOGA Bundesverbandes erschienen, der die rund 250 Mitglieder der Tarifkommissionen der Länder über tarifliche Entwicklungen im DEHOGA und in anderen Branchen sowie über tarifpolitische Diskussionen informiert.

Beschäftigung im Gastgewerbe

Das Gastgewerbe in Deutschland ist ein echter und nachhaltiger Jobmotor! Seit 2004 ist die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Hotellerie und Gastronomie um 170.000 gestiegen. Das ist ein Wachstum um 22,5 Prozent, während das Plus in der Gesamtwirtschaft lediglich bei 10,3 Prozent lag.

Wieder einmal kann für 2013 ein Allzeithochzeit vermeldet werden: Insgesamt 938.600 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte verzeichnet die aktuelle Statistik der Bundesagentur für Arbeit im September 2013 im Gastgewerbe.

Nach Segmenten bedeutet dies: Mit Stand 31. März 2013 (Bundesagentur für Arbeit, veröffentlicht Oktober 2013) waren 267.124 Menschen im Beherbergungsgewerbe sozialversicherungspflichtig beschäftigt (+3,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitpunkt), im Gaststättengewerbe waren es 485.986 (+2,3 Prozent) und bei den Pachtkantinen und Caterern 132.285 (+8,1 Prozent).

Die Zahl der bei den Arbeitsagenturen gemeldeten offenen Stellen im Gastgewerbe

lag im November 2013 bei 24.791, was gegenüber dem Vorjahr ein Minus von 2,0 Prozent bedeutet (Beherbergung: 8.343, Gastronomie: 16.448). Die Unternehmen stellen nahezu durchweg fest, dass es schwieriger wird, geeignete und motivierte Fachkräfte zu finden. Vakanzenzeiten (d.h. die Zeit zwischen gewünschter und tatsächlicher Besetzung) sowie Kompromisse bei der Mitarbeiterauswahl nehmen zu.

Mindestlohnkompromiss im Koalitionsvertrag besser als befürchtet

CDU, CSU und SPD haben sich im Koalitionsvertrag auf die Einführung eines einheitlichen gesetzlichen Mindestlohnes in Höhe von 8,50 Euro zum 1. Januar 2015 verständigt.



© Anja Müller, pixello.de

digt. Tarifliche Abweichungen sollen unter bestimmten Bedingungen für maximal zwei Jahre bis zum 31. Dezember 2016 möglich sein. Die Höhe des gesetzlichen Mindestlohns soll jährlich durch eine Kommission der Tarifpartner überprüft und ggf. angepasst werden und anschließend durch eine Rechtsverordnung staatlich erstreckt werden. Das Gesetz soll im Dialog mit Arbeitgebern und Arbeitnehmern der betroffenen Branchen erarbeitet werden.

Dem DEHOGA ist bewusst, dass ohne das Bekenntnis zu einem gesetzlichen Mindestlohn in Höhe von 8,50 Euro kein Koalitionsvertrag zustande gekommen wäre. Gemessen daran und trotz aller fortbestehenden Bedenken, ist der gefundene Kompromiss besser als befürchtet.

Anzuerkennen ist, dass die Koalition mit der Einführung des flächendeckenden gesetzlichen Mindestlohnes erst zum 1. Januar 2015 auf einen politischen Schnellschuss verzichtet. Richtig und wichtig ist weiter, dass Abweichungen durch repräsentative Tarifverträge auf Branchenebene, was die Tarifverträge der DEHOGA-Landesverbände zweifelsfrei sind, bis maximal zum 31. Dezember 2016 möglich sind. Es muss nun durch die Ausgestaltung im Gesetzgebungsverfahren sichergestellt werden, dass tariftreue Unternehmen der Hotellerie und Gastronomie, die sich auf die „Fahrpläne“ bereits bestehender oder neu abgeschlossener regionaler Tarifverträge verlassen, tatsächlich Vertrauensschutz und Planungssicherheit erhalten.

Der gesetzliche Mindestlohn bleibt indes ein gefährliches arbeitsmarktpolitisches Experiment. Insbesondere in strukturschwachen Regionen und im Osten Deutschlands stehen vielen gastronomischen Betrieben erhebliche Personalkostensteigerungen bevor. Die in vielen Regionen und Betrieben notwendig werdenden Preissteigerungen werden nicht nachfrageneutral ausfallen. Die ohnehin schon geringe Ertragskraft der Betriebe wird weiter geschwächt. Wir müssen daher heute davon ausgehen, dass der Mindestlohn Arbeitsplätze für gering Qualifizierte im Gastgewerbe kosten wird. Insbesondere das erklärte Ziel der Koalition, Langzeitarbeitslosigkeit zu bekämpfen und Arbeitgeber für arbeitsmarktfremde Personen zu gewinnen, wird so konterkariert.



Der DEHOGA wird sich selbstverständlich in die anstehenden Beratungen konstruktiv und mit Sinn für das Machbare einbringen. Dass der Mindestlohn nicht für Auszubildende gelten wird, gilt dabei als sicher, denn eine Ausbildungsvergütung ist kein Arbeitslohn. Lösungen mit Augenmaß müssen für Schüler- und Studentenjobs, Praktikanten, Jobinsteiger ohne Berufserfahrung und Minijobber gefunden werden, die keinen Eingang in den endgültigen Text des Koalitionsvertrages gefunden haben. Hier wird es im Gesetzgebungsverfahren darauf ankommen, qualifizierte Ausnahmen und Differenzierungen zu definieren. Bei den Minijobbern, die ihren Lohn brutto wie netto erhalten, darf der Mindestlohn nicht zu einer Besserstellung gegenüber den Festangestellten führen, ansonsten würde Unfrieden in die Betriebe getragen.

Nichtsdestotrotz wird die Tarifautonomie durch den gesetzlichen Mindestlohn empfindet geschwächt. Der gesetzlich fixierte Stundenlohn von 8,50 Euro ist eine rein politisch gesetzte Zahl. Lohnfindung wird damit den zuständigen Tarifvertragspartnern durch den Staat aus der Hand genommen; politischer Wille tritt an die Stelle von Erwägungen zu Ertragskraft, Produktivität und regionalen Besonderheiten. Selbstverständlich ist die geplante Kommission aus je drei von den Dachorganisationen benannten Arbeitgeber- und Arbeitnehmervertretern plus alternierendem Vorsitz in keiner Weise regionalen und branchenspezifischen Tarifverhandlungen vergleichbar.

Minijobs im Gastgewerbe sichern und schaffen sozialversicherungspflichtige Arbeit

Minijobs sind im Gastgewerbe unersetzlich. Sie ergänzen Vollzeitstellen und ermöglichen und schaffen damit neue sozialversicherungspflichtige Voll- und Teilzeitarbeitsplätze.

Anhand von amtlichen Daten und Fakten hatte der DEHOGA im Bundestagswahlkampf die wichtige Funktion der Minijobs für das Gastgewerbe anschaulich belegt.

Erleichterung bei Gastronomen und Hoteliers daher, dass der Koalitionsvertrag keine Regelungen zur Verteuerung der für die Branche so wichtigen Minijobs enthält. Es wird jedoch abzuwarten sein, welche kon-

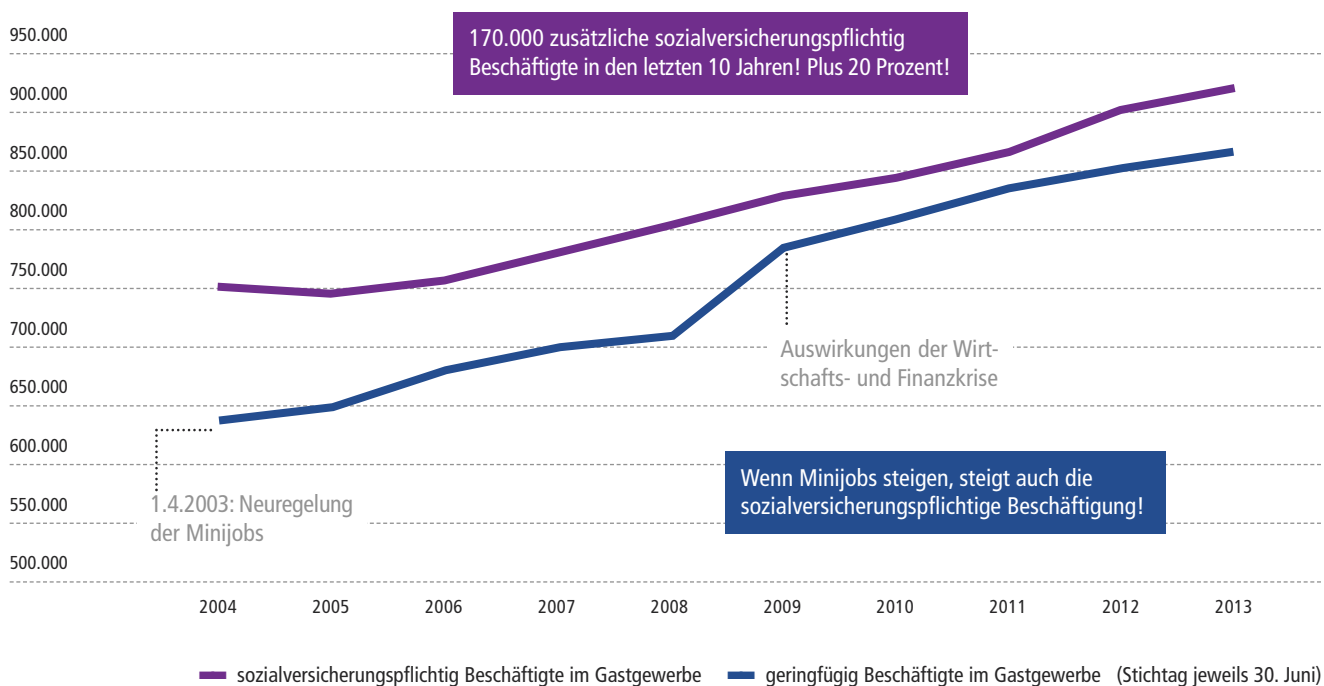
kreten Gesetzgebungsvorhaben aus dem von CDU, CSU und SPD formulierten Ziel resultieren werden, die Übergänge aus geringfügiger in reguläre sozialversicherungspflichtige Beschäftigung zu erleichtern. Die Gefahr einer „Zwangs-Sozialversicherung“ für Minijobber ist damit noch nicht vom Tisch.

Seit die Bundesregierung die geringfügige Beschäftigung 2004 neu geregelt hat, sind im Gastgewerbe etwa 170.000 sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze neu entstanden – ein Plus von 22,5 Prozent gegenüber 2004, während die Gesamtwirtschaft „nur“ auf 10,3 Prozent kommt.

Minijobs sind insbesondere bei Schülern, Studenten und Rentnern beliebt, diese stellen allein 40 Prozent der Minijobber. Ihr großer Vorteil für die Unternehmen ist die Flexibilität, denn die branchentypischen Nachfrageschwankungen z.B. in Biergärten, Ausflugslokalen und Diskotheken, auf Messen oder bei Privatfeiern können nur so einfach und rechtssicher bewältigt werden. Minijobs verhindern die Flucht in die Schwarzarbeit. Eine Belastung der Sozialversicherungssysteme erfolgt dadurch nicht, denn Sozialversicherungsfreiheit bedeutet nicht Beitragsfreiheit.



Jobmotor Gastgewerbe: Entwicklung der Beschäftigten 2004 bis 2013



Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand Juli 2013



Fach- und Arbeitskräftesicherung

Die Sicherung des Fach- und Arbeitskräftebedarfs ist für das personalintensive Gastgewerbe eine der größten Herausforderungen der kommenden Jahre – wenn nicht sogar die Größte. Möglicherweise wird die schwierigste Aufgabe von Gastronomen und Hoteliers in zehn Jahren nicht sein, um Gäste zu werben, sondern Mitarbeiter zu gewinnen und zu halten. Ausbildung und Qualifizierung haben dabei für den DEHOGA Priorität (vgl. Kapitel 2.2). Aber allein darauf lässt sich die Problematik nicht beschränken:

- Gastgewerbliche Tarifverträge sind der Ordnungsrahmen für Arbeitsbedingungen in der Branche. Insbesondere an Punkten wie Fachkräfte-Einstiegsgehältern, untersten Lohngruppen oder Ausbildungsvergütungen können sie darüber hinaus auch Auswirkungen auf das Image der Branche haben. Im Rahmen der alleinigen Tarifhoheit der DEHOGA-Tarifgebiete werden diese Punkte im Bundesausschuss für Arbeitsmarkt- und Tarifpolitik strategisch diskutiert und in Tarifpolitischen Leitlinien gefasst.
- Hotellerie und Gastronomie sind weiblich geprägt: Der Frauenanteil bei den Beschäftigten liegt bei rund 60 Prozent. Auch Leitungspositionen bis hinauf zu Hoteldirektorinnen, Abteilungsleiterinnen und Geschäftsführerinnen werden stark durch Frauen besetzt. In keiner anderen Branche gibt es so viele Unternehmerin-

nen wie im Gastgewerbe. Eine Frauenquote oder sonstige Krücken zur Frauenförderung braucht die Branche nicht. Strukturelle Entgeltungleichheiten in Tarifverträgen oder in der Personalpolitik der Unternehmen existieren in der Branche nicht; es bedarf daher auch keiner Initiativen zu ihrer Beseitigung, vor allem keine bürokratischen Berichts- und Auskunftspflichten. Was die Familien einer Branche, die mit Betriebs- und somit Arbeitszeiten am Abend und am Wochenende umgehen muss, dagegen dringend benötigt, sind hochflexible Betreuungslösungen für Kinder.

- Das Gastgewerbe ist eine internationale Branche, die nicht nur von und mit Gästen aus aller Welt sondern auch vom Wechsel der Beschäftigten zwischen Staaten, Sprachen und Kulturräumen lebt. Glücklicherweise setzt sich auch in

der Politik mehr und mehr die Erkenntnis durch, dass dies für Deutschland in erster Linie eine Chance darstellt, die intelligent genutzt sein will, weniger ein Risiko für Integration und Sozialsysteme. Die mittlerweile fast vollständig verwirklichte Arbeitnehmerfreizügigkeit innerhalb der EU hat gezeigt, dass Verwerfungen auf dem deutschen Arbeitsmarkt ausbleiben. Die Bundesregierung unterstützt die Mobilität von Auszubildenden und jungen Fachkräften aus der EU seit Anfang 2013 im Rahmen des Sonderprogramms MobiPro-EU. Wichtig für den DEHOGA ist, dass die Umsetzung dieses Programms unbürokratisch funktioniert und von den gastgewerblichen Unternehmen faktisch genutzt werden kann, auch nach dem Inkrafttreten der neuen Förderrichtlinie zum 1. November 2013. Dies wird der DEHOGA aufmerksam und kritisch begleiten. Die so oft beschworene Will-

kommenskultur darf aber nicht vor den Toren Europas haltmachen. Auch für den heimischen Arbeitsmarkt dringend benötigte Fachkräfte aus Drittstaaten – und dazu gehören gastgewerbliche Kräfte – müssen im Rahmen von gesteuerter Zuwanderung hier Aufnahme finden.

- Das Gastgewerbe ist eine junge Branche. Rund die Hälfte der Beschäftigten sind jünger als 35 Jahre. Wer allerdings seine Belegschaft dauerhaft demografiefest halten will, muss rechtzeitig den Fokus auf alle Generationen legen. Dazu gehören unterschiedliche Konzepte für unterschiedliche Lebensaltersstufen, z.B. was Arbeitszeitregelungen, Gesundheitsförderung oder lebenslanges Lernen anbetrifft. Der DEHOGA bringt sich in diesem Kontext aktiv als Valuepartner in das Verbundprojekt „indigho“ zur lebensphasenorientierten Arbeitsgestaltung ein (vgl. www.indigho.de).

Die hogarente – ein Erfolgsmodell

Ein voller Erfolg: seit über zehn Jahren ist er in Kraft – der bundesweit geltende Tarifvertrag zur Altersvorsorge im Gastgewerbe, der am 4. Juni 2002 vom DEHOGA Bundesverband und der Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten (NGG) unterzeichnet wurde. Nach mehrmonatigen Verhandlungen haben die Tarifparteien eine bundesweite Regelung geschaffen, die dazu beitragen soll, die Versorgungslücke bei der gesetzlichen Rente zu schließen: Für Vollzeitbeschäftigte wird eine Anschubfinan-

zierung in Höhe von 150 Euro jährlich in die Altersvorsorge eingezahlt. Die freiwillige Entgeltumwandlung der Arbeitnehmer fördert der Arbeitgeber mit 16 Prozent.

Mit der Umsetzung wurden die Hamburg-Mannheimer Versicherungs-AG, die nach ihrer Umfirmierung nunmehr ERGO heißt, und die HDI-Gerling Lebensversicherung AG, nach deren Umfirmierung nur noch HDI, beauftragt. Beide Unternehmen haben im Ausschreibungsverfahren hinsichtlich Rendite und einfacher Handhabung das beste Ergebnis präsentiert. Bislang haben circa 160.000 Arbeitnehmer mit der hogarente Vorsorge für die Zukunft getroffen.

Die vor vier Jahren eingeführten Neuerungen bei der hogarente auf Wunsch der Arbeitgeber, als auch der Arbeitnehmer, haben die Akzeptanz der hogarente noch verbessert. Die Unternehmen können seitdem die Beiträge für die Beschäftigten monatlich abführen. Dies war in der Vergangenheit nur einmal jährlich zum 1. Dezember eines Jahres möglich. Zu weiteren Vereinfachungen führt die Möglichkeit der Arbeitgeber, die Beiträge per Lastschrift einziehen zu lassen.

Auf Wunsch vieler versicherter Arbeitnehmer besteht nun auch die Möglichkeit, mit der hogarente eine Berufsunfähigkeitszusatzversicherung abzuschließen. Bei dieser Zusatzversicherung zahlt die Versicherung im Falle der Berufsunfähigkeit die Beiträge in die hogarente weiter ein, um die zusätzlichen Altersvorsorgebeträge für die Arbeitnehmer im Rentenalter abzusichern.

Aufgrund der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs, nach dem es rechtlich nicht unzulässig ist, bei Versicherungsverträgen nach dem Geschlecht der versicherten Person zu differenzieren, wird es zukünftig auch im Rahmen der hogarente nur noch sogenannte Unisex-Tarife geben. Für bestehende hogarenten-Verträge ändert sich dadurch allerdings nichts.

Nach aktuellen Informationen der Konsortialpartner ERGO und HDI liegt der durchschnittliche Betrag der jährlichen freiwilligen Entgeltumwandlung bei über 750 Euro. Dies verdeutlicht, dass die Mitarbeiter die Notwendigkeit der zusätzlichen Altersvorsorge ernst nehmen.

Weitere Informationen unter www.hogarente.de.

ERGO

ERGO
Überseering 45
22297 Hamburg
Fon 040/63 76-5848
hogarente@ergo.de

HDI

HDI Pensionskasse AG
Charles-de-Gaulle-Platz 1
50679 Köln
Fon 0800/7 23 66 69
dehoga-service@hdi.de

Berufsaus- und Weiterbildung

Bundesausschuss für Berufsbildung

Für Bildungsthemen der Branche, insbesondere für die berufliche Aus- und Weiterbildung, ist im DEHOGA der Bundesausschuss für Berufsbildung zuständig. Der BAB ist mit Sachverständigen aus den Regional- und Fachbereichen sowie vom DEHOGA-Präsidium delegierten Fachleuten besetzt und garantiert in dieser Zusammensetzung die branchenbezogene Erörterung und Aufbereitung der anfallenden Sachprobleme, um hierdurch den DEHOGA-Beschlussgremien die Entscheidung in oft schwierigen Sachfragen zu erleichtern. Ziel der Ausschussarbeit ist es, die einheitliche Meinungsbildung auf Bundesebene innerhalb des DEHOGA sowie mit anderen befreundeten Verbandsorganisationen zu Fragen der Berufsausbildung und -weiterbildung herbeizuführen. Daher sind Vertreter des Verbands der Köche Deutschlands (VKD), des Verbands der Servier- und Restaurantmeister (VSR), der Gastronomischen Akademie Deutschlands (GAD) sowie die Schulleiter der Hotelfachschulen in Berlin, Dortmund, Hamburg, Hannover, Heidelberg, Leipzig und Saarbrücken und der Dualen Hochschule Baden-Württemberg Ravensburg als ständige Gäste im Bundesausschuss für Berufsbildung vertreten. Sitzun-



Der amtierende Vorstand des Bundesausschusses für Berufsbildung: Vorsitzende Eva Rühle, Rehabilitationsklinik „Schwäbische Alb“ in Bad Urach (2.v.r.) mit ihren drei Stellvertretern Armin Schumann (l.), Café Restaurant Luisenhof in Dresden, Ursula Blasius, Restaurant Ratsstube Blasius in Merzig, und Hans Schneider, Landgasthof-Hotel Riesengebirge in Neuhof. Foto: Thomas Fedra

gen des BAB fanden am 6./7. Mai 2013 in Braunschweig sowie am 3. November 2013 in Königswinter anlässlich der Deutschen Jugendmeisterschaften statt.

Aktueller gastgewerblicher Ausbildungsmarkt

Zum fünften Mal in Folge waren 2012 die Ausbildungszahlen in den gastgewerblichen Berufen deutlich rückläufig. Mit knapp 70.000 Auszubildenden insgesamt ist das Gastgewerbe zwar immer noch eine der größten Ausbildungsbranchen, befindet sich aber nur noch etwa auf dem Niveau wie 1996. Von den sechsstelligen Zahlen Mitte der Nuller Jahre, als die Lehrstellenlücke groß war und viele Jugendliche dringend untergebracht werden mussten, ist die Branche mittlerweile sehr weit entfernt. Zum Teil ist dies ein im Sinne von Bedarfsgerech-

tigkeit und Ausbildungsqualität gesunder Prozess. In vielen Ausbildungsbetrieben, insbesondere bei Kleinunternehmen und auf dem Land, ist allerdings leider ein Stand erreicht, bei dem auch sehr gute und engagierte Ausbilder keine geeigneten Auszubildenden mehr finden. Eine nachlassende Qualität der Bewerber verzeichnen auch die Unternehmen, die zahlenmäßig über viele Bewerber berichten, oftmals können deshalb Plätze nicht besetzt werden. Hotellerie und Gastronomie stehen mit ihrem Werben um geeignete und motivierte Auszubildende in einem zunehmend schwierigen Wettbewerb mit anderen Branchen und anderen Ausbildungswegen.

Besonders drastisch sind die Rückgänge bei den Köchen (-12,2 % bei den neu abgeschlossenen Verträgen) und den Restaurantfachleuten (-15,2 %). Die ebenfalls sehr



01



02

01 Der BAB dankt dem Gastgeber DEHOGA Niedersachsen für eine interessante Stadtführung in Braunschweig anlässlich seiner Mai-Sitzung. 02 Die Ausschussvorsitzende Eva Rühle (r.) mit der für die Berufsbildung zuständigen DEHOGA-Geschäftsführerin Sandra Warden.

deutlichen Rückgänge bei der Fachkraft im Gastgewerbe (-15,7 %) sind dagegen zu einem guten Teil auf die Zurückführung von außerbetrieblichen Ausbildungen ganz generell zurückzuführen. Fachleute für Systemgastronomie (-8,6 %) und Hotelfachleute (-6,2 %) verzeichnen ebenfalls deutliche Rückgänge. Wachsende Zahlen gibt es lediglich bei den Hotelkaufleuten, allerdings von einem niedrigen Ausgangsniveau aus.

Das Gastgewerbe trägt weiter maßgeblich dazu bei, dass Schulabgängern vielfältige und differenzierte Möglichkeiten des Einstiegs in ihr Berufsleben angeboten werden können. Dazu gehören anspruchsvolle kaufmännische Ausbildungswege oder Zusatzqualifikationen, z.B. im Hotelmanagement für leistungsstarke und ehrgeizige Jugendliche. Insbesondere stellt die Branche aber auch viele Ausbildungsplätze für schulisch schwache Jugendliche zur Verfügung. Dass

das formale Qualifikationsniveau der Azubis deutlich sinkt (z.B. ist der Anteil der Auszubildenden mit Hauptschulabschluss in den sechs gastgewerblichen Berufen allein im letzten Jahr von 33,2 Prozent auf 38,8 Prozent gestiegen) und zunehmend Defizite in der Sozialkompetenz festgestellt werden müssen, hat allerdings leider auch negative Auswirkungen auf die Bestehensquoten bei der Abschlussprüfung und auf die Vertragslösungsquoten.

Ausbildungsstellenmarkt im Gastgewerbe (Ausbildungsjahr 2012/2013, Stichtag: 30. September 2013)

| Berufsgruppe (nach Berufsklassif. 2010) | Berufsausbildungsstellen | | Bewerber für Berufsausbildungsstellen | |
|---|---|-----------------------------|---|-------------------------------|
| | gemeldet seit Beginn des Berichtsjahres | darunter unbesetzte Stellen | gemeldet seit Beginn des Berichtsjahres | darunter unversorgte Bewerber |
| 293 Speisenzubereitung | -5,1% | -6,9% | -9,3% | 8,6% |
| 632 Hotellerie | -0,6% | -9,0% | 2,2% | 77,0% |
| 633 Gastronomie | -8,2% | -10,1% | -8,6% | 5,1% |

Quelle: Bundesagentur für Arbeit

Entwicklung der bestehenden Ausbildungsverhältnisse in allen drei Ausbildungsjahren 2011 bis 2012

| Beruf | 2011 | 2012 | Entwicklung 2011 zu 2012 |
|--------------------------------------|---------------|---------------|-----------------------------|
| Koch/Köchin | 29.374 | 25.757 | -12,3% |
| Restaurantfachmann/-frau | 10.095 | 8.410 | -16,7% |
| Hotelfachmann/-frau | 25.170 | 23.866 | -5,2% |
| Hotelkaufmann/-frau | 1.032 | 1.063 | 3,0% |
| Fachmann/-frau für Systemgastronomie | 5.837 | 5.172 | -11,4% |
| Fachkraft im Gastgewerbe | 5.589 | 4.695 | -16,0% |
| Summe | 77.097 | 68.963 | -10,6% |

DEHOGA-Statistik, Quelle: DIHK; Stand: Februar 2013

Entwicklung der neuen Ausbildungsverhältnisse in allen drei Ausbildungsjahren nach Berufen 2011 bis 2012

| Beruf | 2011 | 2012 | Entwicklung 2011 zu 2012 |
|--------------------------------------|---------------|---------------|-----------------------------|
| Koch/Köchin | 12.012 | 10.551 | -12,2% |
| Restaurantfachmann/-frau | 4.368 | 3.706 | -15,2% |
| Hotelfachmann/-frau | 10.446 | 9.796 | -6,2% |
| Hotelkaufmann/-frau | 412 | 481 | 16,7% |
| Fachmann/-frau für Systemgastronomie | 2.278 | 2.082 | -8,6% |
| Fachkraft im Gastgewerbe | 3.095 | 2.608 | -15,7% |
| Summe | 32.611 | 29.238 | -10,3% |

DEHOGA-Statistik, Quelle: DIHK; Stand: Februar 2013

Entwicklung der bestehenden und aktuellen gastgewerblichen Ausbildungsverhältnisse 1999 bis 2012

| Jahr | Ausbildungsverhältnis | Entwicklung |
|------|-----------------------|-------------|
| 1999 | 86.188 | 10,4 % |
| 2000 | 90.645 | 5,2 % |
| 2001 | 93.064 | 2,7 % |
| 2002 | 91.968 | -1,2 % |
| 2003 | 93.535 | 1,7 % |
| 2004 | 97.126 | 3,8 % |
| 2005 | 100.648 | 3,6 % |
| 2006 | 105.042 | 4,4 % |
| 2007 | 107.041 | 1,9 % |
| 2008 | 103.578 | -3,2 % |
| 2009 | 96.073 | -7,2 % |
| 2010 | 86.887 | -9,6 % |
| 2011 | 77.098 | -11,3 % |
| 2012 | 68.971 | -11,2 % |

DEHOGA-Statistik, Quelle: DIHK; Stand: Februar 2013

Entwicklung der neu begonnenen gastgewerblichen Ausbildungsverhältnisse 1999 bis 2012

| Jahr | Ausbildungsverhältnis | Entwicklung |
|------|-----------------------|-------------|
| 1999 | 39.348 | 13,7 % |
| 2000 | 40.036 | 1,7 % |
| 2001 | 39.518 | -1,3 % |
| 2002 | 38.503 | -2,6 % |
| 2003 | 40.655 | 5,6 % |
| 2004 | 42.655 | 4,9 % |
| 2005 | 43.346 | 1,6 % |
| 2006 | 45.598 | 5,2 % |
| 2007 | 46.354 | 1,7 % |
| 2008 | 43.073 | -7,1 % |
| 2009 | 39.134 | -9,1 % |
| 2010 | 36.822 | -5,9 % |
| 2011 | 32.640 | -11,4 % |
| 2012 | 29.238 | -10,4 % |

DEHOGA-Statistik, Quelle: DIHK; Stand: Februar 2013



Nach Daten der Bundesagentur für Arbeit waren zum Stichtag 30. September 2013 in den drei großen gastgewerblichen Berufen in Küche, Hotel- und Restaurantfach insgesamt noch über 5.000 Ausbildungsplätze unbesetzt. Der Ausbildungsstellenmarkt für das Vermittlungsjahr 2012/2013 verzeichnet allerdings in allen für das Gastgewerbe relevanten Bereichen einen deutlichen Rückgang der zum Stichtag noch unbesetzten Ausbildungsstellen zwischen sieben und zehn Prozent. Der DEHOGA geht zum Zeitpunkt der Erstellung des Jahresberichts davon aus, dass dies nicht an einer besseren Vermittlung oder mehr Vertragsabschlüssen liegt, sondern dass sich Ausbildungsbetriebe bereits frustriert zurückgezogen und ihre Ausbildungsplätze nicht mehr den Arbeitsagenturen gemeldet haben. Gleichzeitig findet nämlich eine wachsende Zahl von Jugendlichen keinen Ausbildungsplatz, meist aufgrund schlechter schulischer Qualifikation oder fehlender Sozialkompetenz. Dazu

kommen erhebliche regionale Unterschiede im Ausbildungsplatzangebot, gepaart mit geringer Mobilität vieler Jugendlicher. In Mecklenburg-Vorpommern, Hamburg, Thüringen, Bayern und Baden-Württemberg gibt es branchenübergreifend deutlich mehr Ausbildungsstellen als Bewerber.

Wichtigste Ursache für die insgesamt leicht rückläufigen Bewerberzahlen sind laut Bundesagentur für Arbeit der demografisch bedingte Trend rückläufiger Schülerzahlen, der allerdings in 2013 durch die doppelten Abiturjahrgänge in NRW und Hessen gebremst wurde. Der demografische Trend wird nach Berechnungen der Kultusministerkonferenz auch in den folgenden Jahren überwiegen und sich weiterhin in einem Bewerberrückgang niederschlagen.

Betrachtet man die Bewerber-Stellen-Relation, so haben Bewerber im Gastgewerbe verhältnismäßig viel Auswahl: In der Spei-

senzubereitung kommen auf einen Bewerber rechnerisch 1,49 Stellen, im Bereich Hotellerie 1,69 und im Bereich Gastronomie sogar 2,81. Der gesamtwirtschaftliche Durchschnitt liegt bei 0,92.

Fort- und Weiterbildungsmarkt

1.458 Teilnehmer haben im Jahr 2012 an einer IHK-Prüfung für eine gastgewerbliche Fortbildung teilgenommen. Gegenüber dem Vorjahr stellt dies einen leichten Rückgang dar. Die Bestehensquote lag bei 70,3 Prozent. Wachsende Teilnehmerzahlen verzeichnen die Weiterbildungen an den Hotelfachschulen und Hochschulen sowie die Akademien und Weiterbildungseinrichtungen der DEHOGA-Familie.

1.458

Teilnehmer haben 2012 an
an einer gastgewerblichen
IHK-Fortbildungsprüfung
teilgenommen

Eine detaillierte Darstellung der vielfältigen Weiterbildungsmöglichkeiten im Gastgewerbe findet sich im Karriere-Kapitel unter www.dehoga.de.

„Die Auszubildenden von heute sind die Fachkräfte von morgen.“

Deutsches Seminar für Tourismus

Der DEHOGA Bundesverband ist Gründungsmitglied des Deutschen Seminars für Tourismus (DSFT) Berlin e.V., gehört seinem Trägerverein an und engagiert sich im Kuratorium des DSFT. Das DSFT ist die zentrale Weiterbildungseinrichtung der deutschen Tourismuswirtschaft und bietet zahlreiche ein- und mehrtägige Seminare für Fach- und Führungskräfte aus dem Hotel- und Gaststättengewerbe, Kur- und Fremdenverkehr, Reisebüro- und Reiseveranstalterbereich, der Freizeitwirtschaft und dem Bildungsbe- reich an. Aufgabe der beruflichen Weiterbildung im Tourismus durch das DSFT ist insbesondere

- das Leistungsvermögen und die Wettbewerbsfähigkeit der Branche zu erhalten und zu stärken, die Existenzsicherung zu gewährleisten und die betriebliche Rentabilität zu verbessern,
- die Beschäftigungsmöglichkeiten im Tourismus zu sichern,
- die Attraktivität der touristischen Berufe zu erhalten und Anpassungsprozesse zu erleichtern,
- die Kooperation unter den Betrieben zu fördern,
- den fachlichen Erfahrungsaustausch sektoral und übersektoral zu ermöglichen sowie
- den Beschäftigten im Tourismus Hilfen für die berufliche Qualifizierung, für mehr Mobilität und den sozialen Aufstieg anzubieten und ihr berufliches Fachwissen zu verbessern.

Im Jahr 2012 wurden insgesamt 127 Seminare mit insgesamt 1.625 Teilnehmern innerhalb und außerhalb Berlins durchgeführt. Dazu kamen 33 Inhouse-Seminare für einzelne Unternehmen oder Kooperationen mit insgesamt 450 Teilnehmern. 28,1 Prozent der Teilnehmer kommen aus dem Bereich Gastgewerbe/Hotel, die Mehrzahl davon aus kleineren und mittleren Unternehmen.

Ausbildung im Gastgewerbe heute und morgen

Die Auszubildenden von heute sind die Fachkräfte von morgen. Es ist Aufgabe der Branche, junge Menschen für die Ausbildung im Gastgewerbe zu begeistern, sie so zu qualifizieren, dass sie für ihr Arbeitsleben gut gerüstet sind und ihnen eine attraktive berufliche Perspektive zu bieten. Diese Aufgabe hat für den DEHOGA Priorität.

Der DEHOGA bekennt sich klar zum dualen System der Berufsausbildung mit den Lernorten Betrieb und Berufsschule. Durch die Verankerung in der betrieblichen Praxis ist weit besser als durch schulische Ausbildungssysteme, wie sie in den meisten anderen europäischen Ländern vorherrschen, gewährleistet, dass tatsächlich für den Arbeitsmarkt und nicht am Bedarf vorbei ausgebildet wird. Auch wenn die Akademisierung, insbesondere durch duale Studiengänge, auch in unserer Branche zunehmend Einzug hält, wird der überwiegende Teil der Fachkräfte nach Einschätzung des DEHOGA weiter aus dem dualen Ausbildungssystem hervorgehen. Ergänzt wird dieses Ausbil-

dungssystem durch die berufliche und hochschulische Weiterbildung.

Struktur und Inhalte der sechs gastgewerblichen Ausbildungsberufe

- Koch/Köchin
- Hotelfachmann/-frau
- Restaurantfachmann/-frau
- Hotelkaufmann/-frau
- Fachmann/-frau für Systemgastronomie
- Fachkraft im Gastgewerbe

Im ersten Ausbildungsjahr gibt es eine gemeinsame berufliche Grundbildung für alle sechs Berufe. Auch die berufliche Fachbildung vermittelt im zweiten Ausbildungsjahr für alle Berufe, mit Ausnahme des Ausbildungsberufes Koch/Köchin, identische Ausbildungsinhalte. Der Ausbildungsrahmenplan sieht hier insbesondere die Bereiche Umgang mit Gästen, Beratung und Verkauf, Warenwirtschaft, Werbung, Verkaufsförderung und Wirtschaftsdienst vor. Vermittelt werden sollen wichtige Kernqualifikationen. Erst im dritten Jahr beginnt die Spezialisierung für die Hotelfach- und Hotelkaufleute, die Restaurantfachleute und die Fachleute für Systemgastronomie.

Im Frühjahr 2012 hat der DEHOGA einen internen Diskussionsprozess für eine Aktualisierung der Ausbildungsinhalte eingeleitet. Dieser Prozess wird fortgeführt, intensiviert und strukturiert und soll in ein Neuordnungsverfahren der Ausbildungsordnungen münden.



- Für interessierte Auszubildende hat der DEHOGA Bundesverband eine Informationsbroschüre aufgelegt und in 2013 überarbeitet, die anschaulich Ausbildungsvoraussetzungen und -inhalte, Berufsaussichten sowie Fortbildungsmöglichkeiten in den einzelnen gastgewerblichen Ausbildungsberufen darstellt.
- Weitere Informationen enthält die Broschüre von DEHOGA Bundesverband und Deutschem Industrie- und Handelskammertag (DIHK) „Berufsausbildung im Gastgewerbe“, die bei den örtlichen Industrie- und Handelskammern erhältlich ist, sowie die „Erläuterungen zur Ausbildungsordnung“, welche durch das Bundesinstitut für Berufsbildung herausgegeben werden.
- Der Azubi-Bewerber-Knigge gibt Tipps für die einzelnen Phasen der Bewerbung

um einen Ausbildungsplatz in Hotellerie und Gastronomie. Der Knigge kann in der Rubrik „Ausbildung und Karriere“ unter www.dehoga.de eingesehen oder unter www.dehoga-shop.de bestellt werden.

Fachkräftesicherung und Ausbildungsqualität

Aus- und Weiterbildung ist der erste und wichtigste Schritt zur Fachkräftesicherung. Die andere Seite der Medaille: Gibt es Besetzungsprobleme bei Ausbildungsplätzen, steigende Vertragslösungs- oder Abwanderungszahlen stellt dies Frühwarnsignale für einen zukünftigen Fachkräftemangel dar.

Ausbildung und Qualifizierung haben daher im Rahmen des 10-Punkte-Maßnahmenplans des DEHOGA zur Fach- und Arbeits-

kräftesicherung höchste Priorität. Hotellerie und Gastronomie mit ihrem hohen Anteil dual ausgebildeter Fachkräfte, den besonderen Anforderungen an die Mitarbeiter, ihren vielen Kleinbetrieben und der oft angespannten Ertragslage stehen hier vor einer besonderen Herausforderung.

Klar ist: Die Branche muss zur Sicherung des Fachkräftebedarfs mehr tun als bisher. Demografischer Wandel, konjunkturelle Entwicklungen und bildungspolitische Diskussionen machen deutlich: Der Wettbewerb wächst. Es ist mit Sicherheit zu erwarten, dass die Herausforderungen in den nächsten Jahren weiter zunehmen.

In erster Linie sind die Unternehmen gefordert. Wer, wenn nicht die Branche selbst, sollte die Azubis begeistern, sie so qualifizieren, dass sie für die Anforderungen des Arbeitslebens gut gerüstet sind und Ihnen

eine attraktive berufliche Perspektive bieten? Der DEHOGA muss und kann es sich zur Obliegenheit machen, diese Zukunftsaufgabe der Mitgliedsunternehmen zu unterstützen und Hilfestellung zu leisten. In der politischen Interessenvertretung, der Öffentlichkeitsarbeit und der Wahrnehmung der sozialpartnerschaftlichen Rolle trägt der DEHOGA als Branchen-, Wirtschafts- und Arbeitgeberverband das Seine bei.

Von besonderer Bedeutung, um geeigneten und motivierten Nachwuchs für die gastgewerbliche Ausbildung zu begeistern, ist das Image der Branche. Dieses hängt neben einem guten Nachwuchsmarketing und PR wiederum wesentlich auch von der Qualität der Ausbildung in den Betrieben ab. Denn alle Werbeaktionen und Kampagnen von Unternehmen und Verbänden sind nichts wert, wenn die Ausbildungsrealität anders aussieht. Für diesen Zusammenhang zu sensibilisieren und Instrumente für die Förderung der Ausbildungsqualität zu entwickeln, ist eine wichtige Aufgabe der DEHOGA-Familie, gebündelt in der „Initiative Ausbildungsqualität“.

Initiative Ausbildungsqualität

Der größte Teil der Aktivitäten läuft vor Ort: Die Stärkung der Netzwerke mit IHKs und Berufsschulen z.B. über Runde Tische, Fokusgruppen oder eine Task Force hilft bei der Umsetzung von Projekten, bei der Konfliktberatung und Ansprache schwarzer Schafe und bei der Klärung von Einzelfragen z.B. zur Schul- oder Prüfungsorganisa-

tion. Die Ausbildungsbotschafter bzw. Ausbildungsmentoren fungieren als Ansprechpartner für allgemeinbildende Schulen, Arbeitsagenturen oder Messen. Veranstaltungen wie Ausbilder-Seminare, Azubitage oder erstmals in 2013 der Karriere-Tag des DEHOGA Baden-Württemberg befördern Qualität und Selbstdarstellung.

Als Hilfsmittel hat der DEHOGA Bundesverband den „Wegweiser für Ausbilder – Erfolg durch Ausbildungsqualität“ veröffentlicht. Er enthält neben knapp gefassten fachlichen und rechtlichen Informationen zu allen Themen rund um Nachwuchsgewinnung, Ausbildungsorganisation und Karriereplanung vor allem jede Menge praktische Arbeitshilfen: Die zahlreichen Muster und Checklisten finden sich alle auch auf einer beiliegenden CD-ROM. In den Praxis-Tipps erfolgreicher Ausbilder wird beispielsweise erklärt, wie man als Ausbilder ein erfolg-

reiches Schnupperpraktikum für Schüler gestaltet, wie der erste Ausbildungstag geplant werden kann oder wie das Auswahlverfahren organisiert und bewertet wird. Der Wegweiser ist geeignet für Betriebe, die neu mit der Ausbildung beginnen, sowie für junge Fachkräfte, die erstmals in Verantwortungen gelangen. Er richtet sich aber gleichermaßen an die „alten Hasen“ unter den Ausbildern. Der „Wegweiser für Ausbilder – Erfolg durch Ausbildungsqualität“ kann im DEHOGA Shop zum Mitgliederpreis von 19,90 Euro (für Nichtmitglieder 29,90 Euro) bestellt werden.

Eine zunehmende Bedeutung erlangen in den Ländern und Regionen Selbstverpflichtungserklärungen oder Qualitätslabel für gute Ausbildungsbetriebe. Wer in seinem Ausbildungsengagement mehr tut als er muss, soll die Möglichkeit bekommen, sich auch nach außen sichtbar positiv abzuhe-



www.dehoga-shop.de

„Der DEHOGA begrüßt die Ankündigung der Großen Koalition, die berufliche Bildung zu stärken.“

ben. Meist werden die Selbstverpflichtungen von den DEHOGA-Landesverbänden gemeinsam mit den zuständigen IHKs konzipiert, umgesetzt und vor allem kontrolliert, teilweise werden auch Instrumente wie Azubi-Befragungen eingesetzt. Im DEHOGA Bundesverband werden die verschiedenen Ansätze über Erfahrungsaustausche verglichen und bewertet und so gemeinsam weiterentwickelt.

Berufliche Bildung in der zukünftigen Politik der Großen Koalition

Im Koalitionsvertrag zwischen CDU, CSU und SPD für die 18. Legislaturperiode wird die berufliche Bildung in Deutschland als Erfolgsmodell bewertet, das vielen Menschen eine hervorragende Qualifizierung bietet. Die Koalition kündigt an, einen Schwerpunkt auf die Stärkung der beruflichen Bildung zu legen. Als Themen werden insbesondere hervorgehoben:

- Stärkung der Durchlässigkeit des Bildungssystems und bessere Verzahnung der akademischen und beruflichen Bildung
- Systematische Berufsberatung durch ein lokal verankertes Netzwerk von Beratungs- und Informationsangeboten
- Weiterentwicklung des Ausbildungspaketes zu einer Allianz für Aus- und Weiterbildung gemeinsam mit den Sozialpartnern und der Ländern mit dem Ziel der Umsetzung der Ausbildungsgarantie
- Modernisierung der dualen Ausbildung durch Evaluierung des Berufsbildungsgesetzes

- Anpassung des Anerkennungsgesetz und Stärkung der Beratungsstrukturen
- Entwicklung von Verfahren zur Anerkennung informeller Kompetenzen
- Verdopplung des Anteils der Jugendlichen, die während ihrer Ausbildung einen Auslandsaufenthalt absolvieren
- Novellierung des Aufstiegsfortbildungsförderungsgesetzes mit dem Ziel, die Förderleistungen zu verbessern.

Der DEHOGA begrüßt die Ankündigung der Großen Koalition, die berufliche Bildung zu stärken. Das duale Ausbildungssystem und die berufliche Weiterbildung sind die Eckpfeiler der Fachkräftesicherung für das Gastgewerbe. Ihre Attraktivität langfristig zu sichern und zu verbessern ist Voraussetzung für das Funktionieren der Branche und die Qualität des Tourismus in Deutschland.

Nun müssen den Worten auch Taten folgen. Beruflich Qualifizierten bessere Möglichkeiten zu geben, sich an der Hochschule weiterzubilden, ist wichtig für die Attraktivität der dualen Ausbildung. Die angekündigte „Allianz für Aus- und Weiterbildung“ darf sich nicht zu einer Plattform für neue Belastungen der Arbeitgeber und Ausbildungsunternehmen entwickeln, sondern muss bestehende Herausforderungen praxisorientiert angehen und die besonderen Stärken der beruflichen Bildung – Vermittlung von Handlungskompetenz und Orientierung am Bedarf – betonen. Die Unternehmen sind bei der Ausbildung pragmatisch zu unterstützen. Besondere Bedeutung hat die Förderung bei Ausbildung lernschwächerer

Jugendlicher, z.B. durch ausbildungsbegleitende Hilfen (abH). Eine Verbesserung der Förderleistungen der Aufstiegsfortbildungsförderung ist insbesondere mit Blick auf die Bedeutung der Meisterfortbildung im Gastgewerbe zu begrüßen.

Berufliche Bildung kann nur dann funktionieren, wenn die Jugendlichen mit soliden Grundkenntnissen in die Ausbildung starten. Ausbildungsunternehmen können schwächere Jugendliche unterstützen, sie können aber nicht der Reparaturbetrieb für Versäumnisse in den allgemeinbildenden Schulen und Elternhäusern sein. Die deutlich verbesserten Ergebnisse der PISA-Untersuchung 2013 lassen hoffen, dass Deutschland auf dem richtigen Weg ist. Es verlassen jedoch immer noch viel zu viele Schüler die Schule ohne Abschluss oder trotz Abschlusszeugnis de facto ohne grundlegende Kenntnisse in Mathematik oder Deutsch oder ohne wichtige soziale Kompetenzen, ohne die eine erfolgreiche Berufsausbildung kaum vorstellbar ist. Für die Ausbildungsunternehmen bedeutet dies entweder, auf die eine oder andere Form „Nachhilfe“ zu organisieren. Oder sie besetzen zur Verfügung stehende Ausbildungsplätze nicht, wenn keine geeigneten Bewerber zur Verfügung stehen. An den allgemeinbildenden Schulen muss das Thema Vorbereitung auf das Arbeitsleben und insbesondere die Berufsorientierung einen deutlich höheren Stellenwert bekommen. Projekte wie ein „permanenter Praxistag“ wöchentlich in den letzten beiden Schuljahren der Hauptschule sind dabei gute Beispiele.

Urheberrecht

Rechtliche Einordnung

Das Urheberrechtsgesetz gibt jedem Urheber eines künstlerischen Werkes das Recht, sein Werk zu vervielfältigen, zu verbreiten und öffentlich wiederzugeben. Will ein Dritter das Werk gewerblich nutzen, so muss er hierzu die Einwilligung des Urhebers einholen. Da es den Urhebern praktisch nicht möglich ist, ihre Urheberrechte einzeln zu vertreten, haben sie nach dem Urheberrechtsgesetz/Urheberrechtswahrnehmungsgesetz die Möglichkeit, ihre Rechte und Ansprüche durch Verwertungsgesellschaften geltend machen zu lassen.

20%

Nachlass auf alle
GEMA-Gebühren
für DEHOGA-Mitglieder

GEMA und Bundesvereinigung der Musikveranstalter

Die GEMA vertritt in Deutschland die Ausführungs-, Vervielfältigungs- und Senderechte von über 60.000 Komponisten, Textdichtern oder Musikverlegern, die bei ihr Mitglied sind. Damit ist sie insbesondere für das Gastgewerbe die bedeutendste Verwertungsgesellschaft für musikalische Werke.

Auf der anderen Seite haben sich die Musiknutzer zur Bundesvereinigung der Musikveranstalter (BVMV) zusammengeschlossen, um in einer starken Gemeinschaft den mächtigen Verwertungsgesellschaften entgegenzutreten zu können.

Die BVMV verhandelt mit allen Verwertungsgesellschaften die Höhe der einschlägigen Tarife und schließt entsprechende Gesamtverträge ab. Den Mitgliedern der BVMV/ des DEHOGA wird aufgrund des bestehenden Gesamtvertrages ein Rabatt von 20 Prozent auf alle GEMA-Gebühren eingeräumt.

Der Vorsitzende der BVMV ist der DEHOGA-Präsident Ernst Fischer, sein Stellvertreter der Präsident des Europäischen Verbandes der Veranstaltungszentren (EVVC), Herr Joachim König. Die Geschäftsführung der Bundesvereinigung der Musikveranstalter liegt weiterhin in den Händen von Ingrid Hartges und RA Stephan Büttner.

Mitgliederstruktur

Mitglieder der Bundesvereinigung der Musikveranstalter sind u.a.:

- der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband e.V. (DEHOGA Bundesverband),
- der Handelsverband Deutschland e.V. (HDE),
- der Europäische Verband der Veranstaltungszentren e.V. (EVVC),
- der Bundesverband Automatenunternehmer e.V. (BA),
- der Internationale Fachverband Show- und Unterhaltungskunst e.V. (IFSU),
- die Mood Media GmbH,
- die Bundesvereinigung City und Stadtmaking Deutschland (bcsd),
- der Verein zum Erhalt der bayrischen Wirtshauskultur e. V. (VEBWK).



© fotofuzzi – pixello.de

Neue GEMA-Tarife ab 2014 – Verhandlungsmarathon führte zum Kompromiss

Nach einem beispielelosen Verhandlungsmarathon haben sich die Bundesvereinigung der Musikveranstalter und die GEMA auf eine vertragliche Regelung bzgl. der im Streit stehenden vier Veranstaltungstarife verständigt. Die neuen, ab dem 1. Januar 2014 in Kraft getretenen Tarife führen i.d.R. zu überwiegend moderaten, über mehrere Jahre verteilten Erhöhungen, teilweise aber auch zu deutlichen Entlastungen. Nach vielen Monaten voller Ungewissheit und Existenzängsten besteht nun endlich Rechts- und Planungssicherheit für tausende Musiknutzer.

Vorausgegangen waren u.a. Demonstrationen, Beschwerden bei der Aufsichtsbehörde

sowie ein urheberrechtliches Schiedsstellenverfahren der Bundesvereinigung der Musikveranstalter gegen die von der GEMA in elf Tarifen geforderte Tarifreform, die Tarifierhöhungen von bis zu über 1.000 Prozent mit sich gebracht hätte. Nach Vorlage der Schiedsstellenentscheidung im Frühjahr 2013 und deren fachlicher Analyse und rechtlicher Bewertung führte die Bundesvereinigung der Musikveranstalter mit der GEMA von Juli bis Dezember 2013 insgesamt zwölf intensive Verhandlungen, um zu einer gerechten Tarifstruktur und zu bezahlbaren Vergütungen zu kommen.

Im Wesentlichen orientieren sich die vier neuen Tarife für Einzelveranstaltungen mit Live- oder Tonträgermusik sowie für Musikneipen und Clubs/Discotheken an den Vorgaben der urheberrechtlichen Schiedsstelle sowie des Deutschen Patent- und Markenamtes, der Aufsichtsbehörde über die Wertungsgesellschaften.

Ergebnisse im Detail

Die bestehenden Tarife wurden in ihren Grundstrukturen überarbeitet und grundsätzlich linear ausgestaltet. Hierbei nahm die Bundesvereinigung der Musikveranstalter eine sorgfältige Abwägung zwischen den Vorschlägen der Schiedsstelle einerseits und den eher geringen Erfolgsaussichten weiterer, gerichtlicher Streitigkeiten andererseits vor.

Einzelveranstaltungen

Die Tarife für Einzelveranstaltungen mit Live- oder mit Tonträgermusik (U-V / M-V) halten an den bestehenden Tarifparametern (qm und Eintrittsgeld) fest. Diese werden nun ohne Zwischenstufen in 100 qm- und Ein-Euro-Schritten unterteilt. Für ca. ein Viertel der Veranstaltungen gelten ab 2014 niedrigere Vergütungssätze. Dies betrifft ca. 125.000 Einzelveranstaltungen mit Live- oder Tonträgermusik im Bereich zwischen 3 bis 10 Euro Eintrittsgeld und bis zu 1.000 qm Raumgröße.

Veranstaltungen ohne Eintritt und bis zu 1.000 qm Raumgröße werden zum Teil ebenfalls entlastet bzw. erhöhen sich um bis zu maximal 22 Prozent, zum Beispiel bei 101-200 qm Raumgröße von 36,90 Euro auf 45,10 Euro. Im Übrigen gilt, je größer der Veranstaltungsraum und je höher das Eintrittsgeld, umso stärker sind die Veranstaltungen von Tarifierhöhungen betroffen.



2

„Trotz Verständigung mit der GEMA besteht weiterhin dringender gesetzgeberischer Handlungsbedarf!“

Für Veranstaltungen mit über 10 Euro Eintrittsgeld und entsprechenden Tarifsteigerungen konnte eine Einführungsphase von fünf Jahren mit der GEMA vereinbart werden. So werden Erhöhungen von ca. 50 Prozent bei einer Veranstaltung mit 20 Euro Eintrittsgeld und 400 qm durch die zeitliche Streckung abgefedert.

Galaveranstaltungen mit Menü, bei denen in der Regel ein Drittel des Gesamteintrittspreises als Eintrittsgeld für die Musik zu Grunde gelegt wird, mit z.B. 20 Euro anrechenbarem Eintrittsgeld und 600 qm Raumgröße verteuern sich innerhalb von fünf Jahre um insgesamt ca. 64 Prozent. Die ursprüngliche Forderung der GEMA lag nochmals um ca. 40 Prozent darüber.

Clubs/Discotheken

Nach der GEMA-Tarifreform sollten Clubs und Discotheken durchschnittlich 400 bis 500 Prozent mehr bezahlen, teilweise sogar bis zu 1.000 Prozent. Hier war die größte Verhandlungsbereitschaft der GEMA gefordert, um existenzgefährdende Erhöhungen zu verhindern. Erfreulich ist, dass diese utopischen Forderungen vom Tisch sind. Im Lichte der Schiedsstellenentscheidung, dass in Clubs und Discotheken eine sehr intensive Form der Musiknutzung stattfindet, konnten die unvermeidbaren Tarifierhöhungen durch eine achtjährige Einführungsphase gestreckt und allen Beteiligten Planungssicherheit gegeben werden.

Für die überwiegende Anzahl der Clubs und Discotheken mit in der Regel zwei Öffnungstagen pro Woche liegen die Steigerungen gegenüber 2013 für einen Betrieb mit 200 qm und sechs Euro Eintrittsgeld bei ca. 29 Prozent, mit 300 qm und sechs Euro bei ca. 45 Prozent, mit 200 qm und acht Euro bei ca. 64 Prozent oder mit 300 qm und 10 Euro bei ca. 123 Prozent.

Durch entsprechende Nachlässe in der 8-jährigen Einführungsphase werden die genannten Erhöhungen deutlich abgefedert. In 2014 erhöhen sich z.B. die Vergütungen für einen Betrieb mit zwei Regelöffnungstagen, acht Euro Eintritt und 200 qm um 6,8 Prozent von 5.142 Euro in 2013 auf 5.491 Euro.

Musikkneipen

Auch bei den sog. Musikkneipen und ähnlichen Betrieben mit Veranstaltungsmusik ohne Tanz und ohne Eintritt konnten die ursprünglich von der GEMA geforderten Erhöhungen von bis zu über 1.000 Prozent verhindert werden.

Auf die meisten Betriebe, die in der Regel nur an zwei bis drei Wochentagen entsprechende Veranstaltungsmusik spielen, kommen z.B. bei einer Raumgröße von 100 qm Steigerungen in Höhe von 12 Prozent oder bei einer Raumgröße von 300 qm von ca. 67 Prozent zu, die über acht Jahre aufgefangen werden. In 2014 erhöhen sich z.B. die Vergütungen für eine Musikkneipe mit

bis zu drei Regelöffnungstagen pro Woche und zwischen 101-200 qm Raumgröße von 874 Euro auf 942 Euro.

Weitere, detaillierte Hinweise stellt die Bundesvereinigung der Musikveranstalter wie auch der DEHOGA seinen Mitgliedern in einem entsprechenden Merkblatt sowie ein Tarifrechner auf der Internetseite zur Verfügung.

Moderate Tarifierpassung für sonstige Tarife um zwei Prozent ab 2014 und um 1,5 Prozent ab 2015. Auch für die nicht im Streit stehenden Tarife, z.B. für Tonträgerwiedergaben/Hintergrundmusik, Radio- oder Fernseh wiedergaben, Hotelweisersendung etc. konnte die Bundesvereinigung der Musikveranstalter eine Vereinbarung mit der GEMA über einen Zeitraum von zwei Jahren und einer Erhöhung von zwei Prozent in 2014 sowie 1,5 Prozent in 2015 erzielen.

GEMA-Handbuch

Die Bundesvereinigung der Musikveranstalter gibt zusammen mit der GEMA aus informationspolitischen Gründen ein GEMA-Handbuch heraus. Das Handbuch soll vor allem den Mitgliedern der Bundesvereinigung der Musikveranstalter und des DEHOGA die Anwendung der Tarife bzw. die Überprüfung der Verträge und Rechnungen erleichtern.



GVL

Die GVL ist die Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten. Sie vertritt Interpreten, Musiker, Tonträgerhersteller, Schauspieler.

Die GEMA übernimmt für die GVL das Gebühren-Inkasso. Die Gebühren für die GVL betragen grundsätzlich 20 Prozent der jeweiligen GEMA-Tarife, bei Hörfunk, Fernsehen auf Großbildschirmen sowie für Tonträgerwiedergabe in Discotheken beträgt der GVL-Aufschlag 26 Prozent. Für die Vervielfältigung von Tonträgern muss ein Zuschlag von zehn Prozent bzw. in Discotheken von acht Prozent des GEMA-Wiedergabetarifcs gezahlt werden.

GVL fordert Erhöhung von 400 Prozent – Rechtsstreit vor dem Bundesgerichtshof

Die GVL hat den bestehenden Gesamtvertrag teilweise gekündigt und fordert eine Erhöhung des GVL-Zuschlages von 20 auf 100 Prozent. Zur Begründung führt sie aus, die Rechte der GVL-Mitglieder seien genau so viel wert, wie die Rechte der GEMA-Mitglieder. Der DEHOGA Bundesverband und die Bundesvereinigung der Musikveranstalter haben diese utopischen Forderungen als vollkommen überzogen und unzumutbar zurückgewiesen. Derzeit befindet man sich mit der GVL im Rechtsstreit. Die urheberrechtliche Schiedsstelle als auch das OLG München haben der GVL eine Erhöhung des Zuschlages von 20 Prozent auf 30 Prozent zugesprochen.

Beide Parteien haben Revision zum Bundesgerichtshof eingelegt. Mit einer Entscheidung ist Ende 2014 / Anfang 2015 zu rechnen.

VG Media

Die VG Media forderte bereits im Jahr 2012 eine Gebührenerhöhung für Mitglieder von 5,00 Euro auf 8,70 Euro pro Zimmer/Jahr mit dem Argument, dass sich die Anzahl der Fernseh- und Radiosender, also die Mitglieder der VG Media, erhöht habe. So seien u.a. die Fernsehsender CNN, Euronews, Eurosport, Al Jazeera, FRANCE 24, Bibel-TV etc. hinzugekommen. Die Gebührenerhöhung wollte VG Media bereits für die Jahre 2012 und 2013 geltend machen.

Da die Bundesvereinigung der Musikveranstalter bzw. der DEHOGA und der Hotelverband Deutschland dieser Erhöhung widersprachen, hatte VG Media im Juli 2012 ein Verfahren vor der urheberrechtlichen Schiedsstelle eingeleitet. Aufgrund der überzeugenden Argumentation der Verbände ließ VG Media in der mündlichen Verhandlung ihre Forderungen für die Jahre 2012 und 2013 fallen, sodass der Hotellerie in Deutschland eine zusätzliche Gebührenbelastung von über 6 Millionen Euro für 2012 und 2013 erspart geblieben ist!

Da die Schiedsstelle keine Entscheidung mehr im Jahr 2013 über die Erhöhungsforderung der VG Media fällte, haben DEHOGA und VG Media eine Übergangsregelung ohne Präjudiz ausschließlich für das Jahr 2014 getroffen, wonach Mitglieder eine Gebühr von 6,00 Euro pro Zimmer/Jahr zu zahlen haben (Nichtmitglieder: 9,67 Euro). Das Inkasso wird weiterhin durch die GEMA durchgeführt.

2

Rundfunkgebühren

Seit Beginn der Gebührenperiode 2013 gilt ein neues System der Rundfunkfinanzierung in Deutschland. Nach dem 15. Rundfunkänderungsstaatsvertrag wird ein geräteunabhängiger Rundfunkbeitrag erhoben, den sowohl jeder Haushalt als auch jeder Betrieb zu zahlen hat.

Bei Betrieben wurde eine Staffelung eingeführt, nach der abhängig von der Anzahl der Beschäftigten mindestens ein Drittel einer vollen Rundfunkgebühr (bei bis zu acht

Beschäftigten) bis hin zu 180 Rundfunkbeiträgen bei 20.000 oder mehr Beschäftigten zu zahlen ist. Ein Rundfunkbeitrag beträgt dabei, wie bisher, 17,98 Euro. Die ursprünglich geplante Staffelung, die auf Drängen des DEHOGA und weiterer Wirtschaftsverbände leicht korrigiert wurde, sah bereits ab fünf Beschäftigten einen vollen Rundfunkbeitrag vor, und hätte auch im Übrigen bei Kleinbetrieben zu massiven Mehrbelastungen geführt. Nachstehend die Staffelung des Staatsvertrages:

Beschäftigte im Sinne dieser Staffelung sind alle sozialversicherungspflichtig zum vorangegangenen Jahresende Beschäftigten im Jahresdurchschnitt.

Hat ein Inhaber mehrere Betriebsstätten, müssen für jede Betriebsstätte nach der Anzahl der Beschäftigten Rundfunkbeiträge gezahlt werden. Allerdings ist ein Dienstfahrzeug pro Betriebsstätte frei. Gibt es mehr Dienstfahrzeuge als Betriebsstätten, muss für jedes Kraftfahrzeug ein Drittel Rundfunkbeitrag in Höhe von 5,99 Euro pro Monat gezahlt werden.

Darüber hinaus ist jeweils ein Drittel einer Rundfunkgebühr für jedes Hotel- und Gästezimmer zu zahlen. Allerdings besteht für Saisonbetriebe die Möglichkeit, bei einer Schließung von mehr als drei Monaten, sich von den Rundfunkbeiträgen freustellen zu lassen.

Auch wenn die Umstellung auf einen geräteunabhängigen Rundfunkbeitrag aus Sicht des DEHOGA richtig war, kann das neue Finanzierungsmodell zu erheblichen Verwerfungen führen. Es ist falsch und systemwidrig, neben allen Haushalten, die einen Rundfunkbeitrag zu zahlen haben, auch Betriebe in die Beitragspflicht einzubeziehen.

| Ein Rundfunkbeitrag beträgt 17,98 Euro | Beitrag in Euro |
|--|--|
| ein bis acht Beschäftigte (ein Drittel des Rundfunkbeitrags) | 5,99 Euro |
| neun bis 19 Beschäftigte (einen Rundfunkbeitrag) | 17,98 Euro |
| 20 bis 49 Beschäftigte (zwei Rundfunkbeiträge) | 35,96 Euro |
| 50 bis 249 Beschäftigte (fünf Rundfunkbeiträge) | 89,90 Euro |
| 250 bis 499 Beschäftigte (zehn Rundfunkbeiträge) | 179,80 Euro |
| 500 bis 999 Beschäftigte (20 Rundfunkbeiträge) | 359,60 Euro |
| 1.000 bis 4.999 Beschäftigte (40 Rundfunkbeiträge) | 719,20 Euro |
| 5.000 bis 9.999 Beschäftigte (80 Rundfunkbeiträge) | 1.438,40 Euro |
| 10.000 bis 19.999 Beschäftigte (120 Rundfunkbeiträge) | 2.157,40 Euro |
| 20.000 oder mehr Beschäftigte (180 Rundfunkbeiträge) | 3.236,40 Euro <i>(Maximalbeitrag)</i> |



Denn Rundfunknutzer können letztlich nur die einzelnen Bürger sein. Daher wäre es konsequent gewesen, die Unternehmen bzw. Betriebsstätten von der Zahlungspflicht auszunehmen. Denn die Mitarbeiter und die Inhaber in den Betrieben entrichten bereits als Bürger einen Rundfunkbeitrag.

Der DEHOGA hat sich in der Vergangenheit für die Umstellung auf einen geräteunabhängigen Rundfunkbeitrag eingesetzt. Damit können künftig Nachforschungen der GEZ zu Anzahl und Art der Empfangsgeräte entfallen. Dies führt zu einer Minimierung der Verwaltungskosten und damit zu erheblichen Einsparungen bei den Rundfunkanstalten.

Ein Gastronomiebetrieb mit 50 Beschäftigten zahlt heute, wenn ein Fernseher im Gastraum aufgestellt und ggf. noch ein Radio vorhanden ist, insgesamt knapp 24 Euro pro Monat an Rundfunkgebühren. Dieser Betrieb muss nach dem neuen Modell zukünftig knapp 90 Euro pro Monat bezahlen. Das sind pro Jahr ca. 780 Euro mehr an Rundfunkgebühren, was eine Gebührenerhöhung von 375 Prozent bedeutet!

Noch schlechter gestellt sind die Filialbetriebe, die für jede einzelne Betriebsstätte, auch wenn keine Rundfunkgeräte vorhanden sind, Gebühren zahlen müssen. Nach einer Abfrage des DEHOGA bei Filialbetrieben führt die Anwendung des neuen Mo-

dells zu erheblichen Mehrbelastungen bis hin zu einem Vielfachen der heutigen Rundfunkgebühren!

Gerade in der personalintensiven Gastronomie, in der auch viele Teilzeitkräfte beschäftigt sind, muss gewährleistet sein, dass bei der Berechnung der Anzahl der Mitarbeiter diese hochgerechnet werden auf sozialversicherungspflichtige Vollzeitstellen.

Gerecht wäre es, wenn auf die Beschäftigtenzahl des Unternehmens insgesamt, und nicht auf die der einzelnen Betriebsstätten, abgestellt wird. Eine zusätzliche Belastung der Hotellerie mit Rundfunkgebühren ist darüber hinausgehend systemwidrig, wenn das neue Finanzierungssystem geräteunabhängig ausgestaltet ist, und dennoch für jedes Hotelzimmer zusätzlich ein Drittel einer Rundfunkgebühr, zusätzlich zum Grundbeitrag nach der Beitragsstaffel, gezahlt werden soll.

Richtig und konsequent wäre es, die Betriebe gänzlich von Rundfunkgebühren zu befreien.

Nach Einführung des neuen Rundfunkfinanzierungssystems werden bereits gerichtliche Verfahren gegen das neue System von Betrieben aus anderen Branchen geführt. Es bleibt abzuwarten, wie die Gerichte über das neue System entscheiden.

Mehrwertsteuer

Mehrwertsteuer Hotellerie

Hoteliers investieren kräftig weiter und stellen neue Mitarbeiter ein

Ziel erneut erreicht! Erleichtert nimmt unsere Branche auf, dass der reduzierte Satz für Hotels Bestand behält – auch über das Jahr 2013 hinaus unter der Großen Koalition. Warum auch sollte die Politik eine solche Erfolgsgeschichte unterbrechen?

Unsere Branche hat Wort gehalten und mit Nachdruck bewiesen, welch riesigen Investitions- und Beschäftigungsschub die zum 1. Januar 2010 im Rahmen des Wachstumsbeschleunigungsgesetzes in Kraft getretene Mehrwertsteuersenkung für Übernachtungen freigesetzt hat. Investitionen, Arbeits-

plätze, ein besseres Preis-Leistungs-Verhältnis für Gäste – die Mehrwertsteuererhöhung war ein voller Erfolg für die Tourismuswirtschaft und damit für das ganze Land.

Wie viel haben die Beherbergungsbetriebe durch die Mehrwertsteuersenkung in ihre Betriebe gesteckt? Das will der DEHOGA Bundesverband auch künftig von den Beherbergungsbetrieben wissen. Die Landesverbände Bayern und Baden-Württemberg haben 2013 eine spannende Investitionskampagne aufgelegt. So konnten Betriebe ihre bisherigen Investitionen online melden – die Summen wurden in einer Investitionsuhr addiert und in einer Investitionskarte interaktiv ausgewertet. Das Zwischenergebnis:

25.000

neue sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze im Beherbergungsgewerbe von Juni 2009 bis Juni 2013



Nur ein Beispiel für Investitionen, die sich ohne die Mehrwertsteuerreduzierung nicht hätten umsetzen lassen, hier das Hotel Oranien in Wiesbaden. *Foto: Hotel Oranien, Wiesbaden*

Bayern: 566 Millionen Euro (Stand Februar 2014), Baden-Württemberg rund 600 Millionen Euro.

Bereits 2012 kam die Fachhochschule Westküste durch eine Befragung von 5.194 mittelständischen Betrieben zu folgendem wissenschaftlichen Ergebnissen:

- Aufgrund der Mehrwertsteuersenkung wurden allein 2010 und 2011 fast eine Milliarde Euro zusätzlich in Neuanschaffungen, Renovierungen, An- und Umbauten investiert.
- Darüber hinaus nutzten die Hoteliers die finanziellen Spielräume für Neueinstellungen. Im selben Zeitraum schufen Hoteliers mehr als 11.000 neue Arbeits- und Ausbildungsplätze.



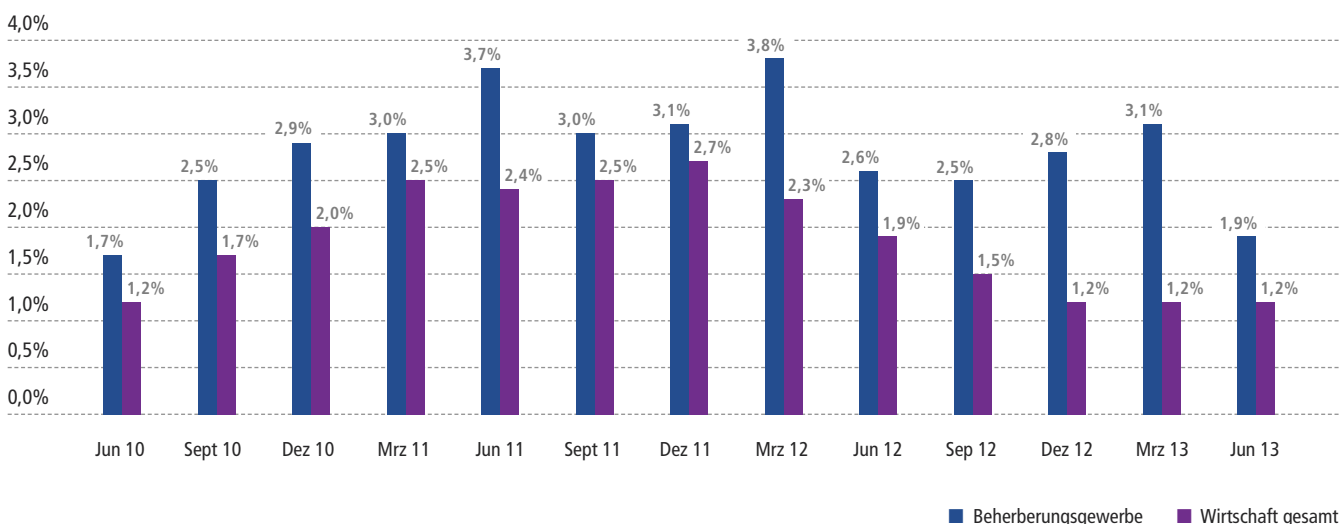
Laut Bundesagentur für Arbeit entstanden von Juni 2009 bis Juni 2013 mehr als 25.000 neue sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze im Beherbergungsgewerbe – ein Plus von 10,2 Prozent.

Entscheidung für den Tourismusstandort Deutschland

Die Beibehaltung der Mehrwertsteuersenkung durch die neue Bundesregierung bedeutet: Es bleibt bei mehr Steuergerechtigkeit und Wettbewerbs-Fairness in Europa.

In 24 von 28 Mitgliedstaaten der Europäischen Union gelten zum Teil seit Jahrzehnten reduzierte Sätze für Übernachtungen.

Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (im Vergleich zum Vorjahr)



Quelle: Bundesagentur für Arbeit



Alle Anrainerstaaten mit Ausnahme Dänemarks – hier gilt ein grundlegend anderes Steuer- und Abgabensystem – wenden teilweise seit Jahrzehnten den Niedrigsteuersatz für ihre Hotels an.

Entlang der deutschen Grenze waren das 3.700 Kilometer Ungleichbehandlung. Alle touristischen Mitbewerber Deutschlands gewähren ihrer Hotellerie reduzierte Mehrwertsteuersätze. Die Mehrwertsteuersenkung für Übernachtungen ist und bleibt eine Entscheidung für den Tourismusstandort Deutschland.

Mehrwertsteuer Gastronomie

Was wir für die Hotels erreicht haben, wollen und müssen wir für die Gastronomie dringend noch erreichen! Die steuerliche Gleichbehandlung aller Lebensmittel ist und bleibt eines der vordringlichsten politischen Ziele des DEHOGA Bundesverbandes. Enttäuschend, wenn auch nicht überraschend, ist, dass sich keine der im Bundestag vertretenen Parteien explizit aktuell dafür ausspricht – dabei gäbe es zig gute Gründe dafür:

- Investitions- und Beschäftigungsimpulse für die Gastronomie
- Steuer- und Wettbewerbsfairness zwischen den Branchen
- Verbraucherfreundlichkeit
- Vereinfachung des Steuersystems
- Steuer- und Wettbewerbsfairness in Europa

Eine Senkung der Mehrwertsteuer wäre wie eine Konjunkturspritze: Zurzeit sind viele Gastronomen aufgrund des Preisdrucks gezwungen, überfällige Anschaffungen und Modernisierungen auf die lange Bank zu schieben. Durch ein faires Steuersystem könnte der Investitionsstau Stück für Stück aufgelöst werden. Ein weiterer Pluspunkt: Regionale Wirtschaftskreisläufe erfahren eine klare Stärkung, denn das lokale Handwerk und die Zulieferindustrie profitieren natürlich von den Investitionen. Eine Steuersenkung schafft also Spielräume für Investitionen in Personal und Service. Gut für die Gäste, gut für die Konjunktur, gut für die Menschen, die in der Gastronomie ihren Lebenserhalt verdienen.

Dass der Arbeitsmarkt weiteren Aufwind erhalten würde, zeigt das Beispiel Frankreich: Nach Einführung des reduzierten Steuersatzes für das Gastgewerbe im Jahr 2009 entstanden binnen der folgenden zwölf Monate erfreuliche 29.500 neue Stellen. Gleichzeitig ging die Zahl der Insolvenzen um 17 Prozent

zurück – die übrige französische Wirtschaft hatte im gleichen Zeitraum eine weit schlechtere Entwicklung zu verkraften. In Frankreichs Gastronomie dagegen blieben dank der Mehrwertsteuersenkung rund 30.000 Arbeitsplätze erhalten.

Schluss mit dem Mehrwertsteuer-Wirrwarr!

Der DEHOGA Bundesverband weist auf die immensen, teils absurden Widersprüche bei der Besteuerung von Lebensmitteln hin. Niemand kann diese Widersprüche und Ungerechtigkeiten ernsthaft bestreiten!

Umsatzsteuerliche Abgrenzung der Speiselieferungen zu Restaurationsumsätzen

Sowohl der Europäische Gerichtshof als auch der Bundesfinanzhof haben sich zur umsatzsteuerlichen Abgrenzung von Speiselieferungen zu sogenannten Restaurationsumsätzen geäußert und die bisherige

Stellen Sie sich zwei heiße, frische Bratwürste vor. Beide gleich lang, gleich lecker, komplett identisch. Sogar der Preis ist derselbe: 1 Euro.

Der einzige Unterschied: Die eine Wurst kommt beim Metzger vom Grill, die andere aus der Küche im Wirtshaus. Ein Unterschied mit Folgen: Während der Metzger 93 Cent als Netto-Einnahmen verbuchen kann, bleiben dem Gastwirt nur 84 Cent, da er 19 Prozent als Mehrwertsteuer in Abzug bringen muss. Hochgerechnet auf einen Umsatz von 10.000 Euro bleiben dem Metzger gut 9.345 Euro, dem Wirt jedoch nur etwa 8.403 Euro – eine Differenz von 942 Euro.

**Ist das nachvollziehbar?
Ist das fair?**

Wir meinen: Nein!

**Und dies war nur
ein Beispiel von vielen:**

Abgrenzung in Frage gestellt. Nunmehr war es am Bundesfinanzministerium, darauf zu reagieren. Der DEHOGA hat sich mit einer umfassenden Stellungnahme gegenüber dem BMF in das Verwaltungsverfahren eingebracht und praxistaugliche Formulierungen eingefordert.

Insgesamt kommt es durch das neue BMF-Schreiben zu einer Ausweitung der Anwendung des reduzierten Steuersatzes. Abgrenzungsprobleme wird es aber in der Praxis auch in Zukunft geben. Erst wenn alle Speisen, unabhängig von der Art und dem Grad der Zubereitung und des Ortes des Verzehr dem reduzierten Mehrwertsteuersatz unterliegen, ist die Problematik endgültig vom Tisch.

Für Deutschlands Gastronomen bedeutet der volle Steuersatz einen knallharten Wettbewerbsnachteil gegenüber Lebensmittelhandwerk und Einzelhandel. Da Bäcker, Metzger und Supermärkte auf verzehrfertige Speisen nur sieben Prozent aufschlagen

müssen, genießen sie einen Kalkulationsvorteil, mit dem sie spielen können. Sie nutzen ihn für Preiskämpfe oder setzen ihn gewinnbringend ein, um die Qualität des Angebotes zu steigern. Um kein Missverständnis aufkommen zu lassen: Wir befürworten den reduzierten Mehrwertsteuersatz für Lebensmittel – wie er nahezu in allen EU-Staaten gilt – ausdrücklich. Doch im Sinne eines fairen Steuersystems ist es angebracht, zubereitete Speisen in der

Gastronomie steuerlich gleich zu behandeln.

Nur ein einheitlicher, reduzierter Mehrwertsteuersatz für alle Speiseumsätze – unabhängig von der Art der Zubereitung und des Ortes des Verzehr – wäre logisch, fair und praktikabel. Dabei fordert der DEHOGA nichts Unredliches und keine Privilegierung, sondern Chancengleichheit mit den Bäckern, Metzgern und dem Lebensmitteleinzel-

| | | |
|--|---|---|
| Tütensuppe vom Discounter: 7 Prozent | ↔ | Frisch zubereitete Suppe im Lokal: 19 Prozent |
| Hundefutter: 7 Prozent | ↔ | Verpflegung im Seniorenheim: 19 Prozent |
| Mensa-Essen für Studenten: 7 Prozent | ↔ | Schulessen für Kinder: 19 Prozent |
| Currywurst zum Mitnehmen: 7 Prozent | ↔ | Currywurst im Stehimbiss: 19 Prozent |
| Pizza „to go“: 7 Prozent | ↔ | Pizza im Restaurant: 19 Prozent |
| Catering mit Einweggeschirr: 7 Prozent | ↔ | Catering mit Porzellangeschirr: 19 Prozent |
| Fertigsalat im Supermarkt: 7 Prozent | ↔ | Salat im Lokal: 19 Prozent |



01+02 Voller Einsatz für die Sache bei der Currywurst-Demo in Hannover. Fotos: DEHOGA Niedersachsen/Siegfried Glasow

handel. Die unterschiedliche Behandlung von Speiselieferungen im Vergleich zu Restaurantsleistungen ist weder vermittelbar noch zeitgemäß. Das gilt nicht zuletzt vor dem Hintergrund, dass mittlerweile auch Bäcker, Metzger und der Lebensmitteleinzelhandel umfangreiche gastronomische oder gastronomieähnliche Leistungen anbieten.

Esskultur fördern

Das ist auch im Sinne der Gäste. Denn sie sind gleichfalls durch diese Regelung be-

nachteiligt, da im Zuge des gesellschaftlichen Wandels immer mehr Menschen darauf angewiesen sind, sich außer Haus zu verköstigen – im hektischen Berufsalltag bleibt oftmals kaum Zeit für entspanntes Einkaufen und Kochen. So verwundert es nicht, dass Lebensmittelhandwerk und -einzelhandel ihr Angebot auf gastronomische „to go“-Angebote ausgeweitet haben: Belegte Brötchen, heiße und kalte Snacks, ja sogar warme Mahlzeiten wie Nudelaufläufe und Braten stehen zur Auswahl – und steuern einen steigenden Anteil zu den Umsätzen bei. Wer sich jedoch in unseren hektischen Zeiten einen

Restaurantbesuch gönnt, erfährt eine steuerliche Benachteiligung. Zudem ist es paradox, dass derjenige, der deutlich höhere Kosten hat (für Personal etc.), steuerlich schlechter gestellt ist. Erst wenn auch für Gastronomen der reduzierte Steuersatz gilt, herrscht Chancengleichheit für alle.

Fair schmeckt's besser

Mit vielfältigen Aktionen, Produkten und Kampa-

gnen hat der DEHOGA Bundesverband das Thema der steuerlichen Gleichbehandlung aller Speisen 2013 in den Fokus der Öffentlichkeit gerückt. Neben diversen Print-Broschüren (siehe Kapitel 1.2) ging vor allem der Internetauftritt „fairschmecktsbesser.de“ erfolgreich online. In einer modernen und übersichtlichen Form hat der DEHOGA Bundesverband auf der Homepage Daten, Fakten und Argumente zusammengetragen. Diese sollen verdeutlichen, weshalb politischer Handlungsbedarf besteht und die steuerliche Gleichbehandlung der Gastronomie sinnvoll und notwendig ist. Die dazugehörige Facebook-Fanpage fand binnen weniger Monate weit mehr als 3.000 Unterstützer.

Der Preis für die ungewöhnlichste Aktion zu diesem Thema ging 2013 an den DEHOGA Niedersachsen: Die „Currywurst-Demo“! Mit Trillerpfeifen, Schildern, T-Shirts und Kochmützen waren am 28. August rund 800 Gastronomen auf den Platz neben der Marktkirche in Hannover geströmt, um für einen einheitlichen Steuersatz auf Speisen zu demonstrieren. Außerdem waren zahlreiche Politiker und Gäste gekommen, um die Argumente des Verbandes zu hören und nicht zuletzt gemeinsam bei einer Gratis-Currywurst über die Steuerproblematik zu diskutieren (siehe auch Kap. 7.10).





© Susann von Wolfersdorff – pixelio.de



© BEST WESTERN Hotel der Föhrenhof, Hannover

Recht und Steuern

Im Sinne seiner Unternehmer kämpft der DEHOGA für vernünftige rechtliche Rahmenbedingungen. Darüber hinaus ist ein faires und wachstumsfreundliches Steuerrecht Voraussetzung für wirtschaftliche Dynamik. Neben dem Branchenthema Nummer 1 Mehrwertsteuer standen für den DEHOGA im Berichtszeitraum die kommunalen Bettensteuern, die geplanten Änderung der Spielverordnung und das Melderecht auf der Agenda ganz oben.

Bettensteuern

Nach Einführung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes mit Wirkung zum 1. Januar 2010 versuchten einige Kommunen, die Wirkungen des Wachstumsbeschleunigungsgesetzes zu konterkarieren, indem sie sogenannte Bettensteuern eingeführt haben. Danach müssen Beherbergungsbetriebe entweder einen prozentualen Satz vom Übernachtungspreis oder einen fixen Eurobetrag als zusätzliche Kommunale Steuer an die Stadt abführen.

Der DEHOGA Bundesverband, die DEHOGA Landesverbände und der Hotelverband Deutschland (IHA) haben zwei Verfahren zur Überprüfung von Bettensteuersatzungen vor das Bundesverwaltungsgericht getragen. Das Bundesverwaltungsgericht hat mit Urteilen vom 11. Juli 2012 die Bettensteuersatzungen der Städte Bingen und Trier in Rheinland-Pfalz für nichtig erklärt. Zumindest dürfen nach den Urteilen für Übernachtungen, die geschäftlich im weitesten Sinne veranlasst sind, keine Bettensteuern erhoben werden.

Aus den vorgenannten Urteilen folgern einige Städte, dass es möglich sei, privat veranlasste Übernachtungen mit Bettensteuern zu belegen. Diese Auffassung ist unseres Erachtens juristisch nicht haltbar.

Aus den Urteilen des Bundesverwaltungsgerichtes ergeben sich für die Städte und Gemeinden als Satzungsgeber enge Grenzen

für den Erlass einer mit der bundesverwaltungsgerichtlichen Rechtsprechung übereinstimmenden Satzung. Die Entscheidungen haben zur Konsequenz, dass bereits die Satzungen selbst – sollten sich die Kommunen für den Erlass einer solchen entscheiden – eine eindeutige Unterscheidung zwischen beruflich bedingten und privaten Übernachtungen treffen und berufsbedingte Übernachtungen von der Bettensteuer ausnehmen müssen. Damit sind von vornherein Konstellationen ausgeschlossen, in denen zunächst von allen Übernachtungsgästen eine Abgabe erhoben wird und sich diejenigen die Abgabe zurückerstatten lassen können, die aus beruflichen Gründen übernachten mussten. Es ist unzulässig, eine Steuer auf „Verdacht“ zu erheben, wenn der Steuertatbestand nicht vorliegt.

In weiteren oberverwaltungsgerichtlichen Entscheidungen wurden auch Bettensteuersatzungen für rechtswidrig erklärt, die

2

„In mehr als 50 Städten und Kommunen wurde die Bettensteuer inzwischen abgelehnt, wieder abgeschafft oder gerichtlich aufgehoben.“



zwischen privat und geschäftlich veranlass- ten Übernachtungen differenziert und nur für Privatübernachtungen Steuern vorgese- hen haben. Denn der Steuerschuldner, also der Hotelier, könne nicht wissen, ob die Übernachtung tatsächlich privat veranlasst ist. Damit fehle dem Steuerschuldner die notwendige besondere rechtliche oder wirt-

schaftliche Beziehung zum steuerbegrün- denden Merkmal, nämlich der Tatsache, ob die Übernachtung privat und geschäftlicher Natur ist.

Vor diesem Hintergrund ist nicht nachvoll- ziehbar, dass Städte wie Berlin, Hamburg oder Bremen, die Kenntnis von den vor-

erwähnten Urteilen haben, Gesetze zur Er- hebung von Bettensteuern verabschiedet haben.

Es ist davon auszugehen, dass sich auch noch das Bundesverfassungsgericht mit den Bettensteuern befassen wird. Allerdings ist nicht abzusehen, wann das der Fall sein wird.

Geplante Änderung der Spielverordnung

Mit großer Besorgnis hat der DEHOGA von dem Entwurf der sechsten Verordnung zur Änderung der Spielverordnung (SpielV) Kenntnis erlangt.

Der DEHOGA sieht insbesondere die geplante Änderung in § 3 Absatz 1 SpielV kritisch, nachdem die Anzahl der in Gaststätten aufstellbaren Geldspielgeräte von drei auf nur noch ein Gerät reduziert werden soll.

Der DEHOGA hat in seiner Stellungnahme an die Politik deutlich gemacht, dass die geplante Änderung fatale Auswirkungen gerade auf kleine Gastronomiebetriebe hat.

Eine Vielzahl von kleineren getränkegeprägten Gastronomiebetrieben, die durch das Aufstellen von Geldspielgeräten zumindest einen Teil ihrer Gäste binden, ist auf die regelmäßigen Einnahmen angewiesen. Sie stellen eine wichtige Einnahmequelle dar. Für die Gastronomiebetriebe, die in vielen Fällen als kleine und mittlere Familienbetriebe geführt werden, ist der Betrieb der Geldspielgeräte ein unverzichtbarer Beitrag zur Fixkosten-Deckung und stellt somit eine unentbehrliche Basis für den gastronomischen Betrieb dar.

Die Reduzierung der Anzahl der Geldspielgeräte in Gaststätten soll in erster Linie dem Jugendschutz dienen, um zu verhindern, dass Jugendliche und Minderjährige Zugang zu gewerblichen Geldspielen haben. Dieser

Ansatz läuft in solchen Betrieben per se aufgrund der Betriebsstruktur und -lage leer, zu denen Jugendliche keinen Zugang haben oder die nur in sehr geringem Maße von Jugendlichen frequentiert werden, wie z.B. Autobahnraststätten bzw. -rasthöfe. Diese dienen vorwiegend LKW- und Omnibusfahrern zum Aufenthalt während ihrer gesetzlich vorgeschriebenen Ruhepausen sowie PKW-Fahrern auf der Durchreise.

Die Argumente des DEHOGA wurden vom Bundesrat gehört und gewürdigt. Der aktuelle Verordnungsentwurf sieht vor, dass eine Reduzierung der zulässigen Geldspielgeräte von drei auf zwei Geräte erfolgen soll. Dieser Verordnungsentwurf muss allerdings noch vom Bundestag verabschiedet werden.

Melderecht: Verabschiedung des Meldegesetzes mit Erleichterungen für die Hotellerie

Nach der Anrufung des Vermittlungsausschusses durch den Bundesrat am 21. September 2012 waren umfangreiche Verhandlungen notwendig, bis das neue Bundesmeldegesetz am 28. Februar 2013 im Deutschen

Bundestag und am 1. März 2013 im Bundesrat beschlossen werden konnte.

Kernpunkt der Verhandlungen war die Umsetzung der Widerspruchslösung im Bundesmeldegesetz. Danach sollte Adresshändlern und Werbetreibenden die Abfrage von Meldedaten grundsätzlich erlaubt sein; den Betroffenen sollte lediglich ein Widerspruchsrecht zustehen. Der Vermittlungsvorschlag ergänzt zudem die Vorgaben zur Zweckbindung der Auskunft und zum Wiederverwendungsverbot, um die Bürger vor so genannten Schattenmelderegistern und Adresspooling zu schützen.

Die für das Gastgewerbe vorteilhaften Veränderungen bleiben indes bestehen: Der besondere Meldeschein kann mit dem Inkrafttreten des Bundesmeldegesetzes zum 1. Mai 2015 für den Gast vorausgefüllt werden. Der Gast hat ihn lediglich handschriftlich zu unterschreiben. Die Meldescheine sind nun bundeseinheitlich nur noch ein Jahr aufzubewahren und nach Ablauf der Aufbewahrungsfrist innerhalb von drei Monaten zu vernichten. Den Ländern verbleibt jedoch die Möglichkeit, Muster für die Meldescheine zu bestimmen.



© Parkhotel Emstaler Höhe



Lebensmittelhygiene und -kennzeichnung

Lebensmittelhygienerecht

Veröffentlichung der Ergebnisse von Lebensmittelkontrollen („Hygiene-Ampel“)

In Deutschland wird seit Jahren um die Einführung eines Transparenzsystems in Form eines Hygienekontrollbarometers gestritten. Aufgrund einer fehlenden gemeinsamen Positionierung der Bundesländer und rechtlicher Bedenken der Wirtschaftsminister konnte bisher kein bundeseinheitlicher Rechtsrahmen geschaffen werden. Nach Auskunft des BMELV soll es jedoch aufgrund bereits bestehender Gesetze möglich sein, landeseigene Transparenzsysteme einführen zu können.

Von den vermeintlich bestehenden gesetzlichen Möglichkeiten hat Nordrhein-Westfalen Anfang Dezember 2013 nunmehr als erstes Bundesland Gebrauch gemacht. Mit seinem rechtlich bedenklichen Pilotprojekt

„Appetitlich“ in den Städten Bielefeld und Duisburg kann der Verbraucher sämtliche Bewertungen eines jeden Betriebes in Form eines Hygienefarbarometers einsehen. Seitdem sind zu Recht fast 50 Klagen betroffener Gastronomen bei den zuständigen Verwaltungsgerichten eingegangen.

Der DEHOGA ist weiterhin entschieden gegen die Einführung von Transparenzsystemen. Egal ob Smiley, Ampel oder Barometer – jede Art von Veröffentlichung birgt die große Gefahr, dass Gastronomen auf Dauer stigmatisiert werden. Es ist unverhältnismäßig und rechtlich bedenklich, dass in Restaurants das Ergebnis einer Momentaufnahme auf unbestimmte Zeit zum Aushang kommen soll, obwohl längst alle Mängel

beseitigt sind. Zudem läuft die farbliche Einordnung der Betriebe in Form eines Hygienebarometers nach 80 zu vergebenden Beanstandungspunkten dem Transparenzgedanken zuwider, denn der Verbraucher weiß letztendlich nicht, wofür die Beanstandungspunkte vergeben werden.

Deshalb fordert der DEHOGA, die bestehenden Gesetze und Sanktionsmöglichkeiten konsequent anzuwenden anstatt neue, uneffektive Werkzeuge zu schaffen.

Verbraucherinformationsgesetz § 40 Abs. 1a LFGB

Am 1. September 2012 ist der § 40 Abs. 1a LFGB in Kraft getreten. Durch eine damit einhergehende Ergänzung des § 40 des Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuches (LFGB) wurden die Behörden verpflichtet, alle Rechtsverstöße durch Grenzwertüberschreitungen zwingend zu veröffentlichen. Auch alle sonstigen Verstöße, zum Beispiel gegen Hygienevorschriften oder den Täuschungsschutz, sollten veröffentlicht werden, wenn ein Bußgeld von mindestens 350 Euro zu erwarten war.

Sowohl das Verbraucherinformationsgesetz (VIG) als auch der § 40 Abs. 1a Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuch (LFGB) sollen der Vorbeugung und raschen Eindämmung von Lebensmittelskandalen dienen. Die gesetzlich vorgesehene Veröffentlichung der Ergebnisse von Lebensmittelkontrollen und die damit verbundene Gefahr der Stigmatisierung haben dabei neben dem Verbraucherschutz zum Ziel, Lebensmittel-

„Gerichte bestätigen verfassungsrechtliche Bedenken des DEHOGA“

unternehmer zu einem gesetzeskonformen Verhalten anzuhalten.

Nach der Einführung des § 40 Abs. 1a LFGB sind die Bundesländer sodann in unterschiedlich starken Ausprägungen dazu übergegangen, Ergebnisse von Lebensmittelkontrollen im Internet zu veröffentlichen.

In Folge der Veröffentlichungen begegnete § 40 Abs. 1a LFGB in der Rechtsprechung erheblichen verfassungsrechtlichen Bedenken. Die bisher ergangenen 27 verwaltungsrechtlichen Entscheidungen zum § 40 Abs. 1a LFGB führten dazu, dass die Norm in ihrem Anwendungsbereich stark eingeschränkt wurde. Weitere sechs Oberverwaltungsgerichtliche Entscheidungen aus den Ländern Bayern, Baden-Württemberg, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Hessen sowie Rheinland-Pfalz führten letztendlich zur Aussetzung des Vollzugs und folglich zu einer faktischen Unanwendbarkeit des § 40 Abs. 1a LFGB in den jeweiligen Bundesländern. Aufgrund der verfassungsrechtlichen Bedenken setzte das Bundesland Sachsen ebenfalls den Vollzug aus.

Der hohe Stigmatisierungseffekt, der bereits ab einer äußerst niedrigen Eingriffsschwelle in Form der 350 Euro-Grenze des § 40 Abs. 1a LFGB ausgelöst wird, ist zu Recht in die Kritik der Rechtsprechung geraten. Aus welchen Umständen der Gesetzentwurf den Schluss zieht, dass sich die Schwelle von 350 Euro als sachgerecht erwiesen habe, blieb auch für die erkennenden Richter unklar. Zudem hängt es von dem subjektiven Empfinden des jeweiligen Lebens-



mittelkontrolleurs ab, ob die Voraussetzungen für eine Information der Öffentlichkeit in Form eines zu erwartenden Bußgeldes von mindestens 350 Euro erfüllt sind, da es keinen einheitlichen Bußgeldkatalog gibt, der den Lebensmittelkontrolleuren als objektiver Beurteilungsmaßstab dient.

Es ist daher äußerst fraglich, ob die Eingriffsschwelle damit den verfassungsrechtlichen Anforderungen an eine Ermächtigungsgrundlage gerecht wird. Insbesondere auch deshalb, weil der Widerspruch gegen einen Bußgeldbescheid keine aufschiebende Wirkung hat und der Betroffene somit nur auf dem Weg des einstweiligen Rechtsschutzes vorgehen kann.

Konsequenterweise liegt § 40 Abs. 1a LFGB nun dem Bundesverfassungsgericht auf Antrag der niedersächsischen Landesregierung zur Überprüfung vor.

Der DEHOGA Bundesverband spricht sich ausdrücklich für einen guten und nachhaltigen Verbraucherschutz aus; dieser muss jedoch zielführend, sachgerecht und rechtskonform ausgestaltet sein. Betriebe dürfen nicht leichtfertig an den öffentlichen Pranger gestellt werden. Existenzen und damit Arbeits- und Ausbildungsplätze stehen auf dem Spiel.

DEHOGA-Hygieneoffensive

Nicht zuletzt vor dem Hintergrund der Diskussion über die Einführung einer Hygiene-Ampel hat der DEHOGA Bundesverband schon 2011 den Startschuss zur großen Hygieneoffensive des Gastgewerbes gegeben und das neue „DEHOGA-Hygienepaket“ vorgestellt. Das Hygiene-Paket soll vor allem klein- und mittelständischen Betrieben Hilfestellung bei der Umsetzung der allgemeinen Hygieneanforderungen und bei der Einfüh-

2

„Speisekarten
müssen lesbar
bleiben.“

zung eines HACCP-Konzeptes/Eigenkontrollkonzeptes geben. Das DEHOGA-Hygiene-paket, das als praktischer Ordner angeboten wird, beinhaltet:

- die aktualisierte, offizielle Hygiene-Leitlinie für die Gastronomie
- die Broschüre Hygiene-Schulung für die Mitarbeiter in der Gastronomie
- das Merkblatt zur betrieblichen Bewertung und Beurteilung der Lebensmittelüberwachung.

Der Clou des DEHOGA-Hygiene-paketes sind die 15 mit Experten entwickelten Checklisten für alle Bereiche, die es jedem gastgewerblichen Unternehmer ein ganzes Jahr ermöglichen, optimale Hygiene zu gewährleisten. Mit den Checklisten für die täglichen, wöchentlichen und monatlichen Kontrollen, lassen sich die gesetzlich vorgeschriebenen Dokumentationspflichten praktisch und einfach erfüllen. Zu beziehen ist das Hygiene-Paket direkt über den DEHOGA Shop (www.dehoga-shop.de).

Allergenkennzeichnung bei loser Ware

Ab dem 13. Dezember 2014 tritt die neue Lebensmittelinformationsverordnung der Europäischen Union in Kraft. Ziel der Verordnung ist es, das Lebensmittelkennzeichnungsrecht infolge der geänderten Erwartungshaltung der Verbraucher EU-weit zu aktualisieren und zu modernisieren. Danach sollen dem Gast vor seiner Kaufentscheidung und ohne gesonderte Nachfrage

schriftliche Informationen über die Zutaten einer Speise vorliegen.

Die Verordnung sieht u.a. eine verpflichtende Allergenkennzeichnung für lose Ware vor. In welcher Art und Weise die Informationen bereitgestellt werden, liegt in der Verantwortung des jeweiligen Mitgliedstaates. In zahlreichen Schreiben an die zuständigen EU-Politiker und an die Bundesregierung hat der DEHOGA stets darauf hingewiesen, dass eine Deklaration aller verwendeten Zutaten, die Allergien auslösen können, in den Speisekarten nicht umsetzbar ist. Der DEHOGA wird sich nun weiterhin auf nationaler Ebene dafür einsetzen, dass es eine praxistaugliche Umsetzung gibt. So z.B., dass der Gast im Verkaufsraum oder in den Speisekarten darauf hingewiesen wird, dass er Informationen zu allergenen Zutaten im Gespräch oder durch ausliegendes Informationsmaterial erhalten kann.



Allergie-broschüre

Der DEHOGA Bundesverband hat Ende 2008 zusammen mit dem Deutschen Allergie- und Asthmabund sowie dem Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) im Zuge der Umsetzung des „Aktionsplanes gegen Allergien“ eine Allergie-broschüre für die Hotellerie und Gastronomie herausgegeben. Der Leit-faden soll den Gastronomen und seine Mitarbeiter für die Allergie-problematik sensibilisieren. Nachdem die Exemplare der Broschüre sofort vergriffen waren, ist diese Ende 2011 noch einmal komplett überarbeitet, ergänzt und neu aufgelegt worden. Die Broschüre kann direkt über den DEHOGA Shop (www.dehoga-shop.de) bestellt werden und ist für DEHOGA-Mitglieder kostenlos.

„Der Umweltcheck greift in vorbildlicher Weise unsere Ziele auf. Das gilt für die Energiewende, unser Schlüsselvorhaben für Umweltschutz und Wohlstandssicherung.“

Peter Altmaier, Bundesumweltminister

Umweltschutz und Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit – kaum ein anderer Begriff wurde in den vergangenen Jahren so stark öffentlich diskutiert wie dieser und dabei so unterschiedlich interpretiert. Dabei ist eines klar: Gerade der Tourismus und damit seine Hauptleistungsträger, die Hotels und Gaststätten dieses Landes, sind auf nachhaltiges Wirtschaften und auf eine intakte Umwelt angewiesen. Der Erhalt der ökologischen Vielfalt, der verantwortungsvolle Umgang mit den vorhandenen Ressourcen und der Gedanke an die nächsten Generationen sind für unsere Branche überlebenswichtig und müssen im Bewusstsein jedes Unternehmers verankert werden.

Die Energiekampagne Gastgewerbe des DEHOGA Bundesverbandes zur Reduzierung des Energieverbrauchs in Hotels und Gaststätten, die im März 2006 mit Unterstützung des Bundesumweltministeriums startete, war dabei ein wichtiger Schritt in die richtige Richtung. Als erste Dienstleistungsbranche in Deutschland leistet das Gastgewerbe damit einen wesentlichen Beitrag zum Klimaschutz und hilft den Unternehmern Kosten zu senken. Mehr als 6.000 Unternehmer nutzen bereits die Handlungsempfehlungen und Tipps der Energiekampagne.

Auch der Anfang 2012 gestartete DEHOGA Umweltcheck ist ein voller Erfolg. Hiermit können Hotels und Gaststätten ihren Beitrag zum Klimaschutz besser für die Umweltkommunikation bei den Gästen nutzen. Das

zeigt: Ökologie und Ökonomie schließen sich schon längst nicht mehr aus.

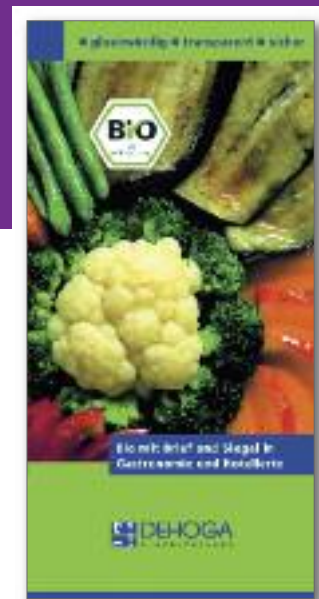
Bundesumweltminister verleiht 100. DEHOGA Umweltcheck

Bundesumweltminister Peter Altmaier und der DEHOGA-Präsident Ernst Fischer haben am 2. August 2013 das Flair Parkhotel Weiskirchen mit dem 100. DEHOGA Umweltcheck ausgezeichnet. Das Hotel erreichte die Stufe Gold. Geschäftsführer Peregrin Maier zeigte sich sehr geehrt von der Auszeichnung, welche im Beisein des Bundesumweltministers Peter Altmaier übergeben wurde. Dieser wer-

tete das hohe Interesse am DEHOGA Umweltcheck als Beleg dafür, dass das Thema Nachhaltigkeit in der Branche angekommen ist: „Der Umweltcheck greift in vorbildlicher Weise unsere Ziele auf. Das gilt für die Energiewende, unser Schlüsselvorhaben für Umweltschutz und Wohlstandssicherung. Das gilt aber auch für das Ressourceneffizienzprogramm, das Anreize für die Wirtschaft enthält, unabhängiger vom Verbrauch teurer Rohstoffe zu werden und gleichzeitig die Umweltbelastungen zu minimieren. Es ist mir eine besondere Freude, die Auszeichnung in Gold an ein Unternehmen in meiner Heimat überreichen zu dürfen.“



Nahm stolz die Auszeichnung von Bundesumweltminister Peter Altmaier (r.) und DEHOGA-Präsidenten Ernst Fischer (2.v.l.) entgegen: Hotelier Peregrin Maier mit Ehefrau Sabine. Darüber freut sich auch DEHOGA-Saarland-Präsidentin Gudrun Pink (l.). Foto: Oliver Dietze



Seit 2012 hat jeder Betrieb die Möglichkeit zur Teilnahme am dreistufigen DEHOGA-Umweltcheck (Gold-Silber-Bronze). Der Kriterienkatalog umfasst Energie- und Wasserverbrauch, Abfallaufkommen sowie den Einsatz regionaler Produkte. Wer Gold-Standard erreicht, kann sich um eine „Viabono“-Auszeichnung – der vom Bundesumwelt-

ministerium ebenfalls unterstützten Umweltdachmarke – bewerben. Bislang haben bundesweit 64 Betriebe die Bestnote Gold erhalten, 15 Unternehmen erhielten Silber, 24 Bronze.

Alle mit dem DEHOGA Umweltcheck ausgezeichneten Betriebe sowie viele weitere Informationen findet man auf der Internetseite www.dehoga-umweltcheck.de.

gen Vorschriften hergestellt wurden. Als die zuständigen Behörden die Bio-Zertifizierung im Jahr 2003 auch für Gastronomen zur Pflicht machten, stieß die neue Regelung bei vielen Gastronomen auf große Skepsis. Mittlerweile erreichen den DEHOGA immer mehr positive Rückmeldungen gastgewerblicher Unternehmer, die nach einer erfolgten Zertifizierung mit Bio-Produkten gute Erfahrungen gemacht haben und das Bio-Siegel als Gütesiegel gerne nutzen.

Anzahl der mit dem DEHOGA Umweltcheck ausgezeichneten Betriebe

| | |
|------------------------|----|
| Baden Württemberg | 36 |
| Bayern | 9 |
| Berlin | 3 |
| Brandenburg | 5 |
| Hamburg | 1 |
| Hessen | 3 |
| Mecklenburg-Vorpommern | 5 |
| Niedersachsen | 6 |
| NRW | 7 |
| Rheinland-Pfalz | 18 |
| Saarland | 2 |
| Sachsen | 3 |
| Sachsen-Anhalt | 2 |
| Schleswig-Holstein | 1 |
| Thüringen | 1 |

Bio-Zertifizierung

Wo Bio drauf steht, muss auch Bio drin sein

Jeder Gastronom, der heute in Deutschland Bio-Lebensmittel oder Ökolebensmittel anbietet und diese auf seinen Speisekarten oder seiner Werbung dementsprechend kennzeichnet, muss am Kontrollverfahren nach der EG-Öko-Verordnung teilnehmen.

Denn die Gäste und die Kunden sollen sich darauf verlassen können, dass Lebensmittel, die mit dem Wort „Bio“ oder „ökologisch“ beworben werden, auch tatsächlich biologisch oder ökologisch nach den einschlägi-

Derzeit gibt es 16 so genannte „Bio-Mentoren“ aus bio-zertifizierten Küchen, die mit großer Fachkompetenz, fundiertem Sachverstand und einem reichen Erfahrungsschatz ihren an „Bio“ interessierten Kollegen mit Rat und Tat zur Seite stehen. Was zu tun und zu beachten ist, wenn man mit dem Einsatz von Bio-Produkten werben will, und sei es nur die Verwendung des Wortes „Bio“ oder „Öko“ in der Speisekarte, ist in einer Kurzbroschüre „Bio mit Brief und Siegel in Gastronomie und Hotellerie“ nachzulesen, die DEHOGA-Mitglieder kostenlos bei den Landesverbänden beziehen können. Ebenso steht die Broschüre auf der DEHOGA-Homepage zum Download bereit.

Viabono – Die Umweltdachmarke im Tourismus

Der DEHOGA Bundesverband setzte schon früh Akzente für einen ökologischen Tourismus und unterstützte die Einführung der bundesweiten Dachmarke „Viabono“. Unter dem Motto „Reisen natürlich genießen“ stellte sich Viabono im Jahr 2001 der Öffentlichkeit vor. Viabono bietet ein Mehr an Qualität, mehr Urlaub, mehr Erholung, mehr Erlebnis, mehr Sicherheit und Gesundheit – verbunden mit dem guten Gefühl umweltgerecht zu reisen. Rund 300 Betriebe aus Hotellerie und Gastronomie, aber auch Tourismusgemeinden oder Naturparks setzen die Idee des nachhaltigen Reisens heute in die Tat um. Diese Kompetenz will Viabono zukünftig nutzen und führende Zertifizierungsstelle und Kooperationspartner für umweltfreundlichen und nachhaltigen Tourismus in Deutschland werden. Als Beispiel seien der DEHOGA Umweltcheck, der CO₂-Fußabdruck oder der CO₂-Kompass genannt.

Auch wurden die Viabono-Kriterienkataloge für die Hotellerie und Gastronomie überarbeitet und auf die vier Kennzahlenbereiche Wasser, Abfall, Energie/Klima und Lebensmittel konzentriert.



Die Viabono-Kriterien lehnen sich damit an den Anforderungen für den DEHOGA Umweltcheck Gold an. Zusätzliche Anforderungen bestehen u.a. in einer nachzuweisenden Bio-Zertifizierung und einem grundsätzlichen Verzicht auf Einwegverpackungen.

Interessierte Hoteliers und Gastronomen finden weitergehende Informationen zu Viabono wie die Teilnahmebedingungen und den Kriterienkatalog unter www.viabono.de.

Kontakt:

Viabono GmbH
Hauptstraße 230
51503 Rösrath-Hoffnungsthal
Fon 02205/9 19 83-50
Fax 02205/9 19 83-55
info@vianobo.de
www.viabono.de

Arbeitskreis Umwelt

Am 29./30. April 2013 traf sich der Arbeitskreis Umwelt des DEHOGA in München. Zwischen den Teilnehmern aus den DEHOGA-Landes- und Fachverbänden fand wieder ein reger Austausch zu den verschiedensten Umweltthemen statt. Unter anderem wurde über die zukünftige Ausrichtung des vom Bundesumweltministerium geförderten DEHOGA-Energie- und Umweltkonzeptes diskutiert.

Als externer Referent präsentierte der Vorstand der Greenpeace Energy eG das Versorgungskonzept des Ökostromanbieters Greenpeace Energy. Jürgen Schlebrowski



Biomentor und Vorsitzender des Arbeitskreises Umwelt: Ullrich Langhoff, Inhaber des Restaurant Lippechlösschen in Wessel.

von der CERAM AG stellte den Verbundwerkstoff CERAM Protect vor. Dabei handelt es sich um eine Fassadenfarbe mit besonderen bauphysikalischen und thermischen Leistungen. So soll die Farbe durch eine Entfeuchtung des Baukörpers u.a. dämmen, die Energieeffizienz verbessern und witterungsbeständig sein.

Weitere Schwerpunkte der Tagung waren Informationen über neueste gesetzgeberische Entwicklungen zum Thema Energieeffizienz, die neue Trinkwasserverordnung und die Entsorgung von Altspeisefett. Höhepunkt am zweiten Tag war der Besuch des Hotelkompetenzzentrums in Oberschleißheim bei München. Dort präsentieren sich namhafte Firmen der Hotellerie und Gastronomie mit ihren Produkten und Dienstleistungen in Form einer dauerhaften Ausstellung. Bei einem Rundgang konnten sich alle Anwesenden des AK Umwelt und des DEHOGA Bayern einen Eindruck von der Ausstellung machen.

3

Fokus Gastronomie

Mehr als 30 politische Branchenfokuspunkte hat der DEHOGA für 2013 definiert.

Neben den Top-Themen standen für die Gastronomie im letzten Jahr Fragen zur Alkoholpolitik, zum Jugendschutz und zum Gaststättenrecht sowie die Konsequenzen der Rauchverbote in den Bundesländern im Fokus.

Plattform für den Erfahrungsaustausch der Unternehmer zu diesen und weiteren aktuellen Problemstellungen ist der Beirat Gastronomie.





Beirat Gastronomie

Der Beirat Gastronomie kam in diesem Jahr unter dem Vorsitz von Waldemar Fretz am 8./9. Juli 2013 auf Einladung des DEHOGA Bundesverbandes in Berlin zusammen. Im Beirat Gastronomie sind alle Landesver-

bände sowie die Fachverbände und Fachabteilungen aus dem Fachbereich Gastronomie vertreten. Regelmäßig findet in den Sitzungen ein umfassender Erfahrungsaustausch zur wirtschaftlichen Situation der Branche sowie zu aktuellen Problemstellungen statt.

Im Vordergrund der Sitzungen des Beirates Gastronomie standen neben dem noch immer brandaktuellen Thema reduzierter Mehrwertsteuersatz für die Gastronomie auch das bedeutsame und sensible Thema Hygienekennzeichnung und Hygiene-Ampel sowie die GEMA Tarifreform 2013 auf der Tagesordnung. Weiterhin wurde nochmals auf das Hygienepaket des DEHOGA verwiesen, mit dem die Gastronomie sehr gut für die nächste Hygienekontrolle gewappnet ist.

Intensiv diskutiert wurde die geplante Allergenkennzeichnung, zu der eine Europäische

Verordnung im Dezember 2014 Gültigkeit erlangt, sofern der nationale Gesetzgeber bis zu diesem Zeitpunkt keine eigenen Regelungen schafft.

Die Sitzungsteilnehmer waren darin einig, dass eine Deklaration aller allergenen Zutaten in der Speisekarte nicht umsetzbar ist. Es sollte ausreichen, wenn das Servicepersonal in der Lage ist, über die allergenen Zutaten qualifiziert Auskunft zu geben. Das Thema erlangt nach Einschätzung der Sitzungsteilnehmer zunehmend an Bedeutung, da die Zahl der Allergiker wächst.

Die Sitzungsteilnehmer waren sich in Bezug auf den reduzierten Mehrwertsteuersatz einig, dass diese Forderung nach wie vor das wichtigste Branchenanliegen sei. Die Forderung nach Einführung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes für die Gastronomie war gerade im Vorfeld der Bundestagswahl im Jahr 2013 auf der politischen Agenda des DEHOGA auf Platz eins. Diese Forderung wurde im DEHOGA-Wahlcheck, den der DEHOGA Bundesverband im Vorfeld der Bundestagswahl allen Kandidaten zugesandt hat, mit treffenden Argumenten dargestellt.

Weitere aktuelle Themen der letzten Beiratssitzung waren die umsatzsteuerliche Abgrenzung von Lieferungen und sonstigen Leistungen, zu der das Bundesfinanzministerium eine Verwaltungsanweisung herausgegeben hat, sowie weitere aktuelle Steuerthemen.



Waldemar Fretz, Vorsitzender des Beirates Gastronomie im DEHOGA

Alkoholpolitik und Jugendschutz

Das Gastgewerbe steht mit in der Verantwortung, die Vorschriften des Jugendschutzes zu achten. Jugendschutz hat in unserer Branche Priorität!

Jugendschutz geht alle an!

Der DEHOGA Bundesverband unterstützt den Nationalen Aktionsplan „Jugendschutz aktiv“ des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ).



Weiter stellt der DEHOGA über seine Landesverbände sowie über den DEHOGA Shop das hochwertige A3-Plakat

„Jugendschutz geht alle an!“ zur Verfügung. Auch der Verpflichtung eines jeden Gastronomen zum Aushang des Jugendschutzgesetzes kann im DEHOGA Shop unter www.dehoga-shop.de kostengünstig nachgekommen werden.

Alkoholprävention

Jedem muss klar sein: Wer gegen das Jugendschutzgesetz verstößt, muss mit Bußgeldern und im Wiederholungsfall mit dem Konzessionsentzug rechnen. Die Unternehmer bekennen sich zu ihrer Verantwortung, wenn es darum geht, bei der Bekämpfung des Alkoholmissbrauchs durch junge Menschen mitzuwirken.

Der DEHOGA arbeitet seit Jahren mit dem BMFSFJ, der Bundesarbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz sowie anderen Wirtschaftsverbänden der betroffenen Branchen, wie der Bundesvereinigung der deutschen Ernährungsindustrie, dem Handelsverband Deutschland (HDE), dem Deutschen Brauer-Bund, der Deutschen Wein-Akademie und dem Bundesverband der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure zusammen, um konstruktiv seinen Beitrag zu geeigneten Maßnahmen der Alkoholprävention zu leisten.

Seit der Gründung der „Schulungsinitiative Jugendschutz“ (SchuJu) im Oktober 2007 ist der DEHOGA-Kooperationspartner dieser Kampagne des Bundesverbandes der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure (BSI). Über zeitgemäße Informationsmaterialien und deren Integration in die Aus- und Weiterbildung stärkt SchuJu das Bewusstsein für einen verantwortungsvollen Umgang mit Alkohol und vertieft das Wissen der Mitarbeiter in Handel und Gastronomie. Der DEHOGA empfiehlt den Einsatz von SchuJu in Berufsschulen, Weiterbildungs-





© Gerhard Giebener – pixelio.de



© Helene Souza – pixelio.de

Gaststättenrecht

Durch die Föderalismusreform im Jahr 2006 ist das Gaststättenrecht in die Gesetzgebungskompetenz der Länder gefallen. Jedes Bundesland hat bereits oder wird noch ein eigenes Gaststättengesetz erlassen. Bis es soweit ist, gilt in den einzelnen Bundesländern das Bundesgaststättengesetz fort.

In Sachen Gesetzgebung hat das Land Brandenburg bereits im September 2008 die Vorreiterrolle übernommen und in enger Abstimmung mit dem DEHOGA Brandenburg das erste Gaststättengesetz auf Länderebene verabschiedet. Die Forderungen des DEHOGA nach effektivem Bürokratieabbau wurden erfüllt. So wurde in Brandenburg die Erlaubnispflicht völlig abgeschafft und durch ein personenbezogenes Anzeigeverfahren ersetzt. Wird Alkohol ausgeschenkt, gibt es eine nachgelagerte Zuverlässigkeitsprüfung.

Gestattungen für kurzfristige gastronomische Veranstaltungen gibt es dort künftig ebenfalls nicht mehr. Stattdessen muss die Veranstaltung mindestens zwei Wochen vorher angezeigt werden. Diese Anzeige wird auch der Finanzverwaltung zu Kontrollzwecken übermittelt.

Dieser Liberalisierung sind nun auch die Länder Hessen, Niedersachsen, Thüringen, Saarland und Sachsen gefolgt und haben ein Landesgaststättengesetz mit nahezu gleichlautenden Regelungen erlassen. Bremen hat ebenfalls ein Landesgaststättengesetz verabschiedet, das allerdings an einer Erlaubnispflicht für Gastronomen festhält, die Alkohol ausschenken. Das

IHK-Unterrichtungsverfahren gibt es in allen Landesgaststättengesetzen allerdings nicht mehr.

Die Streichung des IHK-Unterrichtungsverfahrens in seiner bisherigen Form, der reinen Anwesenheitspflicht ohne Prüfung, stellt keinen Verlust dar. Der Wegfall des Unterrichtsverfahrens sollte zum Anlass genommen werden, eine bundesweite Qualifizierungsoffensive zu starten. Für diejenigen, die sich professionell durch die Teilnahme an DEHOGA-Seminaren und DEHOGA Akademie-Veranstaltungen vorbereiten, könnte es dann bevorzugt Banken- oder Brauereigeld zum Start in die Selbständigkeit geben.

„Unsere Klagen sind kein Nein zum Nichtraucherschutz.“

Rauchverbote

Wirtschaftliche Auswirkungen der Rauchverbote

Seit Inkrafttreten der ersten Rauchverbote in der zweiten Jahreshälfte 2007 in Baden-Württemberg, Hessen und Niedersachsen hat kein anderes Thema die DEHOGA-Geschäftsstellen so intensiv beschäftigt.

Während die speisegeprägte Gastronomie sowie Hotels überwiegend gut mit den neuen Regelungen zum Nichtraucherschutz zurechtkamen, wuchs der wirtschaftliche Druck auf die Betreiber getränkegeprägter Kleinbetriebe und Discotheken innerhalb kurzer Zeit immens.

DEHOGA ruft das Bundes- verfassungsgericht an – mit Erfolg!

Der DEHOGA hat im Interesse zahlreicher, massiv betroffener Kneipen, Bars und Discotheken nach sorgfältiger gutachterlicher Prüfung Verfassungsbeschwerden betroffener Gastronomen aus Baden-Württemberg und Berlin beim Bundesverfassungsgericht unterstützt. Die renommierten Verfassungsrechtler Prof. Rupert Scholz und Prof. Christoph Moench von der Kanzlei Gleiss Lutz haben die beispielhaften Verfahren vor dem höchsten deutschen Gericht begleitet. Die verfassungsrechtlichen Bedenken und die spürbare unverhältnismäßige Belastung der getränkegeprägten Einraumgaststätten wurden von den Bundesverfassungsrichtern geteilt – vor allem im Hinblick auf das Recht

auf Berufsfreiheit und den Grundsatz der Gleichbehandlung.

Die DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges hat allerdings immer betont: „Unsere Klagen sind kein Nein zum Nichtraucherschutz. Sicher gibt es viele Restaurants und Cafés, die keine Probleme mit dem Rauchverbot haben. Wir können die Probleme der Kleinen und der Discotheken aber nicht ignorieren.“

In Folge des Urteils des Bundesverfassungsgerichts waren alle Länder aufgefordert, gesetzliche Neuregelungen zum Nichtraucherschutz bis Ende des Jahres 2009 zu finden. Fast alle verabschiedeten Nichtraucher-

schutzgesetze orientieren sich an den Vorgaben des Bundesverfassungsgerichts.

Die Gesetzgeber im Saarland haben sich dagegen für ein ausnahmsloses Rauchverbot entschieden. Auch in Nordrhein-Westfalen wurde ein ausnahmsloses Rauchverbot beschlossen, welches am 1. Mai 2013 in Kraft getreten ist.

In Bayern wurde durch einen Volksentscheid am 4. Juli 2010 das absolute Rauchverbot ohne jegliche Ausnahmen mit Wirkung zum 1. August 2010 eingeführt. Seit Beginn des Jahres 2011 darf auch nicht mehr auf dem Münchner Oktoberfest in den Bierzelten geraucht werden.



© R_K_B_by_Kicker - pixelio.de

4

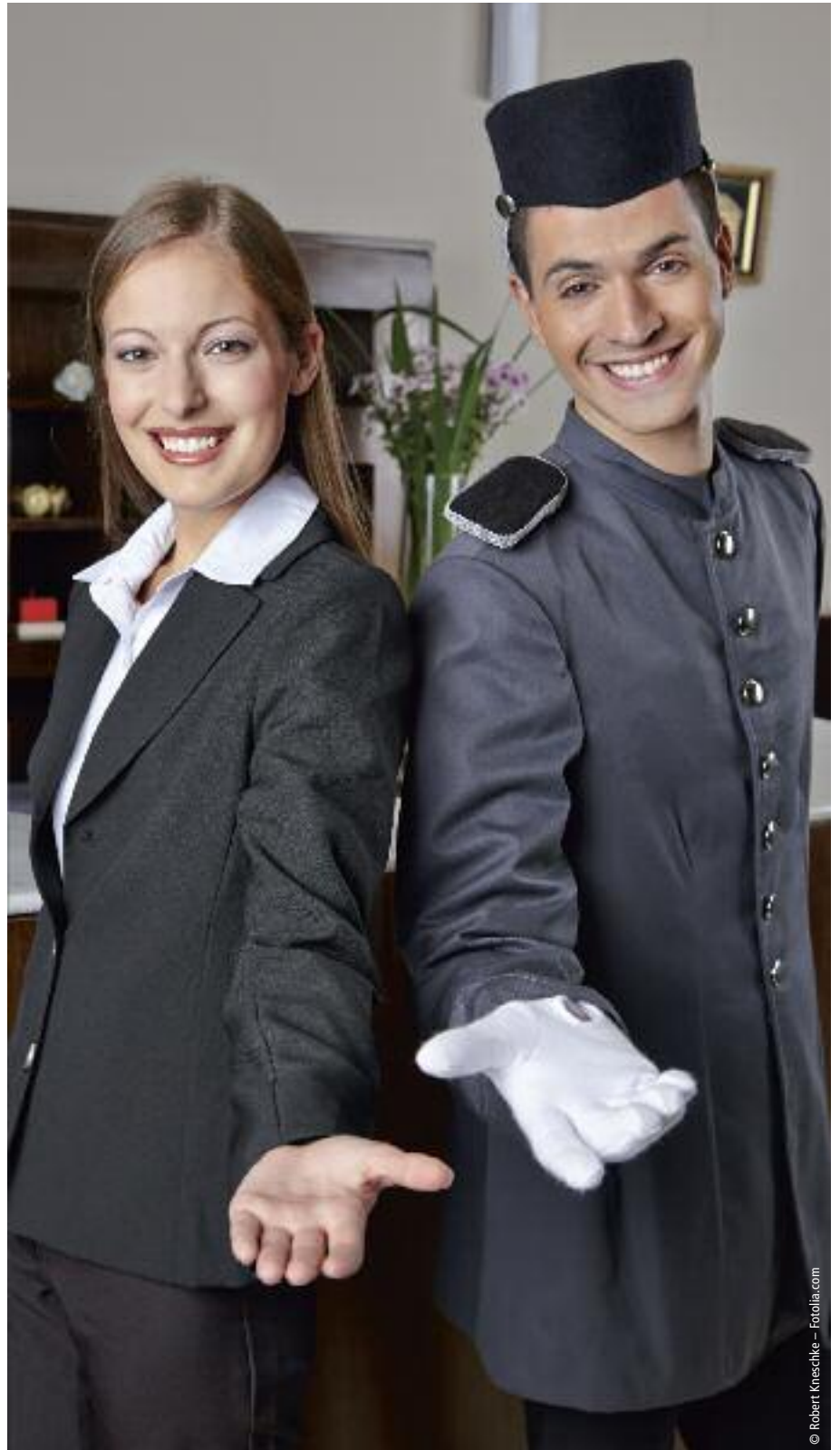
Fokus Hotellerie

Ein echtes Erfolgsprodukt des DEHOGA ist die Deutsche Hotelklassifizierung.

Knapp 8.700 Hotels dürfen sich derzeit mit dem repräsentativen Messingschild schmücken, das die Anzahl der verliehenen Sterne darstellt.

Das System der Hotelsterne hat sich durchgesetzt und bewährt. Auf europäischer Ebene arbeitet der DEHOGA an einer Harmonisierung der Systeme und ist mit der Gründung der Hotelstars Union dabei ein gutes Stück vorangekommen.

Mehr Informationen zu den Aktivitäten des DEHOGA auf dem Gebiet der Hotel- und G-Sterne und zum Deutschen Hotelführer finden sich auf den folgenden Seiten.



Klassifizierungen

Deutsche Hotelklassifizierung

Bereits seit 1996 bietet der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband auf freiwilliger Basis die Deutsche Hotelklassifizierung an, welche nach bundesweit einheitlichen Kriterien durchgeführt wird. Die Sterne ermöglichen dem Gast Transparenz und Sicherheit und eröffnen den teilnehmenden Beherbergungsbetrieben durch ein einschlägiges Marketing verbesserte Absatzchancen.

Der Fachbereich Hotellerie im DEHOGA legt die Bewertungskriterien und -modalitäten der Deutschen Hotelklassifizierung verbindlich fest und sorgt für deren bundesweit einheitliche Anwendung. Die Klassifizierung selbst wird von den Bundesländern durch eigene Klassifizierungsgesellschaften durchgeführt. Jeder einzelne Betrieb wird von einer Klassifizierungskommission vor Ort überprüft. Erst dann werden die Sterne verliehen, die für drei Jahre gültig sind.

Die Kriterien der Deutschen Hotelklassifizierung werden regelmäßig an die sich ändernden Gästeerwartungen und Markttrends angepasst. Die Betriebe, die deutlich mehr Punkte erhalten haben, als für ihre Sternekategorie notwendig, erhalten den Zusatz „Superior“. Es gilt: Je höher die Sternekategorie, desto mehr Mindestanforderungen und zusätzliche Leistungen müssen erfüllt werden.

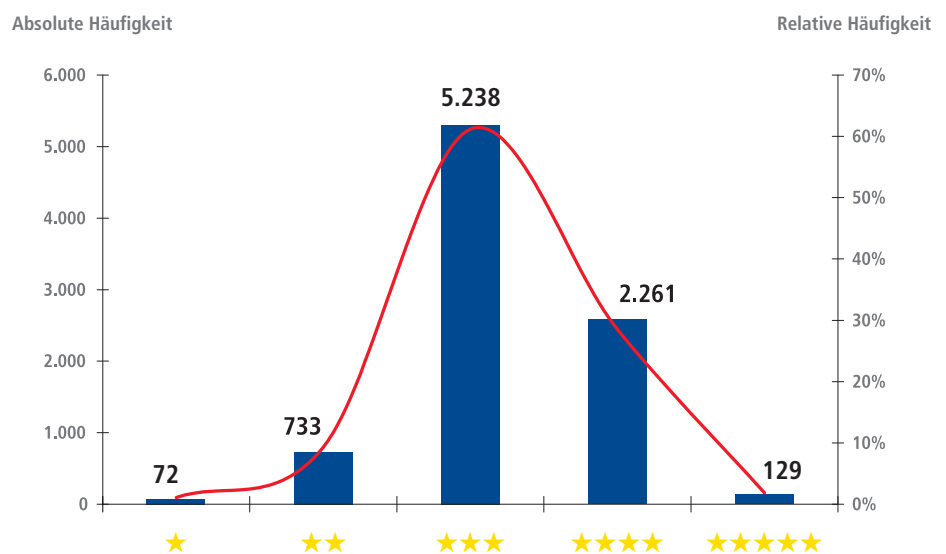
Die Deutsche Hotelklassifizierung stellt eine Erfolgsgeschichte dar. Inzwischen nehmen knapp 8.700 gültig klassifizierte Betriebe teil. Tendenz: weiter steigend.

Die Kriterien zum Download sowie weitere Informationen stehen unter www.hotelsterne.de zur Verfügung. Zudem hat jeder Betrieb die Möglichkeit, seine voraussichtliche Einstufung mithilfe der kostenlosen und unverbindlichen Testklassifizierung zu ermitteln.

8.700

Betriebe haben sich bis Anfang 2014 klassifizieren lassen

Verteilung der Klassifizierungen über die Sternekategorien



Quelle: www.hotelsterne.de, Stand: Januar 2014

Ergebnisse der Deutschen Hotelklassifizierung nach Bundesländern

| Bundesland | ★ | ★★ | ★★★ | ★★★★ | ★★★★★ | Anzahl |
|----------------------------|-------------|-------------|--------------|--------------|-------------|--------------|
| Baden-Württemberg | 5 | 76 | 942 | 372 | 17 | 1.412 |
| Bayern | 12 | 119 | 1.185 | 548 | 22 | 1.886 |
| Berlin | 4 | 24 | 127 | 115 | 10 | 280 |
| Brandenburg | 4 | 11 | 105 | 66 | 1 | 187 |
| Bremen | 1 | 16 | 25 | 21 | 2 | 65 |
| Hamburg | 1 | 18 | 50 | 48 | 7 | 124 |
| Hessen | 3 | 50 | 318 | 163 | 15 | 549 |
| Mecklenburg-Vorpommern | 1 | 7 | 142 | 157 | 8 | 315 |
| Niedersachsen | 4 | 67 | 524 | 254 | 10 | 859 |
| Nordrhein-Westfalen | 18 | 92 | 655 | 380 | 12 | 1.157 |
| Rheinland-Pfalz | 5 | 99 | 476 | 134 | 3 | 717 |
| Saarland | 2 | 16 | 40 | 20 | 1 | 79 |
| Sachsen | 5 | 11 | 183 | 119 | 4 | 322 |
| Sachsen-Anhalt | 3 | 3 | 153 | 66 | 1 | 226 |
| Schleswig-Holstein | 1 | 17 | 151 | 77 | 13 | 259 |
| Thüringen | 3 | 13 | 162 | 75 | 3 | 256 |
| Summe | 72 | 639 | 5.238 | 2.615 | 129 | 8.693 |
| Relative Häufigkeit | 0,8% | 7,4% | 60,3% | 30,1% | 1,5% | |

Quelle: www.hotelsterne.de, Stand: Januar 2014

Ergebnisse der Deutschen Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen nach Bundesländern

| Bundesland | G★ | G★★ | G★★★ | G★★★★ | G★★★★★ | Anzahl |
|----------------------------|-------------|--------------|--------------|-------------|-----------|-------------|
| Baden-Württemberg | 0 | 21 | 132 | 3 | 0 | 156 |
| Bayern | 0 | 37 | 224 | 18 | 0 | 279 |
| Berlin | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| Brandenburg | 0 | 8 | 19 | 1 | 0 | 28 |
| Bremen | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Hamburg | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Hessen | 0 | 6 | 30 | 5 | 0 | 41 |
| Mecklenburg-Vorpommern | 0 | 0 | 10 | 2 | 0 | 12 |
| Niedersachsen | 1 | 10 | 48 | 5 | 0 | 64 |
| Nordrhein-Westfalen | 3 | 12 | 50 | 0 | 0 | 65 |
| Rheinland-Pfalz | 3 | 21 | 67 | 5 | 0 | 96 |
| Saarland | 0 | 1 | 3 | 1 | 0 | 5 |
| Sachsen | 0 | 9 | 36 | 6 | 0 | 51 |
| Sachsen-Anhalt | 0 | 6 | 16 | 2 | 0 | 24 |
| Schleswig-Holstein | 0 | 2 | 4 | 0 | 0 | 6 |
| Thüringen | 0 | 8 | 43 | 1 | 0 | 52 |
| Summe | 7 | 141 | 683 | 49 | 0 | 880 |
| Relative Häufigkeit | 0,8% | 16,0% | 77,6% | 5,6% | 0% | 100% |

Quelle: www.hotelsterne.de, Stand: Januar 2014



© BEST WESTERN Hotel Hofgut, Sternen in Bräunau/Schwarzwald

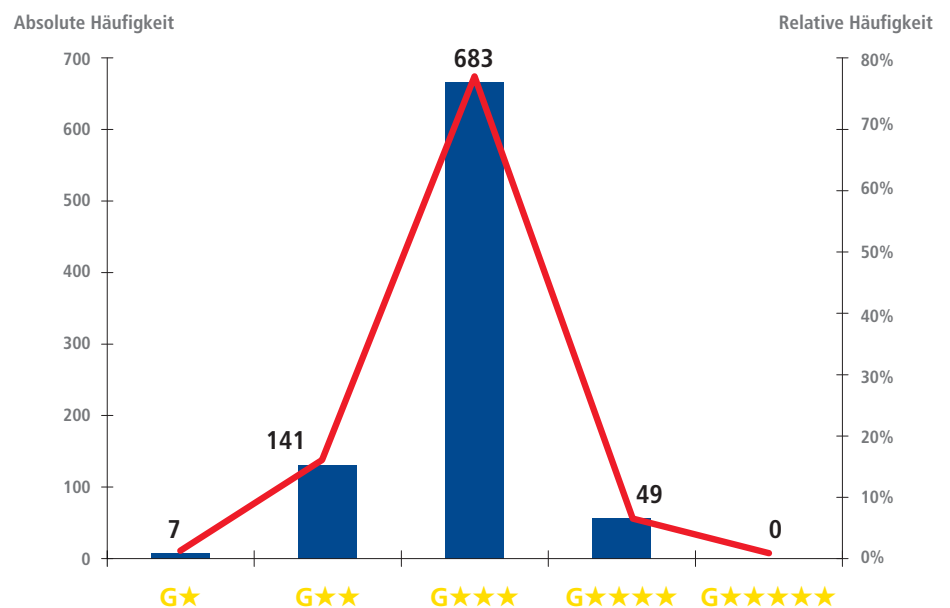
Deutsche Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen

Das Reiseland Deutschland verfügt neben dem Hotelmarkt auch über viele kleinere Beherbergungsbetriebe ohne Tagungs-, Wellness- oder Restaurantbereich. Um auch diesen Häusern eine auf sie zugeschnittene Klassifizierung bieten zu können, wurde die Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen vom Deutschen Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA Bundesverband) in Kooperation u.a. mit dem Deutschen Tourismusverband (DTV) zum 1. Juli 2005 eingeführt.

Die Resonanz auf die G-Klassifizierung ist äußerst positiv: Bis Anfang des Jahres 2014 haben sich bereits 880 Betriebe klassifizieren lassen.

Die Deutsche Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen wendet sich

Verteilung der Klassifizierungen über die Sterne Kategorien



Quelle: www.hotelsterne.de, Stand: Januar 2014

HOTELSTARS UNION



Die Sternfamilie in Europa wächst weiter.



Markus Luthé, Hauptgeschäftsführer Hotelverband Deutschland (IHA), übergibt das neue Schild der Deutschen Hotelklassifizierung für das Hotel ibis München City West an Michael Mücke (l.), Geschäftsführer Accor Hospitality Germany GmbH.

an Beherbergungsbetriebe mit mehr als neun Gästebetten, aber nicht mehr als 20 Gästezimmern, die keinen Hotelcharakter aufweisen. Zur Unterscheidbarkeit der Klassifizierungssysteme für den Gast wird den Sternen stets ein „G“ vorangestellt. Wie bei ihrer „großen Schwester“, der Deutschen Hotelklassifizierung, sorgt eine strenge und regelmäßige Überprüfung der Häuser und Kriterien für eine hohe Akzeptanz der G-Sterne am Klassifizierungshimmel in Deutschland.

Die Kriterien der Deutschen Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen und weitere Informationen sind im Internet unter der Adresse www.g-klassifizierung.de verfügbar.

Einheitliche Hotelsterne

Die Hotelverbände aus Deutschland, den Niederlanden, Österreich, Schweden, der Schweiz, Tschechien und Ungarn gründeten im Dezember 2009 die „Hotelstars Union“. Unter der Schirmherrschaft von HOTREC haben die Mitglieder ein gemeinsames Klassifizierungssystem in ihren Ländern eingeführt. Inzwischen sind auch Belgien, Dänemark, Estland, Griechenland, Lettland, Litauen, Luxemburg und Malta der Sternfamilie beigetreten.

Das Fundament der einheitlichen Hotelsterne bilden die 21 Prinzipien von HOTREC, die alle Mitglieder der „Hotelstars Union“ für bindend erklärten. Diese Prinzipien stellen die grundlegenden Standards für die Hotelklassifizierung in Europa dar: Fünf Kategorien, Vergabe der Sterne nur nach

Kontrolle des Betriebes, Einhaltung der rechtlichen Bestimmungen, Sauberkeit und ein guter Allgemeinzustand, regelmäßige Überprüfung der Kriterien, Anpassung an die Marktbedürfnisse, einfach zugängliche Informationen, usw.

Mit der Weiterentwicklung der Kriterien und einer noch besseren Abstimmung werden Synergien genutzt, Anreize zur Steigerung der Qualität gesetzt und die Vermarktung der Angebote gefördert. Der Gast muss seine Anforderungen an ein Hotel nicht mehr dem jeweiligen Land anpassen oder im Reisekatalog die Erläuterungen des Veranstalters lesen, sondern kann sich zunehmend auf einen Standard ohne Grenzen verlassen.

Weitere Informationen zur Hotelklassifizierung in Europa finden Sie unter www.hotelstars.eu.



Deutscher Hotelführer

www.hotelguide.de in neuem Design

Der wahrscheinlich traditionsreichste nationale Hotelführer, der „Deutsche Hotelführer“, herausgegeben vom Deutschen Hotel- und Gaststättenverband, ist mit der Ausgabe 2014 zum 63. Mal erschienen.

Der Online-Auftritt in seinem neuen Design bietet eine freundliche Benutzeroberfläche und viele neue Features. Bereits auf der ersten Seite stellt ein Zufallsgenerator besondere Suchtipps vor.

Beim Aufruf des Ortsnamens präsentieren sich zuerst orange hinterlegte Premium-Empfehlungen.

So flexibel wie der Suchradius können auch die Preiskategorie und die Hotelqualifizierung gewählt werden. Darüber hinaus lassen sich die Suchergebnisse anhand unterschiedlicher Kategorien, wie etwa Sauna, Internetzugang oder Business-Service sowie behindertengerechte Merkmale weiter einschränken. Die Karte ermittelt den genauen Standort des Hotels.

Der „Deutsche Hotelführer“ zeigt nicht nur große Hotels in den Metropolen an. Er macht auch kleinere Häuser und Pensionen in ländlichen Regionen auffindbar, die in anderen Verzeichnissen kaum gelistet sind. Auch für den Gast, der auf sein Budget bei Übernachtungen achten muss, ist die Adresse www.hotelguide.de eine wahrer Fundus.

Drei gute Gründe, warum Sie im DEHOGA-Hotelführer buchen sollten:

- Keine Vermittlungsgebühren, direkte Verlinkung auf die Homepage.
- Keine Vermittlungsgebühren. Wir verlinken direkt auf Ihre Homepage.
- Eine Buchung – dreifacher Auftritt: Print – Online – App
- Unschlagbar günstig für DEHOGA-Mitglieder.

Holen Sie noch heute Ihr Angebot ein!

Matthaes Verlag GmbH
 Deutscher Hotelführer
 Gerlinde Haller
 Silberburgstr. 122
 70176 Stuttgart
 Fon 0711/2133-334
 Fax 0711/2133-377
 Mail hotelguide@matthaes.de

5

Aus unseren Fachabteilungen

Im DEHOGA sind die fünf Fachabteilungen Systemgastronomie, Gemeinschaftsgastronomie, Bahnhofsgastronomie, Discoteken und Catering zusammengeschlossen.

Sie vertreten die speziellen Anliegen der in ihnen organisierten Unternehmen. Dabei nehmen die Fachabteilungen die ideellen, beruflichen, gewerbepolitischen und steuerlichen Belange der einzelnen Branchensegmente wahr. Die Fachabteilungen bündeln und koordinieren die entsprechenden sozial- und tarifpolitischen Interessen.



Fachabteilung Systemgastronomie

Sprachrohr eines Wachstumssegments

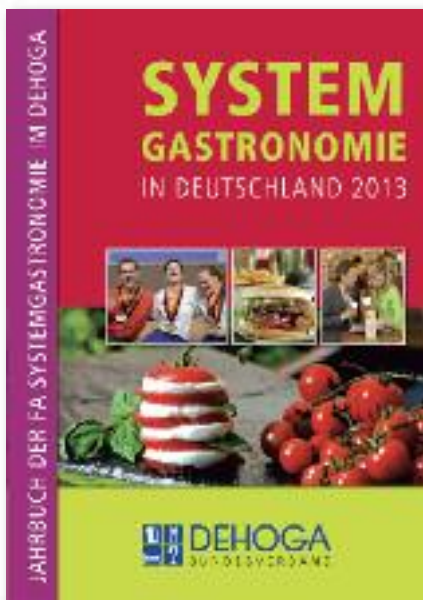
Die starke Lobby eines boomenden Branchensegments: 52 Mitgliedssysteme – vom alteingesessenen, mittelständischen Familienunternehmen bis zur deutschen Tochterge-

sellschaft eines internationalen Konzerns, von Verkehrsgastronomen über Steakhausketten bis hin zu Quickservice-Spezialisten und Handelsgastronomen – mit insgesamt fast 5.000 Betrieben und rund 150.000 Mitarbeitern stehen Ende 2013 hinter der Fachabteilung Systemgastronomie im DEHOGA.



Vorsitzender der Fachabteilung Systemgastronomie im DEHOGA: Thomas Hirschberger

Neumitglieder 2013:



Die Daten- und Informationssammlung Nummer 1 für und über die Systemgastronomie: Das Jahrbuch „Systemgastronomie in Deutschland“, 2013 in zwölfter Auflage erschienen.

Die Top 100 der größten Unternehmen bzw. Systeme der Gastronomie in Deutschland haben im Jahr 2012 mehr als 11 Milliarden Euro netto umgesetzt. Ein Umsatzplus von 3,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr bedeutete einmal wieder ein deutlich besseres Ergebnis als der Gesamtmarkt. Die Fachabteilung Systemgastronomie bringt seit 1991 die wachsende Bedeutung der Markengastronomie hinsichtlich Wirtschaftskraft und Arbeitsplatzangebot in das DEHOGA-Verbandsgeschehen und in Politik und Öffentlichkeit ein. Garant dafür ist Fachabteilungsvorsitzender Thomas Hirschberger, Gründer und Mitinhaber der Freizeitgastronomie-Formel „Sausalitos“ und Inhaber und Geschäftsführer des neuen Burger-Konzepts „Hans im Glück“, der gleichzeitig als stellvertretender DEHOGA-Präsident amtiert.

Die Systemgastronomie ist bunt: Mehr als die Hälfte der Top 100 (+48 aus der „ante portas“-Liste der Wirtschaftsfachzeitschrift foodservice) sind inhabergeführt. 16 Prozent – allerdings mit 57 Prozent der Umsätze – sind Global Player. Das größte Teilsegment mit über der Hälfte der Umsätze ist Quickservice/Fastfood. Auch in der Verkehrsgastronomie an Bahnhöfen, Flughäfen, Autobahnen spielt System eine ständig wachsende Rolle. Handels-, Fullservice- und Freizeitgastronomie sind kleinere aber wichtige und innovative Teilsegmente.

Über die Hälfte der rund 18.000 Betriebe der Top 100 sind in der Hand von Franchisenehmern, diese Expansionsform wird immer wichtiger.

„Die Sicherung des Managementnachwuchses bedeutet Zukunftssicherung.“

Plattform für die ganze Bandbreite der Systemgastronomie

Das Bedürfnis nach überregionalem und spezialisiertem Erfahrungsaustausch der in Filialen bzw. Franchisebetrieben multiplizierten Gastronomie organisierte sich zunächst in einem Arbeitskreis, bis die Vielzahl der Themen und die starke Expansion 1991 zur Gründung der Fachabteilung führten. Seitdem sind Lobbying und Networking die Säulen der täglichen Arbeit in der Fachabteilung.

Ein regelmäßiger Rundschreibendienst hält die Mitgliedsfirmen permanent auf dem Laufenden über Aktivitäten und neue Gesetze sowie deren Konsequenzen für die betriebliche Praxis. Problemthemen, die sich im Alltagsgeschäft eines Systemers ergeben, werden aufgegriffen und entsprechende

Lösungsangebote entwickelt. Zum tarifpolitischen Geschehen in den DEHOGA-Landesverbänden wird informiert und über die Mitglieder in den Tarifkommissionen der Landesverbände Einfluss genommen. Als bundesweite tarifliche Alternative wurde 1997 von einer eigens gebildeten Tarifgemeinschaft der Spezialtarifvertrag Systemgastronomie geschaffen. Auf den mindestens zweimal jährlich stattfindenden Mitgliederversammlungen steht der Erfahrungsaustausch zur Geschäftsentwicklung und zur Personalsituation im Vordergrund.

Nachwuchssicherung heißt Zukunftssicherung

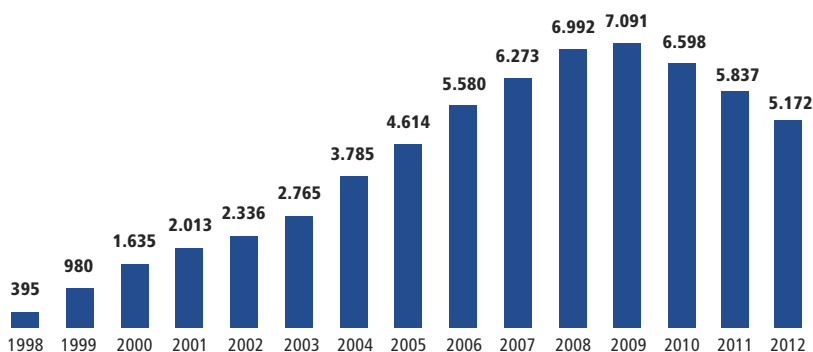
Von wahrhaft vitaler Bedeutung ist das Thema Aus- und Weiterbildung. Denn die Sicherheit des Managementnachwuchses bedeutet Zukunftssicherung – für das Ein-

zelunternehmen genauso wie für die gesamte Branche und in Zeiten eines drohenden Fachkräftemangels mehr denn je.

Wichtigste Säule: Der 1998 aus der Fachabteilung heraus entwickelte Ausbildungsberuf Fachmann/Fachfrau für Systemgastronomie Rund 5.200 junge Menschen befinden sich aktuell in dieser Ausbildung. Wie bei allen gastgewerblichen Berufen sind hier allerdings seit drei Jahren Rückgänge zu verzeichnen – eine Riesen-Herausforderung für die Nachwuchsarbeit der Branche.

Neben der anspruchsvollen kaufmännisch orientierten Ausbildung der Fachleute für Systemgastronomie nutzen viele Unternehmen der Systemgastronomie in den letzten Jahren auch zunehmend die differenzierten Möglichkeiten, die ihnen das duale System der gastgewerblichen Berufe bietet. In der Systemgastronomie werden jährlich mehrere hundert eher praktisch begabte Jugendliche für die zweijährige Ausbildung zur „Fachkraft im Gastgewerbe“ eingestellt und so fit gemacht für einen qualifizierten Einstieg in gewerbliche Aufgaben im systemgastronomischen Restaurant. Nach Erreichen des zweijährigen Berufsabschlusses kann die Ausbildung mit dem Ausbildungsziel „Fachmann/-frau für Systemgastronomie“ fortgeführt werden; Durchlässigkeit ist also gegeben. Darüber hinaus bilden die Unternehmen über das duale Studium ihren Managementnachwuchs aus. In der Weiterbildung spielt die IHK-Fortbildung zum Fachwirt / zur Fachwirtin im Gastgewerbe eine besondere Rolle.

Ausbildungsverhältnisse Fachmann/-frau für Systemgastronomie in allen drei Ausbildungsjahren



Quelle: DIHK; Stand: März 2013



Forum Systemgastronomie mit Nationalem Azubi-Award

Das 22. Forum Systemgastronomie am 8. Oktober 2013 anlässlich der Anuga in Köln erwies sich einmal mehr als Wissens-, Innovations- und Kommunikationsplattform der Branche (siehe Kapitel 1).

Emotionaler Höhepunkt der Veranstaltung war einmal mehr die Siegerehrung der zehn besten Teilnehmer des Nationalen Azubi-Awards Systemgastronomie – 2013 in seiner zwölften Auflage. 40 angehende bzw. frisch gebackene Fachleute für Systemgastronomie, die sich entweder in ihren Unternehmen oder über Landesmeisterschaften qualifiziert hatten, nahmen am großen Nachwuchswettbewerb der Markengastronomen teil und kämpften um die begehrten ersten Plätze. Zwei Tage lang hatten sie mit Können, Kreativität und Durchhaltevermögen um die Spitzenplätze gerungen. So mussten sie Fragen zum Personalwesen, Controlling, Marketing sowie zur Systemorganisation beantworten. Auch das Fachrechnen kam nicht zu kurz. Ein wichtiger Aspekt des Awards war wie jedes Jahr die Warenerkennung.



01 Alle waren strahlende Sieger: die Teilnehmer am Nationalen Azubi-Award Systemgastronomie. **02** Würdigte in seiner Rede die Wettbewerbsleistungen der Teilnehmer: DEHOGA-Präsident Ernst Fischer. **03** DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges gratuliert der Zweitplatzierten Theresa Schlacht, SSP, zu ihrem Erfolg. *Fotos: Thomas Fedra*

Die Platzierungen 2013

| | |
|-----------|-------------------------------------|
| 1. Platz | Franziska Baader, Bäckerei Tackmann |
| 2. Platz | Theresa Schlacht, SSP |
| 3. Platz | Ronny Schulze, Block House |
| 4. Platz | Hanna Russbild, McDonald's |
| 5. Platz | Marc-Julian Sterzik, Vapiano |
| 6. Platz | Philipp Meusel, IKEA |
| 7. Platz | Philipp Herrmann, Call a Pizza |
| 8. Platz | Daniel Orth, McDonald's |
| 9. Platz | Felia Glowalla, Nordsee |
| 10. Platz | Meike Freund, Cafe Extrablatt |

05

Impressionen vom Forum Systemgastronomie



Hier galt es, Gerätschaften zu identifizieren und Obstsorten, Kräuter oder Flüssigkeiten zu benennen. Die Teilnehmer stellten ihre Kenntnisse und Fähigkeiten außerdem bei einer anspruchsvollen Konzeptions- und Präsentationsaufgabe unter Beweis. Lebensnah ging es um die Gewinnung und ums Fitmachen neuer Azubis. Ganz praktisch wurde es einmal wieder in der Überraschungsaufgabe: Fachgerecht war eine Bestellung aufzunehmen und sodann ein Cappuccino zuzubereiten und zu servieren.

Als Auszeichnung für ihre herausragenden Kenntnisse gab es für die Auszubildenden nicht nur Urkunden und Medaillen, sondern Weiterbildungen und Lesestoff im Wert von über 20.000 Euro sowie viele hochwertige Sachpreise und Reisen. So konnte sich die Goldmedaillengewinnerin unter anderem über eine Reise nach New York, gesponsert von McDonald's, einen Weiterbildungsgutschein zur Fachwirtin im Gastgewerbe beim IST-Studieninstitut im Wert von 3.000 Euro sowie ein iPad, gesponsert von Nordsee, freuen.

Ewige Bestenliste des Nationalen Azubi-Awards

| | |
|-----------|----------------------|
| 1. Platz | McDonald's |
| 2. Platz | Maredo |
| 3. Platz | Hallo Pizza |
| 4. Platz | Burger King |
| 5. Platz | Nordsee |
| 6. Platz | Joey's Pizza Service |
| 7. Platz | LSG Sky Chefs |
| 8. Platz | IKEA |
| 9. Platz | Stockheim |
| 10. Platz | Le Buffet |



01



02



03



04

01 Heiß begehrt – die Medaillen des Wettbewerbs. **02** Freut sich mit den Preisträgern: Eva Rühle, Vorsitzende des Bundesausschusses für Berufsbildung im DEHOGA. **03** Moderierten die Siegerehrung: DEHOGA-Geschäftsführerin RA Sandra Warden und Jury-Vorsitzender Dierk Kraushaar. **04** Gespannte Zuhörer beim Forum Systemgastronomie auf der Anuga.

Fotos: Thomas Fedra

Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie

Kenner der Branche

Als Sprachrohr der Gemeinschaftsgastronomie setzt sich die Fachabteilung seit März 1999 für die Verbesserung der politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ein. Die Fachabteilung garantiert, dass den

spezifischen Bedürfnissen der gemeinschaftsgastronomischen Unternehmen optimal Rechnung getragen wird. Sie bietet die geeignete Plattform zum Erfahrungsaustausch unter Kollegen und für den Aufbau tragfähiger Beziehungen auf Bundesebene.

Gute Gründe für die Mitgliedschaft in der Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie im DEHOGA

- politische Interessenvertretung, wie zum Beispiel in Fragen der Steuergesetzgebung, des Arbeits- und Tarifrechts, des Hygienerechts usw.,
- Lobbyarbeit auf EU- und Bundesebene sowie Koordination auf Landes- und kommunaler Ebene,
- Öffentlichkeitsarbeit für die Gemeinschaftsgastronomie,
- tarifpolitische Interessenvertretung und entsprechender Erfahrungsaustausch,
- Informationsvorsprung durch aktuellen Rundschreibendienst,
- Plattform für Informations- und Erfahrungsaustausch,
- Förderung der Aus- und Weiterbildung für die gemeinschaftsgastronomische Branche sowie Zusammenarbeit mit Hotelfachschulen und Fachhochschulen,
- zentrale Anlauf- und Auskunftsstelle am Sitz der Bundesregierung in Berlin,
- Koordination der Zusammenarbeit mit anderen Organisationen,
- Kräftebündelung und Synergieeffekte unter dem Dach des DEHOGA Bundesverbandes,
- Rückgriff auf Spezialisten im DEHOGA, wie zum Beispiel auf das Referat für Steuern und Recht und ein
- attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis.



Präsentierten das Branchenspecial zur Gemeinschaftsgastronomie: Helmut Heinz (l.), Vorsitzender der Fachabteilung, und Burkart Schmid, Chefredakteur gv-praxis.

Die Wahrnehmung der ideellen, beruflichen, wirtschaftlichen und steuerlichen Belange der Gemeinschaftsgastronomie ist das erklärte Ziel der Fachabteilung. Von vitaler Bedeutung ist darüber hinaus die Förderung der beruflichen Aus- und Weiterbildung. Hierbei geht es vor allem um lückenlose Kommunikation und bestmögliche Abstimmung in allen Fragen rund um die Qualifikation des Nachwuchses.

Mit vereinten Kräften etwas bewegen, den Anliegen der Branche Gewicht verleihen – fast 50 erfolgreiche Gemeinschaftsgastronomen haben sich entschieden und sind Mitglied der Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie im DEHOGA Bundesverband geworden. Denn nur bei gleicher und auch nach außen erkennbarer Marschrichtung kann es gelingen, die zum Erreichen der gesetzten Ziele notwendige Präsenz in den Medien und bei der Politik zu erhalten.

Der professionellen Lobby- und Öffentlichkeitsarbeit kommt in diesem Zusammenhang die maßgebliche Bedeutung zu, ergänzt durch Imagebroschüren, Informationsflyer und Messeauftritte.



Erfolgsfaktor Kommunikation

Branchenkommunikation steht im Vordergrund, wenn sich die Mitglieder der Fachabteilung zu Mitgliederversammlungen treffen. Hierbei im Fokus: umfassender Erfahrungsaustausch zur aktuellen Geschäftsentwicklung, Diskussion drängender Fragestellungen sowie die Entwicklung innovativer Konzepte und zeitgemäßer Strategien. Trendtouren, Seminare und andere offizielle wie informelle Treffen bieten weitere Chancen zur wichtigen Netzwerkbildung.

Die Mitgliederversammlung fand am 18./19. November in Hofheim am Taunus statt. Das durch den Vorsitzenden Helmut Heinz, Airport Cater Service GmbH, organisierte Rahmenprogramm, der den Mitgliedern unter anderem einen wunderbaren Blick über Frankfurt auf dem „Main-Tower“ ermöglichte, wurde durch ein gemeinsames Abendessen am Vorabend der Mitgliederversammlung im Klosterhof in Frankfurt abgerundet. Das kommunikative Miteinander wurde zudem durch einen Besuch im ALEX Frankfurt Skyline Plaza fortgesetzt.

Im Vordergrund der am Folgetag stattfindenden Mitgliederversammlung stand neben der turnusmäßigen Neuwahl des Vor-

standes der Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie, in der der bisherige Vorstand in seinen Ämtern einstimmig besätigt wurde und für weitere vier Jahre ihre Ämter mit Freude und Enthusiasmus weiterführen wird, auch die Präsentation des Branchenspecials „Gemeinschaftsgastronomie – ein Zukunftsmarkt“, das in Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsfachzeitschrift gv-praxis entstand.

Die Gemeinschaftsgastronomie in Deutschland hat tiefgreifende Veränderungen erfahren und ist ohne Zweifel ein echter Zukunftsmarkt. Worauf kommt es dabei an? Was sind die entscheidenden Erfolgsfaktoren für die Zukunft? Worin bestehen die größten Herausforderungen für die Macher? Welche Unternehmen engagieren sich in der Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie?

Antworten auf diese Fragen sowie Zahlen, Daten und Fakten zu diesem facettenreichen Marktsegment bietet das Branchenspecial „Gemeinschaftsgastronomie – ein Zukunftsmarkt“ der Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie im DEHOGA Bundesverband. Niemals zuvor gab es solch eine umfangreiche und fundierte Themen- und Faktensammlung zur Leistungskraft der Gemeinschaftsgastronomie.

Einen bedeutenden Informationsvorsprung erhalten die Mitgliedsfirmen darüber hinaus mit dem regelmäßigen, aktuellen Newsletterdienst der Fachabteilung. Über sämtliche Gesetzesänderungen, tarifvertragliche Regelungen und deren Konsequenzen für die betriebliche Praxis sind die Mitglieder damit immer auf dem neuesten Stand. Branchenspezifische Themen werden prompt aufgegriffen und entsprechende Lösungsangebote umfassend und verständlich aufbereitet.

Stark im DEHOGA

Die Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie besitzt den satzungsmäßigen Zugang zu allen Entscheidungsgremien des DEHOGA Bundesverbandes und damit die Möglichkeit zur Mitgestaltung des Verbandsgeschehens.

Weiterhin engagieren sich Vertreter der Gemeinschaftsgastronomie im Bundesausschuss für Arbeitsmarkt und Tarifpolitik, im Berufsbildungs- und im Steuerausschuss sowie im Großen Vorstand des DEHOGA.

Der Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie im DEHOGA steht die gesamte Infrastruktur und das Know-how eines großen und etablierten Branchenverbandes zur Verfügung. Gemeinsam mit dem DEHOGA sichert die Fachabteilung in Berlin und Brüssel Gegenwart und Zukunft der Gemeinschaftsgastronomie und streitet für eine Politik, die unternehmerisches Handeln am Ende auch belohnt.



Dierk Kraushaar, Vorsitzender der Fachabteilung Bahnhofsgastronomie



© Peter von Bechen – pixelio.de

Fachabteilung Bahnhofsgastronomie

UNION Deutscher Bahnhofsbetriebe

Für die UNION Deutscher Bahnhofsbetriebe ist 2013 das 37. Jahr der Zusammenarbeit zwischen dem Verband des Deutschen Bahnhofhandels (VDB) und der Fachabteilung Bahnhofsgastronomie (FAB) im DEHOGA Bundesverband.

Bei beiden reicht die Tradition deutlich weiter zurück in die Vergangenheit. Der VDB wurde vor über 85 Jahren gegründet und die FAB geht auf den über 100 Jahre alten Verband der Bahnhofswirte zurück.

In der UNION sind rund 150 Unternehmen zusammengeschlossen, die den Großteil des an deutschen Bahnhöfen getätigten Umsatzes erwirtschaften und für deren Interessen die UNION gegenüber der Politik, den Medien und der Öffentlichkeit sowie der Deutschen Bahn (DB) eintritt.

Die Mitgliederstruktur im VDB weist eine große Bandbreite auf – von der Apotheke über den Dienstleister bis zum Fachgeschäft in den Bereichen Süßwaren, Bäckereien, Friseurhandwerk, Kleidung, Schuhe, Tabak sowie Presse und Buchhandel. Die UNION pflegt gleichzeitig eine enge Kooperation mit dem Verband Deutscher Bahnhofsbuchhändler.

Die FAB vereint ebenfalls alle Angebotsformen, die an deutschen Bahnhöfen anzutreffen und zugleich ein Spiegelbild des von einem schnellen Strukturwandel gekennzeichneten Marktes sind. Vom einfachen Imbiss, einer Milch-, Saft- oder Kaffeebar bis zu einer vielfältigen Systemgastronomie, und vom Anbieter ausländischer Imbisspezialitäten bis zur anspruchsvollen Speise- und Konferenzgastronomie.

Alle Mitglieder der UNION haben eine Gemeinsamkeit: Sie befinden sich in einem miet- oder pachtvertraglichen Verhältnis mit der Deutschen Bahn Station&Service AG (DB S&S).

Die Deutsche Bahn Station&Service AG ist eine 100-prozentige Tochter der Deutsche Bahn AG und für den Betrieb von 5.400 aktiven Bahnhöfen zuständig und bietet in ca. 1.250 Empfangsgebäuden Flächen zur kommerziellen Nutzung an.

Der Vermarktungsbereich ist zuständig für mehr als 1,2 Millionen Quadratmetern Geschäftsfläche in deutschen Bahnhöfen, die selbstverständlich in Konkurrenz zum Einzelhandel und zur Gastronomie in den Innenstädten und Einkaufszentren stehen. Insgesamt 4,1 Milliarden Reisende und



© SimmiSimons, istock

Besucher strömen jährlich – und mehr als 11 Millionen täglich – durch deutsche Bahnhöfe und sind somit potenzielle Kunden und Gäste.

Im Jahr 2012 hat die Deutsche Bahn ihren Umsatz um 3,7 Prozent auf 39,3 Milliarden Euro steigern können. Die Leistungsentwicklung war über die Geschäftsfelder gesehen jedoch unterschiedlich. So stand zum Beispiel einem Anstieg im Schienenpersonenverkehr ein konjunkturbedingter Rückgang in der Luftfracht und im Schienengüterverkehr gegenüber. Im Geschäftsfeld DB Netze Personenbahnhöfe, das für den Betrieb der Bahnhöfe zuständig ist, wurde ein Ergebnis von 1,1 Milliarden Euro erzielt – ein Plus von 2,3 Prozent.

Um gemeinsam mit der Deutschen Bahn über neue Wege nachzudenken, welche Marketingstrategien und Werbekonzepte bestehende Kunden binden und wie neue Kunden gewonnen werden können, treffen

sich Vertreter der UNION in regelmäßigen Abständen mit den Marketingverantwortlichen der Deutschen Bahn.

Die Mitglieder der UNION haben die Standortkampagne 2013 an den TOP 10 Bahnhöfen unterstützt. In Vorbereitung der Standortkampagne haben sich daher Mitglieder der UNION mit den Marketingverantwortlichen der Bahn in Fulda getroffen.

Mitgliederversammlung UNION Deutscher Bahnhofsbetriebe

Wichtige Termine im Verbandsleben sind ganz sicher die jährlichen Zusammenkünfte, die alternierend als Mitgliederversammlung oder zusätzlich in Verbindung mit einem Kongress stattfinden. Hier wird Rechenschaft abgelegt, über Trends referiert und diskutiert und nicht zuletzt werden in entspannter Atmosphäre unternehmerische Erfahrungen mit Verbandskollegen ausgetauscht.

1,2 Mio.

Quadratmeter Geschäftsfläche
in deutschen Bahnhöfen
zählen zum Vermarktungs-
bereich der Deutschen Bahn
Station&Service AG

Auf der diesjährigen Mitgliederversammlung, die am 22. Oktober in Berlin stattfand, standen eine Vielzahl interessanter Themen und der Erfahrungsaustausch zu den politischen Aktivitäten auf der Agenda. Über aktuelle politische Themen informierte die Hauptgeschäftsführerin des DEHOGA Bundesverbandes, Ingrid Hartges, in ihrem Grußwort.



01



Ulrich Weber (l.), BDT-Präsident, und RA Stephan Büttner, BDT-Geschäftsführer, kämpften in den GEMA-Verhandlungen für die Interessen der Discothekenbranche.



02

01 Hans-Bernd Pikkemaat begrüßt die Kollegen zum BDT-Unternehmerabend.
02 Der BDT-Unternehmerabend fand große Nachfrage.

Fachabteilung Discotheken

Bundesverband deutscher Discotheken und Tanzbetriebe e.V. (BDT)

Der Bundesverband deutscher Discotheken und Tanzbetriebe (BDT) ist der bundesweit agierende Berufsverband der Discothekenunternehmer und bildet die Fachabteilung Discotheken im DEHOGA Bundesverband. Der BDT vertritt die, von der traditionellen Gastronomie oftmals abweichenden, spezifischen Interessen der Club- und Discothekenbranche in der Öffentlichkeit und auf politischer Ebene.

Mit circa 2.000 Betriebsstätten, 30.000 Beschäftigten und einem Umsatz von über 720 Millionen Euro stellt die Discothekenbranche innerhalb des Gastgewerbes nur einen kleinen, aber dennoch bedeutsamen Wirtschaftsfaktor dar.

Als ein wesentlicher Teil der Nachtgastronomie sind Discotheken aus dem heutigen Erscheinungsbild vieler Städte und Gemeinden nicht mehr wegzudenken. Ein pulsierendes und faszinierendes Nachtleben gehört zum Flair und zu den besonderen Attraktionen einer Stadt. Die hohen Gästezahlen bestätigen dies in eindrucksvoller Weise. Discothekenbesuche nehmen im Freizeitverhalten der Jugendlichen nach wie vor einen sehr hohen Stellenwert ein.

Der Konkurrenzdruck hat allerdings in den letzten Jahren aufgrund des größer gewordenen Freizeitangebotes (zum Beispiel Internet, Fitnessstudios oder Multiplex-Kinos) sowie durch Veranstaltungen in Szene-,



Tanz-, Event- und Erlebniskneipen zugenommen. Hinzu kommt die ausufernde Zahl von schwarzgastronomischen Konkurrenzveranstaltungen auf der grünen Wiese, in Scheunen, Bauernhöfen oder Gemeindehallen, die vielfach ohne Beachtung der Sperrzeit, der gesetzlichen Hygiene-, Brandschutz- und Jugendschutzvorschriften etc. durchgeführt werden.

GEMA-Discothekentarif

Nach einem beiseitspiellosen Verhandlungsmarathon im Jahr 2013, an dem der BDT mit seinem Präsidenten Ulrich Weber und seinem Geschäftsführer Stephan Büttner teilgenommen hat, konnte man sich mit der



BDT-Round Table zum Thema „Quo vadis Discothekenbranche?“



Interessierte Zuhörer beim BDT-Fortbildungsseminar im Rahmen des Branchentreffs „disco contact“.

GEMA auf eine vertragliche Regelung bzgl. der im Streit stehenden Veranstaltungstarife verständigen. Der neue, ab dem 1. Januar 2014 in Kraft tretende Discothekentarif führt i.d.R. zu überwiegend moderaten, über mehrere Jahre verteilten Erhöhungen, für viele Betriebe aber auch zu Entlastungen. Nach vielen Monaten voller Ungewissheit und Existenzängsten besteht nun endlich Rechts- und Planungssicherheit für die gut 2.000 Clubbetreiber und Discothekenunternehmer.

Die bestehenden Tarife wurden in ihren Strukturen überarbeitet und grundsätzlich

linear ausgestaltet. Im Grundsatz gilt für alle Tarife: je größer der Veranstaltungsraum, je höher das Eintrittsgeld und je höher die Anzahl der Öffnungstage, umso stärker sind Clubs und Discotheken von Tariferhöhungen betroffen.

Nach der ursprünglichen GEMA-Tarifreform sollten Clubs und Discotheken durchschnittlich 400 bis 500 Prozent mehr bezahlen, teilweise sogar bis zu 1.000 Prozent. Erfreulich ist, dass diese utopischen Forderungen vom Tisch sind. Im Lichte der Schiedsstellenentscheidung, dass in Clubs und Discotheken eine sehr intensive Form

der Musikknutzung stattfindet, konnten die unvermeidbaren Tariferhöhungen durch eine achtjährige Einführungsphase gestreckt und allen Beteiligten Planungssicherheit gegeben werden.

Zudem konnte in 2013 erreicht werden, dass die GEMA-Vervielfältigungsgebühren, die bisher in Form eines Zuschlages in Höhe von 30 Prozent erhoben wurden, für den Discothekenunternehmer ersatzlos wegfallen!

BGH entscheidet über GVL-Forderung

Leider drohen den Discotheken weitere, urheberrechtliche Belastungen. Die GVL (Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrecht) fordert eine Verfünfachung ihrer Gebühren von derzeit 20 bzw. 26 Prozent auf 100 Prozent Zuschlag auf den GEMA-Tarif.

**Neuer GEMA-Tarif
für Discotheken**





Freut sich über den Discothekenunternehmerpreis 2013: Dirk Bamberger (M.) mit BDT-Präsident Ulrich Weber (L.) und BDT-Geschäftsführer Stephan Büttner.

Nachdem die Schiedsstelle und im Herbst 2012 das OLG München der GVL eine Erhöhung auf nur 30 Prozent zugesprochen hatte, wird nun der Bundesgerichtshof (BGH) abschließend darüber entscheiden, wie viel Wert die Rechte der GVL sind. Mit einem Urteil ist Ende 2014/Anfang 2015 zu rechnen.

Branchentreffen „Disco Contact 2013“

Kraftvoll und dynamisch zeigte sich auch 2013 wieder Deutschlands größtes Branchentreff für Discotheken, Clubs und Szenegastronomie. Am 21./22. Oktober fand in und um den sehenswerten Tanzpalast

„Aura“ in Ibbenbüren nahe Osnabrück das 12. Branchen-Meeting „disco contact“ statt. Das vom BDT, der Branchenzeitschrift „disco magazin“ und dem Aura-Team um Hans-Bernd Pikkemaat entwickelte Konzept aus Unternehmertreffen, Messe, Seminaren und einmaligem Nightlife-Angebot hat sich nicht nur bewährt, es wurde in diesem Jahr noch weiter ausgebaut.

Discothekenunternehmerpreis 2013

Der Bundesverband deutscher Discotheken und Tanzbetriebe e.V. (BDT im DEHOGA Bundesverband) hat auf dem wichtigsten

Meeting der Clubs und Discotheken, dem „disco contact“ in Ibbenbüren, vor über 400 Gastronomen die höchste Auszeichnung der Branche, den Discothekenunternehmerpreis für das Jahr 2013, verliehen. BDT-Präsident Ulrich Weber zeichnete Dirk Bamberger, Inhaber von fünf Discotheken in Baden-Württemberg, mit dem begehrten Branchen-Award aus. Der BDT als Berufsverband der Discothekenunternehmer verleiht jedes Jahr den Discothekenunternehmerpreis an Personen, die sich um das Ansehen des Deutschen Discothekengewerbes in hervorragender Weise verdient gemacht haben und mindestens 15 Jahre in der Discobranche tätig sind.



© Paul-Georg Meister – pixelrode



Reiner Worbs, Vorsitzender der Fachabteilung Catering

Fachabteilung Catering

Die Fachabteilung Catering im DEHOGA versammelt die größten Cateringunternehmen Deutschlands

Mit der Gründung der Fachabteilung Catering ist der DEHOGA Bundesverband seinem Anspruch gerecht geworden, Sprachrohr der gesamten gastgewerblichen Branche zu sein.

Die Cateringunternehmen sind attraktive Arbeitgeber mit hohen Qualitätsstandards und sozialer Verantwortung. Erklärtes Ziel der Fachabteilung ist es, die Interessen der deutschen Cateringbranche wahrzunehmen und diese der Öffentlichkeit und der Politik gegenüber zu vertreten. Reiner Worbs ist Vorsitzender der Fachabteilung und gleichzeitig Vorsitzender der Geschäftsführung der Dussmann Service Deutschland GmbH sowie Mitglied des Vorstandes der Dussmann Gruppe.

Die Position des Stellvertretenden Vorsitzenden bekleidet Jürgen Thamm von der Compass Group. Das Amt des Schatzmeisters nimmt Jörg Rutschke, apetito catering, wahr.

Als große Herausforderung sehen die Mitglieder der Fachabteilung die Herbeiführung der steuerlichen Gleichbehandlung im Sozialcatering. Ein weiteres Ziel ist die Erhöhung der Arbeitgeberattraktivität.

Die Fachabteilung sieht es als ihre Hauptaufgabe an, die wirtschaftliche Bedeutung, das Tätigkeitsspektrum sowie die Beschäftigungspotentiale der Branche in der Gesellschaft und der Politik bekannter zu machen.

Zu den Mitgliedern der Fachabteilung zählen die größten Cateringunternehmen Deutschlands: apetito catering B.V. & Co. KG, Aramark Holdings GmbH & Co. KG, Compass Group Deutschland GmbH, Dussmann Service Deutschland GmbH, Sodexo Services GmbH sowie SV (Deutschland) GmbH. Die Unternehmen erwirtschafteten 2012 einen Jahresumsatz von über zwei Milliarden Euro und beschäftigten über 40.000 Mitarbeiter.

Die Fachabteilung Catering ist die Nachfolgeorganisation des „Verbandes der Internationalen Caterer in Deutschland“ (V.I.C.), der sich 2011 auflöste.

6

Aus unseren Fachverbänden

Die zwei Fachverbände im DEHOGA sind der Hotelverband Deutschland (IHA) sowie die UNIPAS – Union der Pächter von Autobahn-Service-Betrieben.

Zusammen mit dem DEHOGA kämpfen sie für eine Verbesserung der Rahmenbedingungen für Gastronomie und Hotellerie in Deutschland.



Hotelverband Deutschland (IHA)



Profil

Der Hotelverband Deutschland (IHA) ist Ansprechpartner der Politik, Netzwerker der Hotellerie und Dienstleister der Branche. Ihm gehören rund 1.400 führende Hotels aller Marktsegmente aus Individual-, Kooperations- und Kettenhotellerie an. Gemeinsam mit dem DEHOGA Bundesverband vertritt er die Interessen der Hotellerie national und international gegenüber Politik und Öffentlichkeit. Die Mitglieder des Hotelverbandes profitieren von qualifizierten Dienstleistungen, die auf ihre speziellen betrieblichen Bedürfnisse abgestimmt sind und ihnen entscheidende geldwerte Vorteile bringen. Der Hotelverband ist zugleich Fachverband im DEHOGA Bundesverband.

Politische Schwerpunktthemen

Deutschland steht bei Reisenden aus dem In- und Ausland weiter hoch im Kurs. Nach drei Wachstumsjahren verlief die Umsatzentwicklung in der Hotellerie im Jahr 2013 stabil. Seit 2004 wächst der Deutschlandtourismus kontinuierlich über Europeaniveau. Mit 407 Millionen Übernachtungen wurde 2012 ein Rekordwert erreicht. Diese Entwicklung setzt sich auch 2013 fort auf voraussichtlich 412 Millionen Übernachtungen im Beherbergungsgewerbe.

Wie bereits in den letzten Jahren trugen besonders Touristen und Geschäftsreisende

aus dem Ausland zur Steigerung der Übernachtungszahlen bei. Das erneute deutliche Plus an Übernachtungen ausländischer Gäste spricht eindeutig für die verbesserte Wettbewerbsposition und die internationale Attraktivität unseres Preis-Leistungs-Verhältnisses. Die Reduzierung des Mehrwertsteuersatzes für Übernachtungsleistungen hat hierzu einen großen Beitrag geleistet und endlich Steuergerechtigkeit in Europa hergestellt.

Die Ende 2013 erlassene Abstellungsverfügung des Bundeskartellamtes gegen das marktführende Buchungsportal HRS hat der Hotelverband von Anfang an konstruktiv begleitet und begrüßt die Entscheidung der Wettbewerbshüter daher außerordentlich. Die Forderung von HRS nach den immer besten Preisen, Verfügbarkeiten und Konditionen der angeschlossenen Hotels über alle Online- wie Offline-Kanäle hat den Wettbewerb massiv beeinträchtigt. Die Verfügung des Bundeskartellamtes ist daher ein Befreiungsschlag für die Hotellerie. Sie kann der Branche die unternehmerische Entscheidungsfreiheit im Vertrieb und damit auch über das Produkt zurückbringen.

Durch das Urteil des OVG Münster zur Bettensteuer-Satzung der Stadt Dortmund konnte ein weiterer Meilenstein im Kampf der Hotellerie gegen die Gast und Hotelier gleichermaßen belastenden Matratzenmatten erzielt werden. Damit trotz der Un-

einsichtigkeit der einen oder anderen Kommune das Thema deutschlandweit faktisch vom Tisch sein (*mehr dazu im Kapitel 2.5*).

Im Fokus des Engagements des Hotelverbandes standen darüber hinaus die fragwürdige Gebührenpolitik der Kreditkartenorganisationen, die Revision der europäischen Pauschalreiserichtlinie, die Novellierung des Hotelbaurechts, des Brand-schutzes und der Barrierefreiheit, sowie die Themen IT-Sicherheit, Rundfunkfinanzierung, Online-Reputation Management, Haftungsfragen beim Internetzugang für Gäste u.v.m.

411,8

Millionen Übernachtungen
im Jahr 2013 – ein Rekordwert



01



02

01 Brancheninfos aus erster Hand: Der IHA-Vorsitzende Fritz G. Dreesen (r.) und Hauptgeschäftsführer Markus Luthé informieren über die Lage der Hotellerie.
02 IHA-Referent Tobias Warnecke, IHA-Vorsitzender Fritz G. Dreesen und IHA-Hauptgeschäftsführer Markus Luthé (v.l.) präsentieren den aktuellen Branchenreport.

Veranstaltungen

IHA-Hotelkongress

Der Jahreskongress des Hotelverbandes Deutschland vom 5. bis 7. Juni 2013 in der Europastadt Aachen stand im Zeichen der aktuellen Europapolitik und der Herausforderungen für die Branche durch die rasant zunehmende Digitalisierung aller Lebensbereiche. Rund 150 führende Hoteliers und

Hoteldirektoren trafen sich im Pullman Aachen Quellenhof, um sich aus erster Hand zu informieren und die Branchenpolitik mitzugestalten. Der IHA-Vorsitzende Fritz G. Dreesen rief die Hoteliers auf, sich noch stärker in die politische Interessenvertretung in Brüssel, Berlin und vor Ort einzubringen: „Lassen Sie uns auf allen Ebenen entschlossen gegen die grassierenden kommunalen Bettensteuern oder die immer wieder aufkeimenden Pläne zur Erhöhung der Mehrwertsteuer vorgehen!“

Anlässlich der abschließenden Mitgliederversammlung wurde Jörg Schiffmann, Vice President Operations Steigenberger Business Hotels, als Nachfolger für den in das Hotel Baur au Lac nach Zürich gewechselten Wilhelm Luxem in den IHA-Beirat gewählt. Neben den notwendigen Regularien standen insbesondere die Herausforderungen in der Online-Distribution im Mittelpunkt des Interesses. Sie bildeten auch den Schwerpunkt des diesjährigen Forums der Hotellerie, bei

dem hochkarätige Referenten den rund 200 Verbandsmitgliedern jede Menge Diskussionsstoff und wertvollen Input für ihren Geschäftsalltag lieferten:

- Malte Siewert, Geschäftsführer von trivago
- Sascha Hausmann, CEO von Stellant Partners
- Michael Mücke, Vorsitzender der Geschäftsführung Accor Hotellerie Deutschland GmbH
- Christian Rättsch, damals Leiter Marketing kleinere und mittlere Unternehmen, Telekom Deutschland GmbH
- Prof. Stephan Gerhard, Gründer & Geschäftsführer der TREUGAST Solutions Group
- Martin le Vrang, Team Leader „Skills“, Europäische Kommission
- Klaus-Heiner Lehne, Mitglied des Europäischen Parlamentes
- Nils Kernchen, Affiliation Director bei Taxeo S.à.r.l.



Foto: Andras Schmitter Fotografie

IHA-Vorsitzender Fritz G. Dreesen (r.) mit dem neuen Beiratsmitglied Jörg Schiffmann.



Volle Konzentration auf die Zukunftsthemen der Hotellerie beim IHA-Hotelkongress 2013.

Foto: Andras Schmitter Fotografie

Abgerundet wurde der Hotelkongress am Donnerstagabend durch eine festliche IHA-Gala im „Alten Kurhaus Aachen“.

Jahrespressekonferenz

Auf reges Medieninteresse stieß die Jahrespressekonferenz, die am 20. März 2013 in Berlin stattfand. Der IHA-Vorsitzende Fritz G. Dreesen und IHA-Hauptgeschäftsführer Markus Luthe berichteten über den anhaltenden Aufwärtstrend im Deutschlandtourismus, erklärten die Perspektiven der Branche und formulierten die Erwartungen der Hoteliers an die Politik. „Die Branche konnte auch dank des reduzierten Mehrwertsteuersatzes kräftig investieren und so ein noch besseres Preis-Leistungs-Verhältnis erzielen“, erläuterte Dreesen die Entwicklung. Lokale Handwerker und Zulieferer profitieren maßgeblich von den Investitionen. „Tausende Existenzen kleiner Familienunternehmen und Arbeitsplätze konnten so gesichert werden“, betonte Dreesen.

Trotz des Hintergrunds der Eurokrise zeigte sich die Hotellerie für 2013 wegen der weiterhin starken Binnennachfrage optimistisch. Der Hotelverband geht weiter von einem moderaten Wachstum der Umsätze um ein bis zwei Prozent aus. Voraussetzung dafür sei eine verlässliche und vernünftige Politik. Steuererhöhungen oder die Einführung von kommunalen Bettensteuern sind Gift für die weitere Entwicklung.

Services und Publikationen

Neben wirkungsvoller Lobbyarbeit für die Branche bietet der Hotelverband seinen Mitgliedern exklusiv professionelle und spezialisierte Dienstleistungen wie Fachseminare, aktuell zum Beispiel zu den Themen IT-Sicherheit, Online-Marketing, Datenschutz oder Arbeitsrecht, sowie Publikationen und attraktive Rahmenabkommen an.

Wichtigste Publikation des Hotelverbandes und unentbehrliches Nachschlagewerk für alle an der Branche Interessierten ist der jährlich erscheinende IHA-Branchenreport „Hotelmarkt Deutschland“.

Hierin untersucht der Hotelverband aktuelle Prozesse, Strategien und Strukturen auf dem heimischen Beherbergungsmarkt und beleuchtet detailliert die konjunkturelle Entwicklung. Die Studie ist ein profunder Indikator des Branchengeschehens und liefert belastbare Rahmendaten für alle Marktteilnehmer.

Hotelverband Deutschland (IHA)

Am Weidendamm 1A
10117 Berlin

Fon 030/59 00 99 69-0
Fax 030/59 00 99 69-9

office@hotellerie.de
www.hotellerie.de



Freundlicher Service an der italienischen Espresso-Bar. Foto: Tank & Rast

Unipas – Union der Pächter von Autobahn-Service-Betrieben e.V.



Die UNIPAS – Union der Pächter von Autobahn-Service-Betrieben e.V. – ist der Interessenzusammenschluss der Pächter von Autobahnbetrieben, d.h. von Autobahn-Raststätten und -Tankstellen. Eigentümer der Autobahnbetriebe ist die Autobahn Tank&Rast GmbH.

Das Jahr 2013 war für die UNIPAS ein von Herausforderungen geprägtes Jahr. Alle interessanten Themen wurden den Mitgliedern auf der Jahreshauptversammlung referiert, die am 19. und 20. November 2013 in Bremen stattfand.

Der UNIPAS Vorstand sieht seine Hauptaufgabe in der Unterstützung und Begleitung bei schwierigen Verhandlungen mit dem Verpächter so wie im Coaching der Kollegen in Fragen der Betriebsführung. Außerdem werden Dienstleistungsangebote im Markt

identifiziert, die den Mitgliedern die tägliche Arbeit erleichtern sollen.

Im Kooperativen System, eine franchise-ähnliche Vereinbarung, bringen sich die Pächter intensiv ein. Hier werden Marketingstrategien besprochen, Konzepte und Aktionen in enger Zusammenarbeit mit der Tank&Rast diskutiert und umgesetzt.

Die konstruktive Zusammenarbeit zwischen UNIPAS und Tank&Rast konnte in diesem Jahr fortgesetzt werden. In vielen Gesprächen werden alle bestehenden Probleme angesprochen und es wird gemeinsam nach Lösungen gesucht.

Ein positives Signal erhielt der Vorstand von UNIPAS seitens Tank&Rast im Hinblick auf die Vertragslaufzeiten der Pachtverträge, die sich für einen definierten Kreis ab dem

nächsten Jahr erhöhen sollen. Damit ginge ein lang gehegter Wunsch der Pächterschaft an den deutschen Autobahnen in Erfüllung; genaue Details sind noch zu führenden Gesprächen vorbehalten.

Änderungen hat es im Berichtszeitraum bei den Belieferungsrechten an den Tankstellen gegeben. Ca. 75 Stationen waren durch Beliefererwechsel von Umflogungen betroffen.

Weitere Themenfelder der Arbeit des Vorstandes betrafen beispielsweise das Cash-Management, Berufsunfähigkeitsversicherungen für Mitglieder und Disagiokosten bei Kreditkartenakzeptanz.

Die Umsatzentwicklung des Jahres 2013 hat sich besser als geplant entwickelt. Diese positive Entwicklung ist eine gute Ausgangsbasis für die zahlreichen Zukunftsprojekte.



Aufmerksame Teilnehmer bei der diesjährigen Jahreshauptversammlung in Bremen.

Union der Pächter von Autobahn-Service-Betrieben e.V. (UNIPAS)

Am Weidendamm 1A
10117 Berlin

Fon 030/72 62 52-46
Fax 030/72 62 52-42

info@unipas.de
www.unipas.de

Aus den DEHOGA- Landesverbänden

7



Lokal. Regional. National. Für einen schlagkräftigen Verband muss der DEHOGA überall gut aufgestellt sein – von der Orts- über die Landes- bis zur Bundesverbandsebene. Und das ist er.

Die 17 Landesverbände im DEHOGA garantieren den Mitgliedern eine optimale Ansprache, Kommunikation, Dienstleistung und Interessenvertretung vor Ort.

Mit den entsprechenden Sozialpartnern handeln die DEHOGA-Landesverbände die tariflichen Löhne und Arbeitsbedingungen aus.



01



02

01 Erfolgreiches DEHOGA-Frühlingsfest am 22. April 2013 in Stuttgart: Über 4.000 Mitglieder waren dabei. (Foto: Erwin Kiefer) **02** Die Initiative „Rathaus trifft Wirtshaus“, die der DEHOGA gemeinsam mit dem Gemeindetag Baden-Württemberg gestartet hat, brachte nicht nur spannende Diskussionen, sondern auch starke Medienresonanz.

Erfolgreiche Aktionen und Veranstaltungen prägten die DEHOGA-Verbandsarbeit im Jahr 2013 in Baden-Württemberg.

Über 4.000 Gastronomen und Hoteliers erlebten beim DEHOGA-Frühlingsfest am 22. April auf dem Cannstatter Wasen einen starken Wahlkampfauftritt im Festzelt. DEHOGA-Landesverbandspräsident Peter Schmid sorgte mit einer kämpferischen Rede für Beifallsstürme der Verbandsmitglieder, die aus allen Teilen des Landes mit Bussen gemeinschaftlich angereist waren. Schmid Forderungen: Planungssicherheit für die Hoteliers, die dank der 7%-Mehrwertsteuer seit 2010 massiv investiert haben, und Steuergerechtigkeit für die Gastronomie. Grünen-Bundesvorsitzender Cem Özdemir, Baden-Württembergs Finanz- und Wirtschaftsminister Nils Schmid (SPD) sowie die Landtagsfraktions-Vorsitzenden Peter Hauk

(CDU) und Hans Ulrich Rülke (FDP) standen im Zelt Rede und Antwort. Eine Live-Schaltung ins Festzelt der bayerischen DEHOGA-Kollegen, die am gleichen Tag ihren Ministerpräsidenten Horst Seehofer zu Gast hatten, komplettierte den rundum positiven Gesamteindruck dieser Veranstaltung.

Rathaus trifft Wirtshaus

Die Zukunftsperspektiven der Dorfgastronomie standen im Mittelpunkt der Veranstaltungsreihe „Rathaus trifft Wirtshaus“: Insgesamt sechsmal brachte der DEHOGA Kommunalpolitiker und Gastronomen in typischen Dorfgasthäusern zusammen. Unter dem Motto „Miteinander statt übereinander reden“, ging es darum, Chancen und Perspektiven der Gastronomie im ländlichen Raum auszuloten und aktiv zu verbessern – z.B. durch die bessere Zusammenarbeit von Gastronomie, Kommunen und

Vereinen. Die Veranstaltung sorgte nicht nur für viele gute Anregungen und ein besseres gegenseitiges Verständnis, sondern auch für beachtliches Medieninteresse: Zeitungen, aber auch private und öffentlich-rechtliche Fernsehsender berichteten positiv über „Rathaus trifft Wirtshaus“. Die Reihe wird 2014 fortgesetzt.

1.300 Azubis beim DEHOGA-Karrieretag

Ein voller Erfolg war der erste DEHOGA-Karrieretag am 10. Juli im Europapark Rust: 1.300 Auszubildende der Branche aus ganz Baden-Württemberg kamen zu diesem Event und ließen sich von einem starken Programm begeistern. Die Busfahrten zur Veranstaltung waren von den gastgewerblichen Landesberufsschulen in Baden-Württemberg organisiert worden – ein Beispiel für die gute Zusammenarbeit der Partner

Wechsel an der Spitze

Fritz Engelhardt führt seit dem 25. November 2013 den DEHOGA Baden-Württemberg. Der 55-jährige Hotelier aus Pfullingen wurde bei der Delegiertenversammlung in Reutlingen einstimmig zum Nachfolger von Peter Schmid gewählt. Schmid war nach 12 Jahren als Präsident des Landesverbandes nicht mehr zur Wiederwahl angetreten und wurde nach dem harmonischen Amtswechsel ebenfalls einstimmig zum Ehrenvorsitzenden des DEHOGA Baden-Württemberg gewählt.

Fritz Engelhardt gehört bereits seit November 1997 dem Landesvorstand des DEHOGA Baden-Württemberg an – seit 2001 bis zu seiner Wahl ins Präsidentenamt als stellvertretender Landesvorsitzender. Seit 2005 ist Engelhardt Vorsitzender des DEHOGA-Bundesausschusses für Arbeitsmarkt und Tarifpolitik, seit November 2013 auch Mitglied des DEHOGA-Präsidiums auf Bundesebene.

Fritz Engelhardt (links) nach seiner Wahl zum Vorsitzenden des DEHOGA Baden-Württemberg mit seinen Amtsvorgängern Peter Schmid und Ernst Fischer.



im dualen Ausbildungssystem. In Rust schilderten Vorbilder wie Sternekoch Frank Oehler (Speisemeisterei Stuttgart), „Rocking Chef“ Ralf Jakumeit und Angela Herold, Gewinnerin des Deutschen Hotel-Nachwuchspreises, ihren ganz persönlichen Karriereweg. Show-Einlagen und Informationen über die Karrieremöglichkeiten im Gastgewerbe komplettierten das Programm.

Erfolgreiche Hygieneoffensive

Zum erfolgreichen „Dauerbrenner“ entwickelt sich die 2012 gestartete DEHOGA-Hygieneoffensive in Baden-Württemberg.

2013 fanden insgesamt 41 Schulungsveranstaltungen organisiert von den DEHOGA-Kreisstellen im Land statt. Seit Start

der Hygieneoffensive haben über 9.000 DEHOGA-Mitglieder und Mitarbeiter von Mitgliedsbetrieben Schulungsveranstaltungen besucht – ein starker Beitrag des Verbandes zum Verbraucherschutz im Land, der nicht nur bei den Mitgliedern sehr gut ankommt, sondern auch in Politik und Medien positive Resonanz findet. Die Hygieneoffensive wird 2014 fortgesetzt.



01



02

01 Gelungene Premiere: Beim ersten DEHOGA-Karrieretag in Rust waren über 1.300 Auszubildende der Branche dabei.

02 Promis und bekannte Persönlichkeiten aus der Branche berichteten beim Karrieretag über ihren ganz persönlichen Karriereweg.

7

Bayern

Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern e.V.

Wir sind Tourismus. Wir sind Bayern.

HOGA 2013

Das Jahr begann mit einem kommunikativen Paukenschlag: Mit der Branchenmesse HOGA in Nürnberg. Vier Tage gab das Gastgewerbe eine hervorragende Visitenkarte für die wirtschaftliche Entwicklung der Branche ab. So konnte die Messe sowohl bei den Zahlen der Anbieter als auch bei der Fläche zulegen und hat sich mit über 35.000 Besuchern mittlerweile unter den TOP 3 der gastronomischen Fachmessen etabliert.

GastroFrühling 2013

Der GastroFrühling wurde mit 3.500 Besuchern in zwei Festzelten zu einem eindrucksvollen Auftakt des Wahljahres 2013. Präsident Ulrich N. Brandl nutzte die Gelegenheit, vor Ministerpräsidenten Horst Seehofer, seinem Stellvertreter und gleichzeitig Wirtschaftsminister Martin Zeil sowie vielen weiteren Politikern aus Europa, Bund und Land einmal mehr die Forderungen der Branche zu verdeutlichen. Die Liveschaltung nach Stuttgart, wo der DEHOGA Baden-Württemberg zeitgleich feierte, zeigte eindrucksvoll die Stärke



Mit einem ganz neuen Standkonzept präsentierte sich der DEHOGA Bayern. Große Bilder, jede Menge Raum für Kommunikation und viele Beratungsbereiche machten den Stand nicht nur zum Mittelpunkt der Halle, sondern auch zum kommunikativen Treffpunkt der gesamten Branche.

des Gastgewerbes. Zusammengekommen setzten sich auf beiden Veranstaltungen mehr als zehn Prozent aller im DEHOGA organisierten deutschen Hoteliers und Gastronomen für faire Wettbewerbsbedingungen für das Gastgewerbe ein.

Bayerischer Tourismustag

Ganz im Zeichen des Themas „Unser Wirtshaus – Ein Kulturgut im Wandel“ stand der Bayerische Tourismustag. Prof. Dr. Hans Hopfinger stellte die vom DEHOGA Bayern initiierte Studie „Genuss mit Geschichte? Die Wirtshauskultur im Wandel“ vor. Das Kofeferat hielt Kabarettist Django Asül, der das Thema Wirtshauskultur hintersinnig amüsant, jedoch nicht weniger bedeutungsvoll aufbereitete. Der bayerische Wirtschaftsstaatssekretär Franz-Josef Pschierer erkannte die Bedeutung des Themas an und versicherte, dass Wirtschaftsministerin Ilse Aigner und er Tourismus zur Chefsache ge-

macht haben. Abgerundet wurde der Tag durch Best-Practice-Beispiele sowie eine tiefgründige Podiumsdiskussion.

TOP-Ausbildungsbetrieb

Auf Basis des GastroManagementPasses (GMP) hat der DEHOGA Bayern die Zertifizierung TOP-Ausbildungsbetrieb konzipiert, die die hervorragende Qualität eines Ausbildungsbetriebes belegt. Ausgezeichneten Betrieben liegt die Ausbildung und Förderung junger Menschen ganz besonders am Herzen. In ihnen sind Schulpatenschaften, Qualitätspraktika, Ausbildungspaten, eine hohe Fachkompetenz, Prüfungsvorbereitung, Mitarbeitergespräche und eine begleitete Karriere gelebte Praxis. Ziel ist eine wertschätzende Ausbildung mit verlässlichen Ausbildungsbedingungen, die von den Auszubildenden durch ein gelebtes Dazugehörigkeitsgefühl und mit Stolz auf ihren TOP-Ausbildungsbetrieb auch nach außen getragen wird.



01



02



03

01 Ministerpräsident Horst Seehofer mit Präsident Ulrich N. Brandl und dem Jugendmeister Kochshowteam auf dem GastroFrühling 2013. 02+03 Die Worte von Wirtschaftsstaatssekretär Franz-Josef Pschierer und Kabarettist Django Asül zum Thema Wirtshauskultur kamen bei den rund 1.000 Besuchern des Tourismustages sehr gut an.



01 Anlässlich der Wahlen des Präsidiums blieb alles beim „Alten“: Mit Präsident Ulrich N. Brandl (Mitte), der 1. Vizepräsidentin Angela Inselkammer (3. v.l.), dem 2. Vizepräsidenten Thomas Förster (5. v.l.), Schriftführer Ralf Barthelmes (6. v.l.) sowie Schatzmeisters Thomas Domani wurde das Präsidium in ihren Ämtern bestätigt. Komplettiert wird es durch die beiden Fachbereichsvorsitzenden Monika Poschenrieder (Gastronomie, 2. v.l.) und Stefan Wild (Hotellerie, 1.). **02** Branchenpolitische Basisarbeit leistete der DEHOGA Bayern auf den Parteitagen der im Bayerischen Landtag vertretenen Parteien, hier bei der CSU.

Schulverpflegung

Unter dem Motto „Wirte kochen für Kinder“ bietet der DEHOGA Bayern Seminare zur Schul- und Kindertagesstättenverpflegung an. Damit sollen auch Gastronomen im ländlichen Raum in die Lage versetzt werden, freie Kapazitäten im Mittagsgeschäft zu nutzen. Zielsetzung ist eine gesunde, dezentrale Verpflegung der Kinder, aber auch eine individuelle Betreuung der Wirte unter den Gesichtspunkten einer klaren Ausrichtung und der Rentabilität des Angebotes.

Ausgezeichnete Bayerische Küche

2013 wurde der seit 1977 alle drei Jahre stattfindende Wettbewerb Bayerische Küche in die Klassifizierung „Ausgezeichnete Bayerische Küche“ überführt.

Statt Medaillen wird ab sofort die gehobene bayerische, regionale und saisonale Küche durch die Vergabe von bis zu drei Rauten ausgezeichnet. Die Gesamtbewertung setzt sich aus den vier Gruppen Produktqualität, Dienstleistungsqualität, „Vor den Kulissen“ mit Raumgestaltung und Tischkultur sowie „Hinter den Kulissen“ mit den Schwerpunkten Küche, Hygiene und Organisation zusammen.



Homepage

Der neugestaltete Internetauftritt des DEHOGA Bayern ist online: Neue Optik, bewährte Inhalte. Zeitgemäßer, frischer und luftiger waren unter anderem die Ziele der Neugestaltung. Und das Ergebnis kann sich sehen lassen. Neben den bewährten Inhalten finden User nun die meistgeklickten Formulare und Dokumente zentral im Downloadcenter. Die aktuellsten Themen werden auf der Startseite in einem Slider dargestellt, somit ist mit nur einem Klick der Zugriff auf die neuesten Inhalte gewährleistet. Selbstverständlich ist die Homepage www.dehoga-bayern.de zugleich auch zentrale Kommunikationsdrehscheibe für die sozialen Netzwerke wie Facebook, Twitter, Google+, Youtube, Blog & Co.

Politik

Basis der branchenpolitischen Erfolge war der kontinuierliche Kontakt zu allen im Landtag vertretenen Parteien sowie allen bayerischen Abgeordneten auf Bundes- und Europaebene. Zudem war der Verband als parteiunabhängige Institution mit seinen Themen auf allen entsprechenden Parteitagen präsent. Im Rahmen regelmäßiger parlamentarischer Frühstücke und Abende wurden intensive und zugleich sehr konstruktive Ge-

spräche mit allen Fraktionen geführt. Ein konkretes Ergebnis dieses Austausches ist die Lockerung des Tanzverbots an Stillen Tagen, um die jahrelang gerungen worden war. Zusätzlich hat der Verband auf gemeinschaftlichen Pressegesprächen mit Politikern aller Parteien das Investitionsverhalten der Hotellerie anschaulich aufgezeigt. In deren Nachgang wurde eine eigene Kampagne mit Investitionskarte, -tafel und -uhr gestartet, die mittlerweile in der öffentlichen Diskussion eine unentbehrliche Argumentationshilfe geworden ist. Angesichts der zunehmenden Bedeutung der Europäischen Union hinsichtlich Gesetzesinitiativen war der DEHOGA Bayern auch immer wieder in Brüssel vor Ort. Genutzt wurde die gesamte kommunikative Bandbreite, angefangen von Wirtschaftsgesprächen im kleinen Kreis bis hin zum politischen Oktoberfest.

Kooperationen

Um branchenpolitische Themen erfolgreich und gebündelt an die Politik heranzutragen, wurde die Zusammenarbeit mit anderen touristischen Verbänden intensiviert. So gab es öffentlichkeitswirksame Gemeinschaftsveranstaltungen, teils sogar gemeinsame Positionspapiere, mit dem Bayerischen Heilbäder-Verband, dem Landesverband der Campingwirtschaft in Bayern, dem Bayerischen Brauerbund, den Privaten Brauereien Bayern, dem Fränkischen Weinbauverband, dem Bund der Selbständigen, dem Fleischerverband Bayern sowie dem Bayerischen Landesverband der Marktkaufleute und der Schausteller.

Wer gut ausbildet, sollte auch darüber reden – und für sich werben

Ausbildungsqualität hat Priorität, das haben sich Berliner Betriebe der gleichnamigen, auf Freiwilligkeit beruhenden DEHOGA Berlin-Initiative auf die Fahnen geschrieben. Gestartet im Oktober 2012, nehmen mittlerweile 42 Betriebe daran teil. Diese Betriebe bilden rund 1.080 junge Menschen aus, was etwa einem Viertel der Auszubildenden im Berliner Gastgewerbe entspricht.

Quelle: IHK Berlin



„Bei dieser Initiative wollen wir die Betriebe in den Vordergrund stellen, die in hoher Qualität ausbilden und somit zur dringend notwendigen Fachkräftesicherung für das Berliner Gastgewerbe beitragen“, so Willy Weiland, Präsident des DEHOGA Berlin. „Das dient nicht zuletzt bester Servicequalität für unsere Gäste und damit dem Image Berlins“.

Mit der neuen und in Deutschland in dieser Form einzigartigen Initiative ist die Berliner Branche Trendsetter, andere DEHOGA-Landesverbände haben inzwischen Interesse an dem Konzept bekundet.

Jungen Menschen bietet die Initiative eine Orientierungshilfe bei der Wahl ihres Ausbildungsplatzes und den teilnehmenden Betrieben die Möglichkeit, ihre Ausbildungsqualität – falls notwendig – zu optimieren. In verschiedenen Arbeitsgruppen des DEHOGA Berlin wurden Leitsätze erarbeitet, an denen sich Ausbildungsbetriebe orientieren sollen, um den Bedürfnissen der zukünftigen Fachkräfte gerecht zu werden. Eine Kommission befasst sich in regelmäßigen Abständen mit den Kriterienkatalogen und Standards der Initiative.

Für Nachhaltigkeit sorgt eine Befragung der Auszubildenden, die zweimal pro Jahr stattfindet und dann mit den teilnehmenden Betrieben ausgewertet wird. Hierbei werden Angaben der Betriebe den Einschätzungen der Auszubildenden gegenübergestellt. Die teilnehmenden Betriebe erhalten die betriebsbezogene Auswertung mit eventuellen Handlungsempfehlungen sowie eine anonymisierte Zusammenfassung als Benchmark. In einer Online-Datenbank können die Ergebnisse für das eigene Unternehmen eingesehen und auf Wunsch mit den anderen Betrieben anonymisiert verglichen werden. Außerdem ist es möglich, Best Practice-Beispiele zu hinterlegen und den anderen Betrieben der Initiative somit zugänglich zu machen.

Die bisherigen Ergebnisse zeigen, dass die Angaben der Betriebe durch die Auszubildenden weitestgehend, jedoch nicht alle, bestätigt werden. Offenbar kommen Angebote der Betriebe nicht bei allen Azubis an. Eine Frage der Kommunikation oder der Umsetzung in den Abteilungen?

Durchweg positiv werden die fachliche und soziale Kompetenz der Ausbilder und das Arbeitsklima in den Unternehmen bewertet. Ausbaufähig sind u.a. die Bereiche Karriereplanung, Teilnahme an externen Projekten/Wettbewerben sowie die Transparenz der Arbeitszeitkonten.

„Wenn Unternehmen aus Hotellerie und Gastronomie im Wettbewerb um zukünftige Fachkräfte mit anderen Branchen nicht das Nachsehen haben wollen, dann müssen sie sich in der Öffentlichkeit als attraktive Ausbildungsbetriebe präsentieren. Wer gut ausbildet, sollte zudem auch selbstbewusst darüber reden. Wir sind davon überzeugt, dass wir damit die teilnehmenden Betriebe bei der Besetzung ihrer Ausbildungsplätze unterstützen, aber auch Bewerbern Hilfe bei der Wahl des Ausbildungsbetriebes bieten.“ fasst Gerrit Buchhorn, Geschäftsführer des DEHOGA Berlin, zusammen.



GEMEINSAM FÜR FACHKRÄFTE

Das Fachkräfteportal der IHK Berlin unterstützt Unternehmen bei der Fachkräftesicherung.



© DEHOGA/Thomas Fedra



Matthias Diether vom Restaurant First Floor, u.a. als Berliner Meisterkoch 2013 ausgezeichnet, gibt Schülerinnen wertvolle Tipps.



lecker & fit, das erfolgreiche Schulprojekt

Im Februar 2013 startete das DEHOGA Berlin-Pilotprojekt „lecker & fit“, unter der Schirmherrschaft von Sandra Scheeres, Senatorin für Bildung, Jugend und Wissenschaft. Für Schülerinnen und Schüler einer Integrierten Sekundarschule hieß es: Ärmel hoch, Schürzen um, Hände gründlich waschen und unter professioneller Anleitung schnippeln, rühren und braten, was das Zeug hält. Auf dem Lehrplan stand: Wie ernähre ich mich lecker gesund, integriere die Zubereitung der Mahlzeiten in meinen Tagesablauf und habe Spaß dabei. Berliner Spitzenköche zeigten an praktischen Beispielen, wie das funktionieren kann.

Möglich ist das Projekt ausschließlich dank des Engagements und Sponsorings der DEHOGA Berlin-Betriebe und des persönlichen Einsatzes der Köche. So konnten alle Maßnahmen innerhalb des Projekts für die Teilnehmer kostenfrei angeboten werden, sie gelten als schulischer Pflichtunterricht. Auf Grund der positiven Resonanz seitens der Jugendlichen startete das erfolgreiche Projekt im September 2013 mit bereits drei Schulen in die nächste Runde. Zudem war es Bestandteil der Berliner Wertewochen Lebensmittel „In den Topf statt in die Tonne“ als Aktion zum Thema Wertschätzung von Lebensmitteln.





01 Auftakt des Tages der Brandenburgischen Tourismuswirtschaft in Cottbus mit Mike Bischoff, Präsident des Landesverbandes der Campingwirtschaft Land Brandenburg e.V. (l.), Gunter Fritsch, Präsident des Landtages Brandenburg (2.v.l.) und Olaf Schöpe, Präsident des DEHOGA Brandenburg e.V. **02** Auch eine Verlosung durfte beim diesjährigen Azubitag nicht fehlen.

„Tag der Brandenburgischen Tourismuswirtschaft“ in Cottbus

Der „Tourismus-Tag“ wurde durch den DEHOGA Brandenburg gemeinsam mit dem Ministerium für Wirtschaft und Europaangelegenheiten, dem Landestourismusverband Brandenburg e.V., der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH wie auch erstmals dem Verband der Campingwirtschaft im Land Brandenburg und damit von allen touristischen Interessensvertretern des Landes Brandenburg ausgerichtet.

Im Mittelpunkt standen die Zukunftstrends der digitalen Kommunikation und der Umgang mit den neuen Medien.

Wie auch in den letzten Jahren zeigte die hohe Resonanz der über 300 anwesenden Touristiker, Gastronomen und Hoteliers, dass der Tag der Tourismuswirtschaft für viele ein Jahres-Fixpunkt geworden ist. Mit dem Schwerpunkt auf die Zukunftstrends der digitalen Kommunikation hat die Tourismus-

branche im Land Brandenburg einmal mehr gezeigt, dass sie sich vorausschauend auf die digitalen Ansprüche und Herausforderungen im Wettbewerb mit anderen Destinationen zu behaupten weiß.

Workshops über die Markenführung im Social Web oder der mediengerechten Darstellung der eigenen Website sowie der Blick in die Zukunft von Harry Gatterer über den Wandel im Tourismus zeigten die Vielfalt und Bandbreite der Veranstaltung.

Auf Expansionskurs: AZUBITAG des DEHOGA Brandenburg

Der AZUBITAG des Dehoga Brandenburg weckte sowohl an Schulen als auch bei Hoteliers und Gastronomen so großes Interesse, dass er in diesem Jahr an zwei Standorten, Potsdam und Cottbus, durchgeführt worden ist.

Mit der Einbindung des AZUBITAGES in die „IMPULS“, die größte Bildungsmesse und Jobbörse im Land Brandenburg, wurden in

Cottbus 5.500 Schülerinnen und Schüler erreicht.

Ob in Potsdam oder Cottbus: Die Azubitage waren mit zahlreichen Mitmach-Aktionen vom Eindecken einer Festtafel, dem Beziehen eines Hotelbettes bis zum Fehlercheck beim Zimmer House-Keeeping, wahre Publikumsmagneten.

Über 30 Unternehmen, von der Systemgastronomie bis zum Fünf-Sterne-Haus, informierten über die vielfältigen Berufs- und Karrieremöglichkeiten im Gastgewerbe, luden zu Schnupperpraktika ein und führten Bewerbergespräche.

„Für mich ist das Gastgewerbe die faszinierendste Branche der Welt“, so Gondra Wettley, Vorsitzende der Fachgruppe Berufsbildung im DEHOGA Brandenburg und Direktorin des Hotel Steigenberger in Potsdam. „Gastgeber zu sein und die Wünsche meiner Gäste umzusetzen, erfüllt mich auch noch nach über 30 Berufsjahren mit großer Freude“.

Erfolgsfaktor Nachhaltigkeit im Gastgewerbe – Wie man mit Nachhaltigkeit Geld verdienen kann.

Nachhaltigkeit ist das Zukunfts- und Innovationsthema: ökologisches und nachhaltiges Wirtschaften wird zu den zentralen Zukunftsaufgaben im Tourismus und speziell im Gastgewerbe.

Vor diesem Hintergrund hat der DEHOGA Brandenburg das Transnationale Projekt zur Nachhaltigkeit im Gastgewerbe initiiert und setzt damit seinen, schon vor Jahren begonnenen Fokus, auf Regionalität und Nachhaltigkeit (Schaffung einer Plattform für regionale Produkte, Transnationales Projekt zur Stärkung von regionaler Kulinarik) fort.

Als starke und kompetente Partner begleiten das Beratungsunternehmen PROJECT M, die LEUPHANA Universität Lüneburg sowie der Transnationale Partner, die Agentur Südtirol Marketing, das Projekt. Südtirol nimmt durch seine Positionierung als KlimaLand in Europa eine Vorreiterrolle ein, wenn es um die Bereiche ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit, die Verwendung regionaler Produkte sowie der Pflege von Tradition und Alltagskultur geht. Schwerpunkt des Projektes sind Erfolgsstrategien und -beispiele im nachhaltigen Tourismus.

Das bis März 2015 befristete Projekt wird gefördert durch das Ministerium für Arbeit, Soziales, Frauen und Familie aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds und des Landes Brandenburg.



Zeigen gemeinsam Flagge für das Brandenburger Gastgewerbe: Olaf Schöpe, Präsident des DEHOGA Brandenburg, Ralf Christoffers, Minister für Wirtschaft und Europaangelegenheiten, und Olaf Lücke, Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Brandenburg e. V. (v.l.).

„HoGa aktiv“ – Impulse für Weiterbildung und Fortbildung in der Branche

Die Initiative „HoGa aktiv“ wurde über den DEHOGA Brandenburg und die Gewerkschaft NGG ins Leben gerufen und wird seit Januar 2013 durch die hiba impulse gmbh Berlin (Heidelberger Institut Beruf und Arbeit) umgesetzt. Insgesamt haben sich 25 Mitglieder bereit erklärt, ihre Mitarbeiter zur Qualifizierung anzumelden. Ziel des Projektes ist es die Weiterbildung von Fach- und Führungskräften in den Unternehmen zu fördern, das Betriebsklima zu verbessern und soziale und Fachkompetenzen jedes einzelnen Mitarbeiters an sich verändernde Markterfordernisse anzupassen.

Die Initiative wird über das Bundesprogramm „Initiative-Weiter-Bilden“, der Sozialpartnerrichtlinie des Bundes über Mittel des Europäischen Sozialfonds, Mittel des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales sowie aus Freistellungskosten der Unternehmen für ihre Beschäftigten finanziert.

Für 2014 stehen knapp eine halbe Million Euro bereit, um die betriebliche Weiterbildung von Facharbeitern und Führungskräften zu unterstützen. Insgesamt ist vorgesehen, dass bis Ende 2014 aus den beteiligten Betrieben Mitarbeiter und Führungskräfte in ca. 25.000 Teilnehmerstunden qualifiziert werden.

Erfolgreiche Lobbyarbeit in der Region

Dank eines starken Auftretens des DEHOGA Brandenburg und dem gemeinsamen Schulterschluss mit dem Industrie- und Handelsverband und der Handwerkskammer konnte in Potsdam eine zusätzliche Belastung für die Unternehmen vermieden werden. Weder Tourismusabgabe noch Bettensteuer fanden eine Mehrheit in der Stadtverordnetenversammlung. Es zeigt sich, dass eine starke Interessenvertretung auf politische Entscheidungen Einfluss nehmen kann und der DEHOGA Brandenburg als Repräsentant der wichtigsten Branche im Land Brandenburg eine Führungsrolle eingenommen hat.



01 Voller Einsatz der Azubis auf der Ausbildungsmesse. 02 DEHOGA Bremen-Präsident Detlef Pauls (2.v.r.), Hauptgeschäftsführer Thomas Schlüter (2.v.l.), Geschäftsführer Jörg Jarchow (l.) Studienrat Bernd Pietzer vom Schulzentrum Rübekamp informierten die Besucher am Messestand.

Berufsnachwuchs im Fokus des DEHOGA Bremen

Schulzentrum Rübekamp, Koch-Club Bremen, Ho.Re.B und DEHOGA Bremen präsentierten gastgewerbliche Ausbildungsberufe auf der Ausbildungsmesse „Job4u“

Bei hochsommerlichen Temperaturen strömten am ersten Septemberwochenende Jugendliche scharenweise auf den Bremer Marktplatz, um sich auf der Ausbildungsmesse „Job4u-ESF“ an 71 Ständen über Ausbildungsberufe, Studienmöglichkeiten und Praktika zu informieren.

Am und im Pavillon des DEHOGA Bremen ging es richtig zur Sache: Die sich auf dem Stand präsentierenden Azubis der „weißen“ sowie der „schwarzen“ Zunft hatten alle Hände voll zu tun. Vor den Augen der interessierten Jugendlichen wurden Cocktails, Crêpes und ein Dessert auf Mascarpone-Basis hergestellt und zur Verköstigung gereicht.

Hierbei wurde der Berufsnachwuchs tatkräftig von Berufsschullehrern des Schulzentrums Rübekamp wie auch dem Koch-Club Bremen sowie der Jugendwartin und dem Landesverbandsvorsitzenden des Landesverbandes Hotel- und Restaurantfachkräfte in Bremen, kurz Ho-Re.B., unterstützt.

Zudem beantworteten die Auszubildenden kompetent und engagiert Fragen rund um die acht gastgewerblichen Ausbildungsberufe, die im Bundesland Bremen erlernt werden können.

Auch die anwesenden Berufsschullehrer, die Verbandsfunktionäre des Ho.Re.B. sowie die Mitarbeiter des DEHOGA Bremen führten viele Gespräche mit interessierten Jugendlichen und informierten über die einzelnen Berufsbilder.

„Fair genießen in Bremen“

Faire Produkte in Bremens Gastronomie und Einzelhandel

Egal ob Kaffee, Tee, Kakao oder Fruchtsäfte, viele Produzenten können von den Erlösen ihrer Erzeugnisse nicht leben. Der Faire Handel möchte das ändern.

Fairer Handel steht für mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel, so dass auch Produzenten und Arbeiter aufgrund fairer Bedingungen menschenwürdig leben können.

Wo aber können die Betriebe des Gastgewerbes und des Einzelhandels fair gehandelte Produkte beziehen? Unterstützung bietet hier nun der Wegweiser „Fair genießen in Bremen“. Es handelt sich hierbei um eine Broschüre zum Fairen Handel für Gastronomie und Einzelhandel in Bremen, die die Bevollmächtigte Bremens beim Bund und für Europa gemeinsam mit dem DEHOGA Bremen und dem Handelsverband Nordwest sowie dem Wirtschaftssenator herausgebracht hat.

Mit „Fair genießen in Bremen“ wird den Unternehmen des Gastgewerbes und des Einzelhandels im Bundesland Bremen nicht nur ein schneller Überblick über die Vielfalt von fairen und nach haltigen Siegeln liefert; es werden zudem Möglichkeiten zur Beschaffung fairer Produkte in Bremen aufgezeigt und Kontakte für weitere Informationen zu Produkten des Fairen Handels aufgeführt.

Den Geschäftsführern Thomas Schlüter vom DEHOGA Bremen und Wolfgang Brakhane vom Handelsverband Nordwest war es bei der Erstellung des Wegweisers sehr wichtig, etwas Ansprechendes für die Praxis zu schaffen, das gern gelesen wird. „Mit „Fair genießen in Bremen“ wollen wir einen aktiven Beitrag leisten, Angebot und Nachfrage fair gehandelter Produkte in Bremen schneller zueinander zu führen“, so Schlüter.



Das Logo der Initiative Fairtrade Bremen.

Berufsausbildung in Hamburgs Hotellerie und Gastronomie

Die Bedeutung unserer Branche spiegelt sich in den hohen Ausbildungszahlen wider. So konnten bei den Freisprechungsfeiern im Januar und im Juni 2013 insgesamt 745 jungen Nachwuchskräften zu ihrer erfolgreich bestandenen Prüfung in allen sechs Ausbildungsberufen gratuliert werden. Im Sommer 2013 wurden gemeinsam mit der zuständigen Gewerbeschule gut 700 Auszubildende zu ihrer Ausbildungssituation befragt. Die Auswertung läuft noch und soll die Grundlage für die neugeschaffene „Qualitätsoffensive Ausbildung“ bilden.

Lebenslanges Lernen

Berufliche Qualifikation hört mit dem Gesellenbrief nicht auf. 2012 konnte mit Unterstützung der Böttcher-Stiftung die „Culinary School“ ins Leben gerufen werden. Sie bietet ausgelernten Köchen in Tageskompaktkursen zu Themen wie „Fisch und Krustentiere“ oder „Suppen-Dressings-Fond“ praxisbezogene Kochkurse an. Unter Leitung von Jörg Nöcker und Thorsten Behnk aus der Hamburger „Küchenpraxis“ verfeinerten knapp 50 Köche in vier Seminaren ihre Fachkenntnisse.

Seit mehr als 40 Jahren bietet der DEHOGA Hamburg Köchen die Möglichkeit, sich zum Geprüften Küchenmeister qualifizieren zu lassen. Dieser Vorbereitungskurs war mit 12 Teilnehmer/Innen gut besucht, und es gelang sieben Köchen, die sehr anspruchsvolle Prüfung erfolgreich zu bestehen.

87. INTERNORGA vom 8. bis 13. März 2013

Wie bereits in den Vorjahren waren die Norddeutschen Landesverbände des DEHOGA mit einem Stand im „Forum Gastgewerbe“ auf der 6-tägigen Fachmesse vertreten. Rund 90.000 Besucher aus 35 Nationen machten aus der mit über 1.200 Ausstellern ausgebuchten Messe ein „Nr. 1-Ereignis“ der Branche. Die INTERNORGA zählte in diesem Jahr beeindruckende 63 Prozent Stamm- und 37 Prozent Erstbesucher. Dazu steigt die Besucherqualität kontinuierlich: 53 Prozent aller Besucher sind in leitender Position tätig. Insgesamt erklärten beachtliche 99 Prozent der Messebesucher, dass sie mit der INTERNORGA zufrieden waren.

Deutsche Jugendmeisterschaften: Toller Sieg für das Hamburger Team

Bei den 34. Deutschen Jugendmeisterschaften in den gastgewerblichen Ausbildungsberufen vom 2. bis 4. November bestieg das Hamburger Team in jeder Kategorie das Siebertreppchen. Insgesamt traten 48 angehende Hotel- und Restaurantfachleute sowie Köche aus 16 DEHOGA-Landesverbänden im Steigenberger Grandhotel Petersberg in Königswinter bei Bonn gegeneinander an, um die „Deutschen Jugendmeister 2013“ zu ermitteln. Die Hansestadt entsandte Julia Paleit vom Novotel Hamburg Alster, Michelle Steffenhagen vom Le Méridien Hamburg, und Ole Kurth vom SIDE Hotel. In der Kategorie „Hotelfach“ gab es für Julia Paleit Silber.



01



02

01 Die 2. und 3. Plätze erzielte das tolle Hamburger Team mit Restaurantfachfrau Michelle Steffenhagen (l) vom Le Méridien Hamburg, Ole Kurth, Koch vom SIDE Hotel, und Hotelfachfrau Julia Paleit (r) vom Novotel Hamburg Alster. **02** Gruppenbild mit Dame: die „frisch gebackenen“ Küchenmeister mit dem Prüfungskommissionsvorsitzenden Hartmut Woesner (l.).

Bei den Restaurantfachleuten erzielte Michelle Steffenhagen den dritten Platz, ebenso errang Ole Kurth bei den Köchen den dritten Platz. Das Team überzeugte die Jury bei der Mannschaftsbewertung und erhielt Silber.

DEHOGA Sommerempfang: Philipp Rösler zieht die Besucher in seinen Bann

Der DEHOGA Hamburg begrüßte am 5. August 2013 zum nunmehr 12. Mal knapp 600 Gäste im Garten des Anglo-German Club an der Außenalster. Repräsentanten aus Politik und Wirtschaft trafen auf Hoteliers und Gastronomen und nutzten den Abend für einen regen Gedankenaustausch. In gewohnter Weise wurden die Gäste mit



01



02

01 Gelöste Stimmung herrschte im Garten des Anglo-German Clubs **02** Genossen die Veranstaltung: Gerald Pütter (Anglo-German Club), Burkhardt Müller-Sönksen (FDP) Katja Suding (FDP), DEHOGA-Hamburg-Präsidentin Rose Pauly, Bundeswirtschaftsminister Dr. Philipp Rösler (v.l.n.r.).

den kulinarischen Köstlichkeiten aus der Küche des Anglo-German Clubs verwöhnt. Als Ehrengast konnte Bundeswirtschaftsminister Rösler gewonnen werden, der mit seiner packenden Rede für Begeisterung bei den Gästen sorgte. „Die Tourismusbranche in Deutschland ist enorm stark und wandert von Rekord zu Rekord. Vom Wachstum her liegt Hamburg als Tourismusdestination auf Platz eins in Deutschland“, so Rösler.

9. Treffpunkt Nord – Altbewährtes trifft Innovation

Am 16. September luden zum neunten Mal die fünf norddeutschen DEHOGA-Landesverbände zum *treffpunkt nord* in die Fischauktionshalle ein. Wie in den vergangenen

Jahren führte ein gut gelaunter Marc Bator als Moderator durch dieses Spitzen-Event. In ihrer Eröffnungsrede sprach DEHOGA-Hamburg-Präsidentin Rose Pauly zunächst die Wichtigkeit der kurz bevorstehenden, richtungsweisenden Bundestagswahl mit all ihren Konsequenzen an und wies auf die Bedeutung für das Gastgewerbe hin.

Höhepunkt des Abends war die Verleihung des Carlsberg Preises. In der Kategorie „Bestes Gastronomie-Konzept“ ging der Preis an Jeanette Thieme, Betreiberin der drei Feinkostgeschäfte „die Ahrenshooper, die Zingster und die Wustrower Scheune“ auf der Halbinsel Darß. Als „Bestes Hotelrestaurant“ wurde das „La Belle Epoque“ im Columbia Hotel Casino Travemünde durch Frank Ma-

ßen, Vorsitzender der Geschäftsführung von Carlsberg Deutschland, und Ulrich Jungk, stellvertretender Chefredakteur der Allgemeinen Hotel- und Gastronomie-Zeitung, gewürdigt. Die Arbeit des Küchenchefs Kevin Fehling ist deshalb so bemerkenswert, weil er dank handwerklicher Perfektion und seiner Liebe zu ungewöhnlichen Aromen in Rekordzeit zum jüngsten Drei-Sterne-Koch in Deutschland aufsteigen konnte.

Den Titel „Bester Traditionsbetrieb“ hatte aus der Sicht der Jury das „Gasthaus Offen“ in Hamburg-Lemsahl verdient. Die Familie Pieper führt das Haus mit langer Tradition und serviert ihren Gästen die Klassiker der deutschen Gasthausküche in vorzüglicher Qualität und in heimeliger Umgebung.

Zum vierten Mal wurde auch der Preis für den „Besten Einsteiger“ vergeben. Dieser ging an die „Speise- und Schankwirtschaft Bullerjahn“ im alten Göttinger Rathaus. Der *treffpunkt nord* gilt als größte Abendveranstaltung Norddeutschlands für die Hotellerie und Gastronomie und findet mittlerweile auch außerhalb der Fachmedien große Beachtung.



Den Carlsberg Preis für ihre überdurchschnittliche Gästeorientierung erhielten die Betriebe „Ahrenshooper, Zingster und Wustrower Scheune“, das Familienunternehmen „Gasthaus Offen“, der „Bullerjahn“ sowie das Hotelrestaurant „La Belle Epoque“ (v.l.n.r.).



Die Vertreterinnen und Vertreter der hessischen Landtagsfraktionen diskutierten im Rahmen der Podiumsdiskussion „Gastgewerbe wählt!“ im Kloster Arnsburg in Lich über branchenrelevante Themen. (V. l.): Peter Stephan (CDU), Sabine Waschke (SPD), Jörg-Uwe Hahn (FDP), Martina Feldmeyer (Bündnis90/Die Grünen), Hermann Schaus (Die Linke).

Die Landtagswahlen in Hessen, eine überlegte und nachhaltige Lobbyarbeit, die Umsetzung der Neuausrichtung der Hessischen Jugendmeisterschaften in den gastgewerblichen Ausbildungsberufen sowie der Ausbau der unterschiedlichen Dienstleistungsangebote für die DEHOGA-Mitgliedschaft kennzeichneten die Arbeit des DEHOGA Hessen im Jahr 2013.

Landtagswahlen in Hessen – Gastgewerbe wählt

Was haben Hoteliers und Gastronomen in Hessen von den Parteien nach dem 22. September 2013 zu erwarten?

Diese Frage wurde anlässlich der vom DEHOGA Hessen veranstalteten Podiumsdiskussion „Gastgewerbe wählt!“ im Kloster Arnsburg in Lich vor rund 120 Gastronomen im Vorfeld zur Landtagswahl diskutiert. Die Vertreterinnen und Vertreter der Landtagsfraktionen führten unter der Moderation von Peter Hanack (Frankfurter Rundschau) eine kontroverse Diskussion über Mindestlohn, Tourismusfinanzierung, Bettensteuer und Hygieneampel. Klare Aussagen der Spitzenpolitiker und eine harte, aber faire Überprüfung der Positionen der Politik zu den zentralen Anliegen des Gastgewerbes prägten den Meinungsaustausch.

Hessische Jugendmeisterschaften mit neuem Konzept

Seit über 30 Jahren gibt es in Hessen die Jugendmeisterschaften in den gastgewerblichen Ausbildungsberufen. Erstmals fand in 2013 dieser Wettbewerb unter neuen Bedingungen und mit einer neuen Konzeption statt. Zugunsten eines attraktiveren, zeitgemäßen und öffentlichkeitswirksamen Landeswettkampfes auf höchstem Niveau wird seit 2013 auf regionale Meisterschaften verzichtet. Aus dem theoretischen Vorentscheid in allen hessischen Bezirken qualifizieren sich nunmehr, statt der bisher sechs, zwölf Auszubildende direkt für die Landesjugendmeisterschaft. Der DEHOGA Hessen verfolgt im Wesentlichen mit dieser Konzeption zwei Ziele: Zum einen eine echte Steigerung der Attraktivität der Hessischen Jugendmeisterschaft, zum anderen eine Erhöhung der Siegeschancen zugunsten der Hessischen Landesjugendmeister im Rahmen der nachgelagerten Bundesjugendmeisterschaft eines jeden Jahres. „Bildung und Ausbildung junger Menschen ist und bleibt die größte Aufgabe und Herausforderung unserer Gesellschaft. Wir als ausbildende Betriebe und als Branchenverband tragen eine entsprechend hohe Verantwortung. Wir fördern und begleiten junge Menschen bei ihrem Hineinwachsen in den Beruf und auf ihrem wei-

teren Entwicklungs- und Lebensweg. Geist, Idee und Konzeption dieser Meisterschaften sind richtungsweisend für die Zukunft von Gastronomie und Hotellerie und lassen uns hoffnungsvoll nach vorne blicken“, so Gerald Kink, Präsident des DEHOGA Hessen über die Hessischen Jugendmeisterschaften.

DEHOGA Hessen – Ausbau der Dienstleistungen für die Mitgliedschaft

Vor zwei Jahren haben die Mitglieder des DEHOGA Hessen eine Verbandsreform beschlossen, die im Wesentlichen eine Umstrukturierung der Verbandsorganisation beinhaltet, mit der Zielsetzung, den DEHOGA Hessen zu einem modernen und effizienten Dienstleister umzubauen und eine Stärkung des Verbands für die Mitgliedschaft in allen Belangen rund um das hessische Gastgewerbe herbeizuführen. Entsprechend dieser Zielsetzung wurde in 2013 das Angebot von DEHOGA Hessen-Seminare ausgebaut. Mit über 40 Seminaren und 500 Teilnehmerinnen und Teilnehmern geht der DEHOGA Hessen den richtigen und entscheidenden Weg, Hoteliers, Gastronomen, Mitarbeitern in Hotellerie und Gastronomie, Seiteneinsteigern, Aushilfen und Auszubildenden in Hessen eine praxisorientierte Möglichkeit zur ständigen, qualifizierten Weiterbildung anbieten zu können.



01

01 Festlicher Rahmen: Erstmals fanden die Jugendmeisterschaften im renovierten und neu erstrahlten Gesellschaftshaus Palmengarten in Frankfurt am Main statt. **02** Das Schlosshotel Kronberg ist bereits seit 2002 offiziell vom DEHOGA klassifiziert, im Juli 2013 erfolgte nach umfangreichen Baumaßnahmen die Hochstufung auf „5 Sterne Superior“, der höchsten deutschen Klassifizierungsstufe.



02

Im nunmehr zweiten Jahrgang berichtet das verbandseigene Magazin DIE GASTGEBER über aktuelle Brancheninformationen, Trends, Wirtschaft und Recht und zeigt Positive Beispiele für innovative Ideen erfolgreicher Unternehmerinnen und Unternehmer in Hessen auf. Ein besonderes Highlight in 2013: DIE GASTGEBER konnte durch Exklusiv-Interviews mit dem hessischen Ministerpräsidenten Volker Bouffier und seinem Herausforderer Thorsten Schäfer-Gümbel die hessische Landtagswahl aus Sicht der Gastgewerbebranche begleiten und somit die

Mitgliedschaft exklusiv über entscheidungsrelevante Branchenthemen informieren.

Seit Juli 2013 erhalten die Mitglieder des DEHOGA Hessen einen neuen Mitgliedsausweis in Scheckkartenformat. Mit diesem Ausweis haben Mitglieder ihre Mitgliedsnummer immer griffbereit und sichern sich so viele Vorteile, mit denen sie Geld sparen können. Darüber hinaus zeigt der DEHOGA Hessen-Mitgliedsausweis die Zugehörigkeit zum Branchenverband des Gastgewerbes.

Tourismusverbänden wurden rund 100 Hotels in Hessen identifiziert, die im Internet oder auf anderen Werbeträgern mit „Sternen“ werben, obwohl sie nicht offiziell vom DEHOGA klassifiziert sind. Inzwischen kann die Aktion, die auch in 2014 weitergeführt werden wird, als großer Erfolg bezeichnet werden: Von den 100 abgemahnten Betrieben haben sich bis zum Jahresende 2013 bereits 47 Betriebe offiziell klassifizieren lassen.

Hotelsterne: Hokla-Offensive 2013

Zur Stärkung des Systems der Deutschen Hotelklassifizierung und im Interesse der klassifizierten Beherbergungsbetriebe geht der DEHOGA Hessen seit dem letzten Jahr kompromisslos gegen Hotels vor, die mit Sternen gegenüber ihren Gästen ein Qualitätsversprechen abgeben, das sie gar nicht einhalten. Daher wurde im März 2013 eine Offensive gestartet, um dem zunehmenden „Sterne- Wildwuchs“ Einhalt zu gebieten: In einer groß angelegten Internet-Recherche sowie in Zusammenarbeit mit den lokalen

Neuaufgabe Restaurantführer von Hessen à la carte

Deutschlands älteste Restaurantkooperation Hessen à la carte präsentierte 2013 die nunmehr siebte Auflage ihres Restaurantführers. Mit dieser Publikation weckt die Kooperation erneut Lust auf die Vielfalt der hessischen Küche. Auf 122 Seiten werden 82 Hessen à la carte-Betriebe vorgestellt, die eine überprüfte hessentypische Produkt- und Angebotspalette auf hohem Niveau anbieten. Die Kooperation Hessen à la carte wurde 1990 auf Initiative des DEHOGA Hessen und des Hessischen Tourismusverbandes als Reverenz an die hessische Regionalküche gegründet.



Optimistisch dank Mehrwertsteuerreduzierung

Auf der Jahrespressekonferenz der lippischen Wirtschaftsverbände hob DEHOGA Präsident Alfred Lohoff die Bedeutung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes für den Tourismus hervor. Lohoff machte gegenüber den zahlreichen Pressevertretern deutlich, dass der Tourismus in der Region, auch Dank der Einführung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes auf Beherbergungsleistungen, seit 2001 kontinuierlich wächst. Der Spielraum durch die Mehrwertsteuerreduzierung wurde insbesondere auch von den lippischen Betrieben genutzt, um zu investieren und dem Gast damit ein sichtbar besseres Preis/Leistungsverhältnis bieten zu können. Große Sorgen machen dem DEHOGA Präsidenten, trotz der positiven Grundstimmung in der Branche, die ständig steigenden Energiepreise. Auch das zum 1.5.2013 in NRW eingeführte neue Nichtraucherschutzgesetz trübt die Stimmung bei den gastgewerblichen Unternehmern im Kreis Lippe. Sie befürchten einen massiven Umsatzrückgang durch diese unnötige staatliche Reglementierung.

Schälen für die gute Sache

Sie boten nicht nur ihre Dienstleistung an, sondern baten auch um Spenden für die gute Sache: Die Mitglieder des DEHOGA Ortsvereins Detmold, die auch in diesem Jahr wieder ihre Spargelschälaktion unternommen haben. Diesmal war der Erlös für



Die Vertreter der lippischen Wirtschaftsverbände stellten sich den Fragen der Journalisten: DEHOGA-Präsident Alfred Lohoff, Vorsitzender Professor Dr. Gunther Olesch vom Arbeitgeberverband Lippe, Handwerkskammerpräsident Gerd Töpfer, IHK-Präsident Ernst-Michael Hasse und Vorsitzender Thomas Voss vom Handelsverband Lippe (v.l.).

den ambulanten Hospiz- und Palliativberatungsdienst Lippe bestimmt.

Neue Ausbildungskampagne gestartet

Angesichts des weiter sinkenden Interesses junger Menschen eine Ausbildung in der lippischen Gastronomie zu beginnen, hat der DEHOGA Landesverband Lippe seine Maßnahmen zum Auszubildenden-Marketing mit einer neuen Ausbildungskampagne verstärkt.

Die Studierenden der Fachhochschule für Hotels und Gaststätten am Felix-Fechen-

bach-Berufskolleg in Detmold entwickelten dazu im Rahmen ihres Unterrichts im Fach Marketing im Auftrag des DEHOGA Lippe griffige Slogans, die die jugendliche Zielgruppe für das Berufsfeld Hotellerie und Gastronomie ansprechen sollen.

Die Mitglieder des Arbeitskreises Ausbildung im DEHOGA Lippe wählten anschließend aus den 42 Slogans die besten aus. Die Siegermotive erscheinen nun auf Postkarten und Bierdeckeln, sowie auf Plakaten und informieren mit einem Q-R Code versehen die potentiellen Auszubildenden über die gastronomische Ausbildung und deren Möglichkeiten.





01 Über die große Resonanz der Spargelschälaktion freuten sich die Mitglieder und Ehrenamtsträger des DEHOGA Ortsvereins Detmold. **02** Wer keine Politik macht, mit dem wird Politik gemacht: Verbandspräsident Alfred Lohoff konfrontierte die lippischen Bundestagskandidaten: Ute Koczy (Bündnis 90/Grüne), Cajus Caesar (CDU), Dirk Becker (SPD), Bernd Wobig (Linke), Markus Schiek (FDP) und Wilk Spieker (Linke), mit dem DEHOGA-Wahlcheck (v.l.n.r.). **03** Mit den neuen Ausbildungsbotschaftern des DEHOGA Lippe (vorn v.l.n.r.) Daniel Holzkämper, Olga Kuhn, Anna-Katharina Lemke und Jasmin Krug freuten sich (hinten v.l.n.r.) Markus Rempe (LippeBildung eG) Kerstin Blanke (Liebharts Weindiele), Kai Buhrke (DEHOGA Lippe) Holger Lemke (Windmühle Fissenknick, Horn-Bad Meinberg), Sven Jacobi (Felix-Fechenbach-Berufskolleg), Birgit Lemke (Windmühle Fissenknick, Horn-Bad Meinberg) und Horst Tappe (DEHOGA Lippe).

DEHOGA Wahlcheck mit Bundestagskandidaten

Zahlreiche Gastronomen und Hoteliers aus ganz Lippe nutzten die Gelegenheit am 12.9.2013, mit den lippischen Kandidaten für die anstehende Bundestagswahl die brennenden Themen der Branche zu diskutieren.

„Die Kandidatenrunde ist eine erstklassige Gelegenheit, um im direkten Gespräch mit den Bundestagskandidaten zu erfahren, wie sie sich zu den wichtigsten Themen der Branche stellen“, so Verbandspräsident Alfred Lohoff.

Ausbildungsbotschafter des DEHOGA Lippe vorgestellt

Jedes Jahr entscheiden sich fast 50 Prozent der Abgangsschüler für dieselben 10 Berufe.

Andererseits bleiben viele Lehrstellen, gerade in der Gastronomie, unbesetzt. Um diesem Ungleichgewicht entgegenzuwirken, hat der DEHOGA Lippe jetzt seine Ausbildungsbotschafter aktiv im Einsatz. Diese werben in Schulen, bei Ausbildungsbörsen und in Jobmessen für weniger nachgefragte, aber zukunftsträchtige Berufe im Gastgewerbe.

Im Rahmen einer Feierstunde in den Räumlichkeiten des Kooperationspartners Lippe Bildung eG wurden jetzt Auszubildende des 2. Ausbildungsjahres in das Ehrenamt des/der Ausbildungsbotschafters/-botschafterin eingeführt.

Kai Buhrke, Geschäftsführer des DEHOGA Lippe, betonte bei der öffentlichen Vorstellung der Ausbildungsbotschafter die Vorteile:

„Durch Ihre Nähe zu den Schülerinnen und Schülern gelingt es Ihnen, diese für Ihren Ausbildungsberuf zu begeistern und glaubhaft veraltete Vorstellungen und Klischees über unsere Branche aufzulösen“.

Vizepräsident Horst Tappe ergänzte: „Den Schülerinnen und Schülern wird durch den Besuch eines Ausbildungsbotschafters in ihrer Schule die Möglichkeit geboten, Wissen und Erfahrung aus erster Hand zu bekommen und gezielte Fragen über den Ausbildungsberuf und die duale Ausbildung zu stellen“.

Für ihre Besuche in den 8. und 9. Klassen der allgemeinbildenden Schulen nutzen die Ausbildungsbotschafter umfangreiche Materialien des DEHOGA, wie z.B. den Azubi-Bewerberknigge, der potentiellen Auszubildenden im Gastgewerbe die Bewerbung deutlich erleichtert.



01 Das neue siebenköpfige Präsidium des DEHOGA MV: Ralf Schlüter (Arbeitsmarkt, Steuern, Recht), Karl-Heinz-Jahnke (2. Vizepräsident, Vorsitz der Fachgruppe Gastronomie), Guido Zöllick (Präsident), Jana Maiwirth (Berufsbildung, Jugendarbeit), Jörg Pommerening (1. Vizepräsident, Vorsitz Fachgruppe Hotellerie), Thomas Glass (Vorsitz Fachgruppe Marketing), Hans-Jürgen Pingel (Schatzmeister) (v.l.n.r.). **02** DEHOGA MV Hauptgeschäftsführer Matthias Dettmann im Gespräch mit Frank Junge, MdB (l.) und Tilo Gundlack, MdL (r.) zur Beibehaltung der reduzierten Mehrwertsteuer auf Beherbergungsleistungen. Gleichzeitig thematisierte Dettmann mit den beiden SPD-Abgeordneten die berechnete Forderung nach fairer Besteuerung aller lebensmittelverarbeitenden Branchen in Deutschland.

Aktive politische Lobbyarbeit mit dem DEHOGA Wahlcheck

Der DEHOGA MV war mit seinem Präsidium sowie seinen Regional- und Kreisverbänden in unzähligen Diskussionsrunden und Einzelgesprächen aktiv, um den Kandidaten zur Bundestagswahl die Erwartungen der Hoteliers und Gastronomen an die Politik nahezubringen. Jeder Unternehmer konnte sich anhand der Antworten auf die gestellten Fragen selbst ein Bild machen, wen er bei der Wahl mit seiner Stimme unterstützt und welche Konsequenz seine Entscheidung möglicherweise auf die politischen und damit wirtschaftlichen Rahmenbedingungen des Gastgewerbes hat.

Brennpunktthema – reduzierte Mehrwertsteuer auf Beherbergungsleistungen

Zentrales Anliegen war u.a. die Beibehaltung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes auf Beherbergungsleistungen. Der Deutsch-

landtourismus boomt. Das ist im Wesentlichen auch auf die Absenkung der Mehrwertsteuer auf Beherbergungsleistungen zurückzuführen. Viele Unternehmen nutzten dieses „Konjunkturpaket“, um kräftig in ihr Produkt zu investieren. Das Preis-Leistungsverhältnis und die Qualität der Hotelleistung wurden deutlich verbessert. Durch die Maßnahme wurden viele Hoteliers in die Lage versetzt, den Investitionsstau abzubauen.

Die Bilanz für Mecklenburg-Vorpommern kann sich dabei auch im bundesweiten Vergleich durchaus sehen lassen. Eine Stichprobe bei 120 Mitgliedern des Verbandes belegt deutlich, dass die Hoteliers mit Hilfe der finanziellen Spielräume durch die Mehrwertsteuersenkung erheblich in Neuanschaffungen, Renovierungen sowie An- und Umbauten investiert haben.

Der DEHOGA MV steht zu diesem und zu weiteren Themen in regem Kontakt mit der Landesregierung und fordert von dieser politische Verlässlichkeit im Bundesrat ein.

Gegen Bettensteuer, Kulturförderabgabe und Tourismusabgabe

Trotz umfangreicher Anstrengungen in Zusammenarbeit mit den Industrie- und Handelskammern, dem Landestourismusverband und Rückendeckung aus dem Wirtschaftsministerium, wurde für die Landeshauptstadt Schwerin die zukünftige Erhebung einer sogenannten Übernachtungssteuer verabschiedet. Grundsätzlich lehnt der DEHOGA MV Kulturförderabgaben oder Bettensteuern, jedenfalls dann, wenn diese ausschließlich auf Beherbergungsdienstleistungen erhoben werden soll, aus ordnungspolitischen, steuersystematischen und rechtlichen Gründen ab. Es kann nicht sein, dass eine Branche dazu herhalten soll, marode Kommunalfinanzen zu sanieren und die erhobenen Abgabensätze lediglich dazu dienen sollen, das Defizit im Ergebnis- und Finanzhaushalt der Landeshauptstadt zu minimieren. Gegenwärtig liegt der Satzungsentwurf bei der Kommunalaufsicht. Auch hier haben wir unseren Standpunkt deutlich



01



02



03

01 Im Dialog mit der Politik: Der DEHOGA-Wahlcheck war gute Argumentationshilfe in Gesprächen mit Politikern auf Bundes- und Landesebene: DEHOGA MV-Präsident Guido Zöllick (r.) und vormaliger Vizepräsident Valentin Resetarits (l.) mit Kandidat Eckhardt Rehberg (CDU). **02** Kandidatin Sonja Steffen (SPD) im Gespräch. **03** Anlässlich der Landespressekonferenz erhielt der DEHOGA MV (hier Präsident Guido Zöllick l.) „Schützenhilfe“ im Kampf gegen die geplante Bettensteuer in der Landeshauptstadt Schwerin von Landtagspräsidentin und Präsidentin des Landestourismusverbandes Sylvia Bretschneider (SPD) und Wirtschaftsminister Harry Glawe (CDU). Beide gaben das klare Signal, eine ausschließlich die Branche belastende Abgabe zur Tourismusfinanzierung sei der falsche Weg.

zu Gehör gebracht und zeitgleich die Landespolitik an ihr Wahlversprechen erinnert – keine Bettensteuer in Mecklenburg-Vorpommern. Bleibt abzuwarten wie die Entscheidung ausfällt. Der DEHOGA MV jedenfalls wird sich auch zukünftig solchen Überlegungen erwehren, notfalls auch durch die Unterstützung der Mitglieder im Klagefall. Auch in der Diskussion zur landesweiten Neuausrichtung der Tourismusfinanzierung wird der DEHOGA MV sich fachkundig einbringen und darauf drängen, dass alle Branchen, die vom Tourismus partizipieren, beteiligt werden und die Zweckbindung eng gefasst wird.

Energiewende vs. Tourismus?

Die Energiewende muss in einem gesamtgesellschaftlichen Konsens getragen wer-

den. Dem können und wollen sich das Gastgewerbe und der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern nicht verschließen.

Jedoch müssen dabei touristische Aspekte der Landschaftsgestaltung berücksichtigt werden. Der DEHOGA MV unterstützt seine Mitgliedsbetriebe im nachhaltigen Wirtschaften und setzt sich gleichermaßen für Umweltschutzmaßnahmen ein, bei denen der ursprüngliche Landschaftscharakter erhalten bleibt.

Neues Präsidium des DEHOGA Mecklenburg-Vorpommern

Von den Delegierten aus den Regionalverbänden wurde anlässlich der Delegiertenversammlung im November das sieben-

köpfige Präsidium des Landesverbandes neu gewählt, Guido Zöllick als Präsident und Hans-Jürgen Pingel als Schatzmeister satzungsgemäß direkt in ihre Funktionen. Auf der konstituierenden Sitzung wurden durch den Arbeitsplan die verbandspolitischen Weichen für die nächste Legislaturperiode gestellt. Ob nun das Spannungsfeld zwischen Energiewende und Tourismus, die im politischen Raum in Rede stehende landesweite Tourismusabgabe, die Auseinandersetzung mit dem Thema Bettensteuer oder die Sicherung des Fachkräftebedarfes bzw. die weitere Sicherung der Ausbildungsqualität in den gastgewerblichen Betrieben, vielfältig sind die Themenbereiche der Verbandsarbeit in der nächsten Wahlperiode.



Teilnehmer auf der Currywurst-DEMO in Hannover

Currywurst-DEMO in Hannover

Mit Trillerpfeifen, plakativen Schildern, auffälligen T-Shirts und Kochmützen kamen am 28. August 2013 rund 800 Gastronomen aus ganz Niedersachsen in Hannover auf dem Platz neben der Marktkirche zusammen, um für einen einheitlichen Steuersatz auf Speisen zu demonstrieren. Außerdem waren zahlreiche Politiker und Gäste gekommen, um die Argumente des Verbandes zu hören und nicht zuletzt gemeinsam bei einer Gratis-Currywurst über die Steuerproblematik zu diskutieren.

Um Politik und Gästen das derzeitige Steuerwirrwarr vor Augen zu führen, hatte der DEHOGA auf dem Marktplatz verschiedene Situationen plakativ dargestellt und am Beispiel der Currywurst aufgezeigt:

Den Stehimbiss, an dem für die Currywurst sieben Prozent Steuern anfallen, den Stehimbiss mit Sitzgelegenheit, bei dem für die gleiche Wurst dann 19 Prozent Steuern anfallen oder gar die Parkbank, die zufällig neben dem Imbiss steht, auf dem die Wurst für sieben Prozent durchgeht.

Die DEMO wurde nicht nur von den Teilnehmern, Passanten und Verbandsmitgliedern positiv aufgefasst, auch die Presse (u.a. SAT.1) hat durchweg positiv von der Veranstaltung berichtet.

Bündnis für gute Ausbildung

In Kooperation mit den Industrie- und Handelskammern

wurde nach Schleswig-Holsteinischem Vorbild ein gemeinsames Projekt zur Qualitätsverbesserung in der Berufsausbildung gestartet. Inhaltlich umfasst die Verpflichtung neben der selbstverständlichen Einhaltung einschlägiger Bestimmungen die Vorbildfunktion aller Mitarbeiter, Offenheit, Fairness und Respekt in der, kontinuierliche Ausbilderqualifizierung, frühzeitige Dienstplanerstellung, Benennung eines Paten für jeden





Foto: DEHOGA Niedersachsen / Stieglitz, Gladow

Die Plakate des DEHOGA Bayern kamen gut an!

Auszubildenden, regelmäßige Gespräche mit Auszubildenden, Abstimmung über Ausgleich bei besonderen zeitlichen Belastungen und umfassende Unterstützung der Auszubildenden bei Prüfungsvorbereitungen sowie bei Berufswettbewerben. Landesweit haben bereits 360 Betriebe die Selbstverpflichtungserklärung unterschrieben.

Sonderheft Berufsausbildung

Stark nachgefragt war in diesem Jahr die erste Sonderausgabe des DEHOGA-Magazins zur Berufsausbildung. Neben der Beschreibung der sechs Ausbildungsberufe im Gast-

gewerbe finden sich hier sämtliche Tipps und Hilfen im Umgang mit Auszubildenden, vor allem aber auch rechtliche Grundlagen. Auch Betriebe, die neu ausbilden möchten, erfahren, worauf sie achten müssen.



Tag der Kreisverbände

Zum zweiten Mal wurde im Jahr 2013 ein überregionaler Tag der Kreisverbände in Niedersachsen durchgeführt. Rund 70 Teilnehmer tauschten sich über die Arbeit im Ehrenamt aus und ließen sich unter dem Motto „Aus der Praxis für die Praxis“ von Kolleg/innen inspirieren.

Besonders viel Gesprächsstoff lieferte die Frage, wie man regional mit dem Thema Berufsausbildung umgeht, was für Fördermöglichkeiten und Kooperationen es z.B. im Hinblick auf der Suche nach potenziellen Auszubildenden gibt. Ob Speed-Dating, Ausbildungshopping, Lehrertournee, Azubimesen oder Workshops für Berufsberater der Arbeitsagentur – es wurden viele Projekte vorgestellt, deren Nachahmung lohnt.

Zum anderen wurden auf dem Tag der Kreisverbände die bundesweiten Vorbereitungen im Hinblick auf die Bundestagswahl diskutiert, wobei sämtliche Werbematerialien, wie z.B. das Video mit dem Kabarettisten Django Asül, zum Einsatz kamen. Hier wurden auch die Vorbereitungen der Currywurst-DEMO im August abgesprochen.

Marktsituation

Das Gastgewerbe zwischen Rhein und Weser tritt auf der Stelle. Im Vergleich zum Vorjahr konnten Hoteliers und Gastronomen in den ersten elf Monaten des Jahres 2013 zwar ein nominales Umsatzplus von einem Prozent verzeichnen. Nach Abzug der Inflation blieb nach Zahlen von IT NRW (statistisches Landesamt in Nordrhein-Westfalen) aber unterm Strich leider ein reales Umsatzminus von 1,3 Prozent. Ein Grund dürfte in der Einführung eines absoluten Rauchverbots zu finden sein.

Grund zur Freude macht weiterhin die Entwicklung im Tourismus in Nordrhein-Westfalen. Die Zahl der Besucher stieg um 2,1 Prozent, die Zahl der Übernachtungen immerhin um 1,7 Prozent. Zwischen 2004 und 2012 stieg die Zahl der Übernachtungen auf knapp 45,5 Millionen. Das ist ein Plus von 20,5 Prozent.

Rauchverbot

Seit dem 1. Mai gilt in Nordrhein-Westfalen ein absolutes Rauchverbot in der Gastronomie. Nach Bayern und dem Saarland ist Nordrhein-Westfalen nun das dritte Bundesland mit einem absoluten Rauchverbot, während die meisten anderen Bundesländer bei ihren Ausnahmen für Raucherräume und Raucherkneipen verbleiben.

Die Meinung der Gastronomen zum absoluten Rauchverbot ist alles andere als einheitlich. „Wir haben eine starke Minderheit, die froh ist, dass jetzt Klarheit herrscht.



© Gisela Peter – pikello.de

Andererseits gibt es die Betriebe, die um ihre Existenz bangen und für die lang anhaltende Umsatzverluste den Todesstoß bedeuten werden“, weiß Olaf Offers, Präsident des DEHOGA Nordrhein-Westfalen. In den nordrhein-westfälischen Kneipen jedenfalls geht die Existenzangst um. Nach einer Umfrage des DEHOGA NRW acht Monate nach Einführung des absoluten Rauchverbots beklagten 54 Prozent Umsatzeinbußen, nur neun Prozent verbuchten Mehreinnahmen. Lediglich 30 Prozent der Gastronomen zeigten sich mit der absoluten Regelung zufrieden. Beachtenswert werden die kommenden Wintermonate. Viele Wirte befürchten, dass rauchende Gäste, die das Rauchen vor der Tür bei unwirtlichen Temperaturen ablehnen, ganz zu Hause bleiben. Wahrscheinlich ist auch ein Anstieg der Auseinandersetzungen mit Anwohnern: „Wir müssen jetzt noch deutlicher in der Politik dafür werben, dass menschliche ‚Geräusche‘ künftig anders geregelt werden als ‚unmenschliche‘ Emissionen wie zum Beispiel Maschinenlärm“, so Olaf Offers.

Die Rauchverbotsgegner diskutieren noch einen möglichen Trumpf: Im Sommer soll Klarheit darüber geschaffen werden, ob im Rahmen eines Volksbegehrens/-entscheids das Gesetz doch noch geändert werden kann.

Bettensteuer: Köln bockt

Trotz vieler Gutachten und gerichtlicher Entscheidungen, die die Rechtswidrigkeit und die grundsätzlichen Probleme der Bettensteuersatzungen in Köln und anderen Kommunen aufgezeigt haben, zuletzt durch das Oberverwaltungsgericht Münster, verweigert die Domstadt weiterhin die Rückzahlung der rechtswidrig vereinnahmten Gelder an die gesamte Kölner Hotellerie. „Die Stadt Köln verhält sich in Bezug auf die von ihr „erfundene“ Bettensteuer wie ein verzogenes Kind, das ein fremdes Spielzeug nicht mehr herausrücken möchte“, beschreibt Christoph Becker, Geschäftsführer im DEHOGA Nordrhein, das Verhalten der größten Kommune Nordrhein-Westfalens achselzuckend. Er hat die Stadt im Namen der Kölner Hotellerie nunmehr aufgefordert, die Satzung aufzuheben und sämtliche Steuergelder und angefallenen Kosten zurückzuerstatten.

Viele andere Kommunen in Nordrhein-Westfalen, zum Beispiel Aachen oder Hagen, die mit einer Bettensteuer als neuer Einnahmequelle geliebäugelt hatten, haben wegen der Gerichtsentscheidungen Abstand von einer Einführung genommen. „Die Beispiele außerhalb Kölns zeigen, dass nicht jede Kommune denkt, sie könnte machen, was sie wolle“, so Olaf Offers, Präsident des DEHOGA NRW.

Piloten bei Hygieneampel: Online ohne Rechtsgrundlage?

Wenn das eine nicht klappt, mache ich halt das Nächste. So oder ähnlich denkt vermutlich der nordrhein-westfälische Verbraucher-

minister Johannes Remmel im Zusammenhang mit der Einführung einer Hygiene-Ampel (Kontrollbarometer). Dahinter versteckt sich die Idee, die Ergebnisse der Lebensmittelkontrolle mit einer Ampelfarbe und einer Punktzahl darzustellen. Die von ihm angeschobene Initiative, ein solches Instrument bundesweit einheitlich einzuführen, scheiterte an der erforderlichen Zustimmung seiner Ministerkollegen. Also das Nächste: Einführung eines Internetprangers, in dem Betriebe aufgeführt sind, die bei den Lebensmittelkontrollen ein Bußgeld von mindestens 350 Euro zu erwarten haben. Der DEHOGA meldete rechtliche Zweifel an. Die sahen auch die entscheidenden Gerichte in NRW und anderen Bundesländern. Aus online wurde offline. Und dann wieder online. Dieses Mal sollte nicht eine offizielle Stelle die Ergebnisse der Kontrollen ins Netz stellen, sondern die Verbraucherzentrale NRW. Ausguckte Pilotstädte waren Bielefeld und Duisburg. Wieder monierte der DEHOGA die fehlende Rechtsgrundlage, rund 50 Klagen sind mittlerweile anhängig. Freigeschaltet wurde sie trotzdem. Aber es ist noch nicht aller Ideen Abend: Geht es nach dem Verbraucherminister, bezahlen Gastronomen künftig alle Lebensmittelkontrollen selbst, unabhängig davon, ob alles in Ordnung ist oder nicht.

Der DEHOGA NRW macht sich weiter für eine bessere Prävention stark: „Das Instrumentarium, die Hygiene in der Gastronomie zu gewährleisten und Mängel gegebenenfalls zu sanktionieren, liegt doch auf dem Tisch. Wenn wir darüber hinaus ernsthaft über eine Art Hygieneführerschein diskutieren, kommen



DEHOGA, Köche und Jury für einen guten Zweck

wir noch weiter, ohne permanent die Repressionspeitsche zu bemühen“, so Klaus Hüben-
thal, Hauptgeschäftsführer des DEHOGA NRW.

Hotelklassifizierung: Hoch die Sterne

Es ist en vogue, Sterne zu verteilen. Das gilt auch für das Gastgewerbe, beispielsweise für Restaurants oder in Bewertungsportalen. Allerdings gibt es neben der Deutschen Hotelklassifizierung kein weiteres objektives Bewertungssystem für Hotels. Deshalb ist es auch kein Wunder, dass die Zahl der klassifizierten Betriebe zwischen Rhein und Weser weiter wächst. NRW-weit gibt es mittlerweile fast 1.200 klassifizierte Betriebe. Deutschlandweit, und das gilt auch für Nordrhein-Westfalen, werden am meisten Drei-Sterne-Betriebe klassifiziert. Die Hotelklassifizierung ist eines der wichtigsten Marketinginstrumente für die Hotellerie ist und wird deshalb kontinuierlich weiterentwickelt.



Branchentag

„Neu“ statt „Alle Jahre wieder“ sollte der diesjährige Branchentag des DEHOGA Nordrhein in Oberhausen werden. Der Branchentag fand deshalb erstmals in einem Club statt und richtete sich nicht nur an Mitglieder, sondern auch an deren Mitarbeiter. Über 600 Gäste und Initiator Henning Thomas von Schwerin (DEHOGA Nordrhein-Präsident) freuten sich über einen abwechslungsreichen Nachmittag und die sich anschließende größte After-Work-Party des Gastgewerbes im Oberhausener Club Adiamo.

Zu den Highlights des Tages gehörte die von Ex-Weltklasseschwimmer Christian Keller moderierte Promi-Kochrunde um die ehemaligen Fußballgrößen Norbert Dickel und Christian Hochstätter, die mit Unterstützung der Ruhrgebietsköche Stefan Manier und Heinrich Wächter versuchten, von der kritischen Jury um Let's Dance-Juror Joachim Llambi und Caterer und Gastronom Frank Schwarz möglichst viele Punkte einzuheimen. Der „Kampf“ um den ersten Platz endete mit einem friedlichen Unentschieden und einem Scheck über 5.000 Euro für die Initiative der Golf spielenden Fußballer (GOFUS).

7

Rheinland-Pfalz

DEHOGA Rheinland-Pfalz e.V.

Der DEHOGA Rheinland-Pfalz hat 2013 viele Themen, viele Menschen und viele Herzen bewegt. Herausragend erfolgreich verlief die Sommerreise von Präsident Gereon Haumann, bei der er mit allen 15 rheinland-pfälzischen Bundestagsabgeordneten der Regierungskoalition und führenden Politikern im Land die Kernforderungen der Branche diskutierte.



01 Präsident Gereon Haumann begrüßt Bundeskanzlerin Angela Merkel (r.) und die rheinland-pfälzische CDU-Fraktionsvorsitzende Julia Klöckner. **02** Auch Andrea Nahles erhielt die DEHOGA-Broschüre „Hotels investieren in Deutschland“. **03** Ministerpräsidentin Malu Dreyer zu Gast beim DEHOGA Rheinland-Pfalz, hier mit Präsident Gereon Haumann.

Fotos: Lammai/Hoffmann/Wohlfart





Das Präsidium des DEHOGA Rheinland-Pfalz.

Mit ihnen besuchte der DEHOGA-Präsident insgesamt 30 große und kleine Hotelbetriebe, die den gesenkten Mehrwertsteuersatz zu massiven Investitionen in mehr Qualität und Service genutzt haben. Über die konkreten Ergebnisse des Wachstumsbeschleunigungsgesetzes sprach Haumann unter anderem mit Staatsministerin Prof. Dr. Maria Böhmer (CDU), Staatssekretär Peter Bleser (CDU), dem Parlamentarischen Geschäftsführer Bernhard Kaster (CDU), dem stellvertretenden Fraktionsvorsitzenden Dr. Michael Fuchs (CDU), der damaligen Generalsekretärin Andrea Nahles (SPD) und dem stellv. Fraktionsvorsitzenden Volker Wisning (FDP). Auf Landesebene gab es Gespräche mit der rheinland-pfälzischen Ministerpräsidentin Malu Dreyer (SPD), Wirtschafts-

ministerin Eveline Lemke (Die Grünen) sowie der Landes- und Fraktionsvorsitzenden Julia Klöckner (CDU). Höhepunkt der politischen Sommergespräche war der Besuch von Bundeskanzlerin Angela Merkel in Mainz auf dem Hofgut Laubenheimer Höhe.

Der DEHOGA Rheinland-Pfalz war aber nicht nur kraftvolles Sprachrohr gegenüber der Politik. In den zurückliegenden zwölf Monaten hat der Verband auch seine Leistungsstärke zum Besten seiner Mitglieder weiter ausgebaut. Die Delegierten beschlossen bei ihrem Landestag das vom Präsidium und der Geschäftsführung entwickelte Strategiekonzept „DEHOGA Rheinland-Pfalz 2020“. Es beinhaltet die Intensivierung der Mitgliederbetreuung vor Ort, den Aufbau

eines eigenen Vertriebssystems zur Mitgliederwerbung, die Professionalisierung der politischen Lobbyarbeit sowie den Ausbau des DEHOGA-Zentrums zur „Rheinland-pfälzischen Akademie der Gastlichkeit“ – insbesondere, um dem Fachkräftemangel zu begegnen und um Unternehmensnachfolge-Prozesse optimal moderieren zu können. Dabei wurde das Präsidentenamt mit einem umfassenden Mandat ausgestattet, um den Branchenverband des Gastgewerbes an entscheidender Stelle in erstklassiger Besetzung in das neue Jahrzehnt führen zu können. Die Delegierten wählten ihren bisherigen Präsidenten Dipl.-Kfm. Gereon Haumann einstimmig für acht Jahre an die Spitze des Verbandes.

Der Landesverband hat zudem seine gesamte Organisation und Mitgliederbetreuung neu strukturiert. Die bisher nach fachlichen Arbeitsgebieten eingesetzten Mitarbeiter wurden entsprechend der zehn touristischen Regionen nun in fünf Betreuungsgebiete mit umfassenden Serviceleistungen vor Ort zusammengefasst. Damit erhält der DEHOGA ein Gesicht vor Ort und jedes Mitglied einen persönlichen Ansprechpartner für alle Fragen rund ums Gastgewerbe. Die Spezialisten in den Bereichen betriebswirtschaftliche und juristische Beratung sowie Aus- und Weiterbildung wurden am Standort Bad Kreuznach zentralisiert. Zusätzlich kümmert sich ein hauptamtlicher Außendienstler landesweit um die Neuaufnahmen von Mitgliedern.



Freuen sich über die Preisvergabe: Bundesumweltminister Peter Altmaier (l.) mit DEHOGA Saarland-Präsidentin Gudrun Pink und Ernst Fischer, Präsident des DEHOGA Bundesverbandes.

(Foto: DEHOGA / Oliver Dietze)

Auch das Jahr 2013 stand zu Beginn noch im Zeichen der unsäglichen GEMA-Tarifreform. Zwar war zum Jahresende 2012 bereits eine Wende eingetreten, indem die GEMA erklärte, vorerst auf die Einführung der neuen Tarife verzichten zu wollen, dennoch blieb und bleibt dieses Thema „heiß“. Infolge einer Anhörung im saarländischen Landtag zu diesem Thema wurde das Interesse vieler Abgeordneter zu dieser Problematik geweckt und wir konnten die Gelegenheit nutzen, hier die Verbandspositionen, Stichwort: „gesetzgeberischer Handlungsbedarf im Urheberrecht“, deutlich machen.

100. DEHOGA Umweltcheck verliehen

Im August gab es dann ein „Heimspiel“ für den damaligen Bundesumweltminister Peter Altmaier, konnte er doch einen saarländischen Betrieb, das Flair Parkhotel in Weiskirchen, als bundesweit 100. teilnehmenden

Betrieb in Anwesenheit von DEHOGA-Bundespräsident Ernst Fischer und DEHOGA Saarland-Präsidentin Gudrun Pink mit dem DEHOGA Umweltcheck in Gold auszeichnen.

Der DEHOGA Saarland unterstützt wie der Bundesverband und die übrigen Landesverbände die Energiekampagne Gastgewerbe seit Jahren. „Der Erhalt der Umwelt und Natur wie auch der Gedanke an die nächsten Generationen sind für die Branche überlebenswichtig. Für die Tourismusbranche und somit für den DEHOGA ist Nachhaltigkeit ein Thema, das uns bereits seit Jahrzehnten begleitet und auch in Zukunft stets aufs Neue beschäftigen wird, weil auch Verbraucher und Gäste kritischer und sensibler geworden sind und konkrete Umweltmaßnahmen vor ihrer Buchung einfordern“, so Bundespräsident Ernst Fischer, der damit auch die Haltung des Landesverbandes Saarland wiedergab. (mehr dazu im Kapitel 2.7).

Begeisterte sein Publikum auf dem Landesverbandstag: Gastronom und Konzeptentwickler Harald Lichter.



Landesverbandstag in Saarbrücken

„Quo vadis Gastronomie?“ – Diese Frage beleuchtete der bekannte Gastronom und Konzeptentwickler Harald Lichter als Gast und Referent auf dem Landesverbandstag am 8. Juli 2013 vor den Mitgliedern.

In fast zwei Stunden faszinierte Lichter sein Publikum so sehr, dass diese sogar auf die Pause verzichteten. In launiger aber sehr kompetenter Weise erläuterte er Trends und erfolgreiche Gastronomieprojekte, die



01

01 Begeisterte Teilnehmer beim DEHOGA Porsche-Golfmasters. **02** Verwöhnten die Gäste kulinarisch: Die Sterneköche Jens Jakob (l.) und Alexander Kunz (r.), hier mit Ihren Küchenchefs.

02



sicherlich bei vielen Zuhörern auf Nachahmung stoßen werden.

Deutlich ablehnend positionierte sich der DEHOGA Saarland zu den Plänen der saarländischen Landesregierung für eine Reform des saarländischen Gaststättengesetzes mit dem Ziel der Wiedereinführung der Konzession. Das Saarland gehört zu den Ländern, in denen ein eigenes Gaststättengesetz erlassen wurde und dass sich auf eine reine Gewerbeerlaubnis beschränkt. Diese Regelung hat sich nach Auffassung des DEHOGA Saarland bewährt und eine Rückkehr zur Konzession schafft nur neue bürokratische

Hindernisse. Wir treten daher für die Beibehaltung dieser Regelung ein und werden dafür auch im Jahr 2014 kämpfen.

DEHOGA Porsche-Golfmasters

Schon als traditionell muss man das Porsche-Golfmasters des DEHOGA Saarland betrachten, dass 2013 zum 4. Mal hintereinander ausgetragen wurde.

Ziel des Turniers ist es, mit den Erlösen die Michael-Freiberger-Stiftung zu stärken. Diese Stiftung hat es sich zum Ziel gesetzt, den Berufsnachwuchs der Branche im Saarland

zu fördern. Nachdem im letzten Jahr der 2-Sternekoch Jens Jakob vom „Le noir“ für das kulinarische Wohl auf dem Platze, ein wohl einzigartiges Ereignis, sorgte, erhielt er in diesem Jahr Unterstützung von seinem Kollegen Alexander Kunz, vom Restaurant Kunz in St. Wendel, ebenfalls mit einem Michelin-Stern ausgezeichnet, erhielt.

Wir sind sehr stolz darauf, dass sich zwei prominente Sterneköche in den Dienst des Nachwuchses gestellt haben und mit Ihren kulinarischen Highlights das Turnier zu einem einzigartigen Event in Deutschland gemacht haben.



01



02

01 Cathleen Nebrich, Landestourismusverband Sachsen; Frank Ortmann Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr; Andrea Dombois, Vizepräsidentin des Sächsischen Landtages; Valentin Fischer, Lara Lemp, Dorothee Wolf, Helmut Apitzsch, Präsident DEHOGA Sachsen (v.l.). **02** Teilnehmer und Fachjury der 20. Sächsischen Landesmeisterschaften.

Zum 20. Mal kürte der DEHOGA Sachsen seine Sächsischen Jugendmeister

Großes Herzklopfen in Küche, Restaurant und Hotelbereich. Nach zwei Tagen intensiver Prüfungen in Theorie und Praxis wurden in Chemnitz/Einsiedel die Besten bei den 20. Sächsischen Landesmeisterschaften der Jugend in den gastgewerblichen Berufen ermittelt.

Bei den Restaurantfachleuten gewann Valentin Fischer, Churfürstliche Waldschänke, Moritzburg. Sieger bei den Hotelfachleuten war Dorothee Wolf, Best Western Hotel Am Schlosspark, Lichtenwalde, und den ersten Platz bei den Köchen belegte Lara Lemp, Hotel Michaelis, Leipzig.

Die Schirmherrschaft über diese Landesmeisterschaften hatte der Präsident des Sächsischen Landtages, Dr. Matthias Röbber,

übernommen. An zwei Tagen und unter den Augen der Juroren mussten die Teilnehmer der Landesmeisterschaften eine Vielzahl theoretischer und praktischer Prüfungen absolvieren. Tranchieren, Flambieren, Filetieren und Barkunde gehörten ebenso dazu wie der Service an der Festtafel, Wein- und Produkterkennung, Marketingaufgaben, mehrsprachige Rollenspiele an der Hotelrezeption und die Zubereitung eines festlichen Vier-Gänge-Menüs.

Höhepunkt war die öffentliche Abschlussveranstaltung mit Festmenü und Siegerehrung vor geladenen Gästen im Beisein der Vizepräsidentin des Sächsischen Landtages, Andrea Dombois. In Zeiten sinkender Ausbildungszahlen ist besonderes Augenmerk auf die Förderung des Berufsnachwuchses zu legen. Das Heranziehen und die Nachwuchsförderung sind deshalb Herzensangelegenheiten des DEHOGA Sachsen seit Anbeginn.

GÄSTE 2013 – Gastronomie-Fachmesse bestätigt ihre Rolle als unverzichtbare Plattform für die Branche

Mit einem guten Ergebnis ging in Leipzig die GÄSTE 2013 zu Ende. Erneut nutzten über 18.000 Besucher die Möglichkeit, sich auf der Fachmesse für das Gastgewerbe sowie auf dem begleitenden Geniebertreff LE GOURMET über neueste Produkte und Dienstleistungen für die Branche zu informieren.

Auch dieses Mal war der DEHOGA Sachsen und die SAXONIA Fördergesellschaft mbH mit einem eigenen Messestand zur GÄSTE 2013 vertreten und konnten sich über einen regen Zuspruch und Interesse freuen.

Der Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Sachsen, Frank Lehmann, konnte an den



01



02

01 Reger Informationsaustausch am Messestand des DEHOGA Sachsen. 02 Die Mitglieder des Großen Vorstands zu Gast im Marché Restaurant im „Gondwanaland“ des Zoo Leipzig.

Messetagen zahlreiche Verbandsmitglieder am Messestand des DEHOGA Sachsen begrüßen.

Branchendebatten und Sterneglanz

Ein wichtiges Podium für die Branche war das GÄSTE-Forum 2013, eine Kooperation des Hotelverbandes Deutschland (IHA) sowie der DEHOGA-Landesverbände Brandenburg, Sachsen und Thüringen. Die Themen wie Energiemanagement, Hygiene-Ampel, Bettensteuer oder Finanzierung haben den Nerv der Branche getroffen. Im GÄSTE-Forum ist es allen Beteiligten gelungen, ihr Know-how erfolgreich zu bündeln.

Große Resonanz fand auch die Vergabe der Hotelsterne: Insgesamt 13 Hotels beziehungsweise Gasthöfe in Brandenburg, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen können sich mit neuen Sternen schmücken.

Karriere hautnah

Servietten dekorativ falten, leckere Crêperouladen zubereiten, coole Cocktails mixen oder Tische fachgerecht eindecken: Auf dem Bildungscampus der GÄSTE traten Auszubildende aus Hotellerie und Gastronomie live in Aktion. Unter dem Motto „Volle Kanne Zukunft“ erhielten Schüler ab der 8. Klasse Einblick in die Berufsbilder, Ausbildungswege und Karrierechancen im Gastgewerbe.

Action in der Küche

Höchste Spannung im Programm von GÄSTE und LE GOURMET garantierten die Kochwettbewerbe – allen voran der Internationale Leipziger Preis der Köche, der zum elften Mal ausgetragen wurde.

Erstmals wurde auf der Messe der Innovationspreis Leipzig exklusiv unter dem Motto „Risotto mit Biss, von original bis originell“ vergeben.

Großer Vorstand des DEHOGA tagte in Sachsen

Der Große Vorstand des DEHOGA Bundesverbandes tagte im 2013 nach vielen Jahren erneut im Freistaat Sachsen und erstmals in Leipzig. Tagungsort war das Hotel Marriott in Leipzig.

Im Mittelpunkt des Aufenthaltes und der Tagung standen natürlich die aktuellen Themen einen Tag nach der Bundestagswahl. Für den Abend hatte der DEHOGA Sachsen gemeinsam mit der SAXONIA Fördergesellschaft für das Hotel- und Gaststättengewerbe im Freistaat Sachsen mbH die Vertreter des Großen Vorstandes in die neueste touristische Attraktion von Leipzig: Das „Gondwanaland“ des Zoo Leipzig eingeladen.

Vor Ort konnten sich die Teilnehmer erneut von der sächsischen Gastlichkeit überzeugen.

7

Sachsen-Anhalt

DEHOGA Sachsen-Anhalt e.V.

Das Gastgewerbe in Sachsen-Anhalt besteht hinsichtlich seiner Struktur zum überwiegenden Teil aus kleinen und mittleren Unternehmen. Die gegenwärtige wirtschaftliche Lage des Gastgewerbes in Sachsen-Anhalt wird von den Verbandsmitgliedern unterschiedlich bewertet. Die durchgeführ-

ten Konjunkturumfragen in der Branche sowohl durch den Verband als auch durch die IHK'n sowie eine Vielzahl von Einzelinformationen lassen die Aussage zu, dass es der Gastronomie in Abhängigkeit vom Standort, differenzierten Leistungsangeboten und durch die Entwicklung der touris-

tischen Infrastruktur grundsätzlich gelungen ist, sich nach wie vor wirtschaftlich zu behaupten. Die Hotellerie musste jedoch auf Grund der Hochwasserkatastrophe Einbußen hinnehmen. Das betraf besonders die Regionen Altmark, Magdeburg, Anhalt-Wittenberg und Halle.



Die Gastronomie leidet im Jahresdurchschnitt weiterhin unter Stagnation der Umsatzentwicklung. Das Jahr 2013 war besonders geprägt von zahlreichen verbandspolitischen Arbeitsschwerpunkten und einer sehr engagierten und intensiven Arbeit der Verbandsgremien im politischen Raum zum Wohle unserer gastgewerblichen Unternehmen. Im Jahr 2013 fand eine Vielzahl von Spitzengesprächen zwischen dem Präsidenten und den Präsidiumsmitgliedern mit Persönlichkeiten aus der Landespolitik und Entscheidungsträgern aus den Landesbehörden statt.

DEHOGA Branchentag 2013 in Wernigerode

Die Vorsitzenden der Fachgruppen Hotels und Gaststätten haben im Jahr 2013 die Verbandsmitglieder und interessierte Hoteliers und Gastronomen nach Wernigerode zum Branchentag eingeladen.

Die Sachschäden, die dem Verband gemeldet wurden, überstiegen die 4 Millionen-Eurogrenze weit!



01 Impressionen vom Branchentag in Wernigerode. 02 DEHOGA Sachsen-Anhalt-Präsident Frank Doepelheuer (M.) mit Hauptgeschäftsführer René Kauschus.

Unternehmer und Gäste aus Politik und Wirtschaft konnten zu interessanten Themen rund um die gastgewerbliche Branche ihre Ideen und Meinungen austauschen. Im Mittelpunkt der Diskussion standen Schwerpunktthemen, wie:

- Mehrwertsteuerreduzierung für das Gastgewerbe mit Fokus auf die Gastronomie
- Kulturförderabgabe/Bettensteuer in den Kommunen des Landes
- Mindestlohn – und die Folgen
- Fachkräftemangel
- weitere ausgewählte DEHOGA-Standpunkte

Mitgliedergewinnung – Kooperationen

Die Mitgliedergewinnung ist im Jahr 2013 gezeichnet von Stagnation, obwohl die Aktivitäten zur Mitgliedergewinnung und

-betreuung quantitativ und qualitativ verstärkt wurden. Die Einbindung von Kooperationspartnern in die Mitgliederwerbung ist der richtige Weg zur Stärkung des Verbandes.

Schulungen zur Lebensmittelhygieneverordnung und zum Infektionsschutzgesetz

Als eine besondere Dienstleistung bietet der DEHOGA Sachsen-Anhalt e.V. seinen Mitgliedsbetrieben alljährlich eine Schulung zur Lebensmittelhygieneverordnung und zum Infektionsschutzgesetz kostenlos an. Diese Schulungen werden gemeinsam mit dem Lebensmittelinstitut ÖHMI Analytik GmbH Magdeburg organisiert und durchgeführt. Im Jahr 2013 nahmen über 470 Mitgliedsbetriebe an diesen Schulungen teil. Seitens der staatlichen Lebensmittelhygieneüberwachung werden diese Schulungen außerordentlich begrüßt.

Fachkräftesicherung

Der Rückgang der Einwohnerzahlen und der Geburtenknick im Bundesland wurden zur Fachkräftesicherung mit einer Neuausrichtung der DEHOGA Fachakademie begegnet.

Der DEHOGA Sachsen-Anhalt hat deshalb eine eigene Initiative in enger Zusammenarbeit mit der HWBR Hotelschule Rostock, die zugleich auch offizieller Betreiber der DEHOGA Fachakademie Sachsen-Anhalt ist, sowie über 15 europäischen Arbeitsvermittlungsagenturen gestartet. Damit wurden die Voraussetzungen geschaffen, die 2014 die Vorbereitung und Integration von ausländischen Jugendlichen umzusetzen.

Neue Tourismusabgabe stärkt alle Städte und Gemeinden mit zahlreichen auswärtigen Gästen

Die Fremdenverkehrsabgabe in Schleswig-Holstein wird durch eine Tourismusabgabe ersetzt. Mit dem neuen Konzept dürfen neben den 185 anerkannten Kur- und Erholungsorte in Schleswig-Holstein auch Städte und Gemeinden mit einer ausgeprägten touristischen Infrastruktur und zahlreichen auswärtigen Gästen, die vom Landeswirtschaftsministerium als so genannte Tourismusorte anerkannt wurden, eine Abgabe erheben.

Die Einführung einer Bettensteuer ist in Kommunen, die eine Kur- und Tourismusabgabe erheben, ausdrücklich ausgeschlossen. Der DEHOGA Schleswig-Holstein begrüßt diesen Gesetzesentwurf der Schleswig-Holsteinischen Landesregierung für eine Änderung des Kommunalabgabengesetzes, mit dem sich der Landtag erstmalig Ende September 2013 befasst hat.

Der Schleswig-Holsteinische Innenminister Andreas Breitner betonte bei einem Treffen mit dem DEHOGA Schleswig-Holstein in Kiel, dass Gäste und Unternehmen auf keinen Fall doppelt belastet werden dürfen. Die Tourismusabgabe sei eine gute und gerechte Alternative zur stark umstrittenen Bettensteuer. Die Entscheidung für eine Tourismusabgabe und deren inhaltliche Ausgestaltung, treffe jede Kommune eigenverantwortlich.

GV-Partner heißt jetzt CHEFS CULINAR

Mit der neuen Namensgebung bündelt der starke Partner der Zulieferindustrie des DEHOGA Schleswig-Holstein seine Aktivitäten.



Ganz im Dienste des Kunden werden die bundesweiten Unternehmen CITTI, Jomo, Jomo-CITTI und Ringel ab sofort unter einer neuen einheitlichen Marke CHEFS CULINAR zusammengefasst.

Mit acht Niederlassungen und 20 Stützpunkten in Deutschland und einem umfassenden Sortiment an Food- und Nonfood-Produkten mit insgesamt mehr als 20.000 Artikel garantiert CHEFS CULINAR eine national, flächendeckende Versorgung.

Der Gesamtauftritt der Gruppe wurde über alle Produkte, Leistungen und Standorte hinweg vereinheitlicht.

Aber auch unter dem neuen Namen steht CHEFS CULINAR weiterhin für Qualität und Service mit umfassendem Angebot für die Hoteliers und Gastronomen.

Grüne Woche 2013

Seit vielen Jahren begeistern die Kochkünstler des DEHOGA Schleswig-Holstein die Besucher der Grünen Woche mit leckeren Spezialitäten aus ihrer Heimat.

Die Showbühne und Kochinsel in der Schleswig-Holstein Halle lockten tausende Besucher an, welche sich von dem bunten Strauß kulinarischer Höhepunkte schnell begeistern ließen. „Schleswig-Holstein is(s)t lecker!“ war die eindeutige Meinung.

Der Messeauftritt war ein weiteres Beispiel für die vertrauensvolle und hervorragende Zusammenarbeit von DEHOGA Schleswig-Holstein, dem Bauernverband, dem Ministerium für Energiewende, Umwelt, Landwirtschaft und ländliche Räume sowie der TASH Tourismusagentur Schleswig-Holstein.



Ministerpräsident Torsten Albig (v.l.) schwang begeistert den Kochlöffel am Stand des DEHOGA Schleswig-Holstein.

Einen ganz starken Auftritt zeigte die Dampf Touristik. Das Damper Team begeisterte auch Ministerpräsidenten Torsten Albig auf der Showbühne, der das Kochen mit den Experten hat sichtlich genossen.



01



02

01 Staatssekretär Ralph Müller-Beck (l.) übergibt den Zuwendungsbescheid an TASH-Geschäftsführer Christian Schmidt und Projektmanagerin Fenja Gengelakzy im Beisein von DEHOGA Schleswig-Holstein-Präsident Dietmar Bartsch (r.) **02** Gingen für Schleswig-Holstein ins Rennen und erbrachten tolle Leistungen bei den diesjährigen Jugendmeisterschaften: Restaurantfachfrau Antonia Kastning (l.), Hotelfachfrau Kathrin Weissner und Koch Lennart Dewies. (Foto: Thomas Fedra)

Barrierefreies Reisen in Schleswig-Holstein – Tourismus für alle

Die Tourismusbranche in Schleswig-Holstein wird künftig noch besser beim Thema Barrierefreies Reisen aufgestellt sein. Unter Projektträgerschaft der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH fungiert das auf zwei Jahre ausgelegte Förderprojekt „Barrierefreies Reisen“ des Zukunftsprogramms Wirtschaft als Koordinierungsinstanz mit dem Schwerpunkt Kommunikation und Marketing für den Bereich Barrierefreier Tourismus.

„Barrierefreier Tourismus nützt nicht nur eingeschränkten Personen, sondern macht das Urlaubsleben für alle komfortabler“, erklärt der Landesbeauftragte für Menschen mit Behinderung, Prof. Dr. Ulrich Hase.

Neben dem DEHOGA Schleswig-Holstein sind zudem, als Pilotregionen, die Eckernförde Touristik und Marketing GmbH, die LTO Wagrien GmbH, die Herzogtum Lauen-

burg Marketing und Service GmbH, das OstseeFerienLand, die Föhr Tourismus GmbH, der Dithmarschen Tourismus e. V., die Städte Bad Bramstedt und Neumünster, der Tourismus-Service Fehmarn, der Zweckverbund Tourismuszentrale Holsteinische Schweiz sowie der Tourist-Service Ostseebad Schönberg an dem Projekt beteiligt.

„Der DEHOGA Schleswig-Holstein engagiert sich stark bei diesem Projekt, wohlwissend, dass der Gästekreis, den wir mit dieser Maßnahme ansprechen jährlich größer wird und weit über die Menschen mit Behinderungen hinausgeht. Wir erwarten dadurch Erleichterungen im täglichen Geschäft und bei Gästen jeden Alters und mehr Transparenz dessen, was bereits getan wurde“, erklärt DEHOGA Präsident, Peter Bartsch.

Hervorragende Ergebnisse bei den Deutschen Jugendmeisterschaften

Bei den diesjährigen Deutschen Jugendmeisterschaften in den gastgewerblichen

Ausbildungsberufen waren die Vertreter Schleswig-Holsteins ganz vorn vertreten.

Im Ausbildungsberuf Koch errang Lennart Dewies vom Hotel Benen-Diken-Hof aus Sylt die Silbermedaille auf dem Petersberg. Restaurantfachfrau Antonia Maria Kastning vom Parkhotel Rosarium aus Uetersen kam auf einen sehr guten vierten Platz. Nur wenige zehntel Punkte trennten sie vom Drittplatzierten. Hotelfachfrau Kathrin Weissner vom Hotel Wiking Sylt aus Westerland errang ebenfalls einen hervorragenden vierten Platz. Auch hier war der dritten Platz in greifbarer Nähe. Durch die hervorragenden Einzelergebnisse gelang Schleswig-Holstein in der Mannschaftswertung ein exzellenter dritter Platz.

„Die gute Platzierung zeigt, dass hier echte Experten am Werk sind“, freut sich Stefan Scholtis Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Schleswig-Holstein und gratuliert allen Platzierten zu ihren außerordentlichen Leistungen.



Dirk Ellinger (Hauptgeschäftsführer DEHOGA Thüringen e.V.), Gudrun Münnich (Präsidentin des DEHOGA Thüringen e.V., M.), Peggy Lindner (Geschäftsführerin, Hotel am Schloß in Apolda)

Gudrun Münnich als Präsidentin des DEHOGA Thüringen e.V. wieder gewählt

Am 14. Oktober 2013 fand die Delegiertenversammlung als höchstes Gremium des DEHOGA Thüringen e.V. im DEHOGA Thüringen KOMPETENZZENTRUM statt. Mit dieser Delegiertenversammlung endete zugleich die Amtszeit des Präsidiums und es standen die Neuwahlen auf dem Programm.

Einstimmig wurde Gudrun Münnich für weitere vier Jahre im Amt als Präsidentin der Interessenvertretung des Thüringer Gastgewerbes bestätigt. Mit sehr viel Engagement betreibt sie seit 1985 ihren Landgasthof und Hotel KRONE in Eischleben. Die Präsidentin ist Gründungsmitglied des DEHOGA Thüringen und seit 1995 im Präsidium. Erstmals in dieses Amt gewählt wurde sie 2002 und steht somit bereits seit über zehn Jahren dem Unternehmerverband vor. Gudrun Münnich setzte sich in den vergangenen Jahren leidenschaftlich für die Belange der gesamten Branche im Freistaat Thüringen und darüber hinaus ein, so das einmütige Votum der Delegierten. Der DEHOGA Thüringen e.V. ist mit 1.400 Mitgliedsbetrieben der mitgliederstärkste Unternehmerverband im Freistaat Thüringen.

Günstige Konditionen für Mitglieder des DEHOGA Thüringen

Die Kooperationspartner des DEHOGA Thüringen wollen für die Mitglieder Leistungen und Angebote präsentieren. Der DEHOGA Thüringen hat für seine Mitglieder eine Vielzahl von Rahmenverträgen geschlossen, die bei der Bewältigung des täglichen Geschäfts und im Wettbewerb unterstützen können. Die Vielzahl dieser Kernkompetenzen ergeben gebündelt Möglichkeiten, Betriebsabläufe zu optimieren, Kosten zu senken, neue Zielgruppen zu erreichen oder Erkenntnisse über das eigene Unternehmen zu erlangen. Niemand ist zu alt, um nicht noch besser zu werden und Neuerungen zu akzeptieren. Oft reicht ein kurzer Blick auf langjährige Verträge, der erkennen lässt, dass Potenziale oder Möglichkeiten der Optimierung vorhanden sind, aber manchmal hilft auch der zweite Blick eines unabhängigen Beraters. Viele der Kooperationspartner präsentieren ihre Produkte oder Angebote im DEHOGA Thüringen KOMPETENZZENTRUM. Hier erhalten Sie aus erster Hand ehrliche Erfahrungen und Anwendungstipps. Kommen Sie zu uns, denn erfolgreiche Unternehmer „netzwerken“!

Umfangreiche Informationen zum Thema und Ansprechpartner finden Sie unter: www.dehoga-thueringen.de.

wissensWERT – Infoveranstaltungen für das Gastgewerbe

Das erfolgreiche Veranstaltungsformat wissensWERT – Infoveranstaltung für das Gastgewerbe wurde im Jahr 2013 weitergeführt.

Hier ein kleiner Rückblick:

[DKB-Forum Herausforderung Unternehmensnachfolge am 14. Oktober 2013 im DEHOGA Thüringen KOMPETENZZENTRUM](#)

Thema:

Experten beantworteten rechtliche, steuerliche und ganz pragmatische Fragen rund um Nachfolgersuche, Unternehmenswert, Verkauf oder Übertragung und vieles mehr.

[Betriebsvergleich für das Thüringer Gastgewerbe am 19. September 2012 in der Thüringer Aufbaubank](#)

Thema:

Vorstellung aktueller Branchenvergleichszahlen und der Ergebnisse der Unternehmensvergleichswerte durch das dwif.

[DKB Energie Forum am 16. April 2012 im DEHOGA Thüringen KOMPETENZZENTRUM](#)

Thema:

Energiemanagement im Hotel- und Gaststättengewerbe.



01



02

01+02 Impressionen aus den wissensWERT-Infoveranstaltungen **03** Große Freude nach der Siegerehrung. Die Hotelfachschule Erfurt ist stolzer Gewinner der TOP-TAFEL-IDEE 2013.

Investitionen in die Zukunft – eine Chance für Unternehmen des Hotel- und Gaststättengewerbes am 29. Februar 2012 im Haus des Gastes in Oberhof

Thema:

Investitionsoffensive Thüringen für die Region Oberhof.

Fachkräftegewinnung und Investitionsförderung am 27. Oktober 2011 im Besucherzentrum der Thüringer Waldquell Mineralbrunnen GmbH in Schmalkalden

Thema:

Arbeitsmarktentwicklung und deren Auswirkungen und die Investitionsförderung für das Hotel- und Gaststättengewerbe.

Investitionsoffensive Thüringen am 15. Juni 2011 im Foyer der Thüringer Aufbaubank in Erfurt

Thema:

Investitionsförderung, Zuschüsse, Bürgschaften und zinsgünstige Kredite für das Hotel- und Gaststättengewerbe.

Weitere Informationen finden Sie unter:

<http://gastgewerbe-netzwerk.de/infoveranstaltungen/>

HOTELFACHSCHULE ERFURT gewinnt TOP-TAFEL-IDEE Wettbewerb auf der GÄSTE 2013

Mit einem außergewöhnlichen Thema „Heute wird nicht geschlafen, wir schlemmen mit Ihnen durch den Tag“ hat das Team der Erfurter Hotelfachschule den Wettbewerb „TOP-TAFEL-IDEE 2013“ auf der GÄSTE Messe in Leipzig gewonnen. Die kreativ eingedeckte Tafel begeisterte sowohl die Besucher- als auch die Fachjury und erhielt den mit 1.000 Euro dotierten ersten Platz. Damit verwiesen die Hotelfachschüler zwei Teams aus Leipzig auf Rang zwei und drei. Insgesamt sechs Top-Tafeln kämpften um die begehrte Auszeichnung im Rahmen der GÄSTE 2013.

Mit dem ersten Platz stellten die Hotelfachschüler des DEHOGA Thüringen KOMPETENZENTRUM erneut unter Beweis, dass



03

sie hervorragend ausgebildet und kreativ sind. Bereits im Juni 2011 konnte das Team der Erfurter Hotelfachschule mit der Tafel „Cat Walk“ den Sieg nach Thüringen holen.

Mehr als 1.300 Zuschauer bewerteten in einem „Kopf an Kopf“ Rennen. Die Fachjury hatte exakt die gleiche Bewertung wie die Gäste. „Dies ist für einen Wettbewerb äußerst selten, dass eine solche Übereinstimmung besteht.“, so Dirk Ellinger, Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Thüringen, der die Auswertung vornahm und die Siegerehrung vollzog. Ihm zur Seite stand Ulrike Lange, die Projektleiterin der GÄSTE Messe, die als Glücksfee fungierte und die Zuschauerpreise, nämlich Wochenendgutscheine, zog.

Zukünftig ist die Top Tafel des Jahres 2013 im Hotel am Schloß in Apolda zu sehen, denn dessen Geschäftsführerin Peggy Lindner ersteigerte diese einmalige „Bett-Tafel“.

7

Die Mitgliedsverbände des DEHOGA Bundesverbandes

LANDESVERBÄNDE

**Hotel- und Gaststättenverband
DEHOGA Baden-Württemberg e.V.**
Augustenstraße 6, 70178 Stuttgart
Fon 0711/6 19 88-0
Fax 0711/61 64 46
mail@dehogabw.de
www.dehogabw.de

**Bayerischer Hotel-
und Gaststättenverband
DEHOGA Bayern e.V.**
Rosenheimer Straße 145 i, 81671 München
Fon 089/28 76 0-0
Fax 089/28 76 0-111
info@dehoga-bayern.de
www.dehoga-bayern.de

**Hotel- und Gaststättenverband
Berlin e.V. (DEHOGA Berlin)**
Keithstraße 6, 10787 Berlin
Fon 030/31 80 48-0
Fax 030/31 80 48-28
info@dehoga-berlin.de
www.dehoga-berlin.de

**Deutscher Hotel- und Gaststätten-
verband Brandenburg e.V.**
Schwarzschildstraße 94, 14480 Potsdam
Fon 0331/86 23 68
Fax 0331/86 23 81
info@dehoga-brandenburg.de
www.dehoga-brandenburg.de

**Deutscher Hotel-
und Gaststättenverband
DEHOGA Bremen e.V.**
Hinter dem Schütting 8, 28195 Bremen
Fon 0421/3 35 90-0
Fax 0421/32 44 73
info@dehoga-bremen.de
www.dehoga-bremen.de

**DEHOGA Hamburg
Hotel- und Gaststättenverband e.V.**
Hallerstraße 22, 20146 Hamburg
Fon 040/41 34 30-6
Fax 040/41 34 30-88
info@dehoga-hamburg.de
www.dehoga-hamburg.de

**Hotel- und Gaststättenverband
DEHOGA Hessen e.V.**
Auguste-Viktoria-Straße 6, 65185 Wiesbaden
Fon 0611/9 92 01-0
Fax 0611/9 92 01-22
info@dehoga-hessen.de
www.dehoga-hessen.de

DEHOGA Lippe e.V.
Arminstraße 11, 32756 Detmold
Fon 05231/2 24 33
Fax 05231/3 92 75
info@dehoga-lippe.de
www.dehoga-lippe.de

**DEHOGA
Mecklenburg-Vorpommern e.V.
Deutscher Hotel- und Gaststätten-
verband/Landesverband
Mecklenburg-Vorpommern**
Bleicherufer 23, 19053 Schwerin
Fon 0385/5 92 55-0
Fax 0385/5 92 55-20
sekretariat@dehoga-mv.de
www.dehoga-mv.de

**Deutscher Hotel-
und Gaststättenverband
Niedersachsen e.V.**
Yorkstraße 3, 30161 Hannover
Fon 0511/33 70 6-0
Fax 0511/33 70 6-29
landesverband@dehoga-niedersachsen.de
www.dehoga-niedersachsen.de

DEHOGA Nordrhein-Westfalen e.V.
Hammer Landstraße 45, 41460 Neuss
Fon 02131/75 18-200
Fax 02131/75 18-201
info@dehoga-nrw.de
www.dehoga-nrw.de

DEHOGA Rheinland-Pfalz e.V.
Brückes 18, 55545 Bad Kreuznach
Fon 0671/2 98 32 72-0
Fax 0671/2 98 32 72-20
info@dehoga-rlp.de
www.dehoga-rlp.de

**DEHOGA Saarland
Hotel- und Gaststättenverband e.V.**
Feldmannstraße 26, 66119 Saarbrücken
Fon 0681/5 54 93
Fax 0681/5 23 26
info@dehogasaar.de
www.@dehogasaar.de

**DEHOGA Sachsen e.V.
Hotel- und Gaststättenverband**
Tharandter Straße 5, 01159 Dresden
Fon 0351/4 28 98 10
Fax 0351/4 28 98 28
info@dehoga-sachsen.de
www.dehoga-sachsen.de

DEHOGA Sachsen-Anhalt e.V.
Kantstraße 3, 39104 Magdeburg
Fon 0391/5 61 71 93
Fax 0391/5 61 71 94
magdeburg@dehoga-sachsen-anhalt.de
www.dehoga-sachsen-anhalt.de

**Deutscher Hotel-
und Gaststättenverband
Schleswig-Holstein e.V.**
Hamburger Chaussee 349, 24113 Kiel
Fon 0431/65 18 66
Fax 0431/65 18 68
info@dehoga-sh.de
www.dehoga-sh.de

DEHOGA Thüringen e.V.
Witterdaer Weg 3, 99092 Erfurt
Fon 0361/5 90 78-0
Fax 0361/5 90 78-12
info@dehoga-thueringen.de
www.dehoga-thueringen.de

FACHVERBÄNDE

**Hotelverband
Deutschland (IHA) e.V.**
Verbandehaus
Handel-Dienstleistung-Tourismus
Am Weidendamm 1A, 10117 Berlin
Fon 030/59 00 99 69-0
Fax 030/59 00 99 69-9
office@hotellerie.de
www.hotellerie.de

**UNIPAS
Union der Pächter von
Autobahn-Service-Betrieben e.V.**
Am Weidendamm 1A, 10117 Berlin
Fon 030/72 62 52-46
Fax 030/72 62 52-42
info@unipas.de
www.unipas.de

Netzwerke und Partner

8



Wer etwas bewegen will, braucht kompetente Partner und gut funktionierende Netzwerke. In einer globalisierten Welt hängt der eigene Erfolg auch vom Erfolg anderer ab. Es gilt, wo möglich, Kooperationen zu bilden und zu nutzen.

Der DEHOGA Bundesverband ist unter anderem Mitglied in der Arbeitsgemeinschaft Mittelstand, dem Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW), der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) und HOTREC – Hospitality Europe. Wichtige Partner der Branche sind zudem die hoga Unternehmensversorgung und die Haftpflichtkasse Darmstadt.

Auf den folgenden Seiten stellen sich diese Organisationen vor.

HOTREC – Hotels, restaurants and cafés in Europe

Hotellerie und Gastronomie aus europäischer Sicht – Live from Brussels!



Mit ihren Arbeitsprogrammen insbesondere für die Jahre 2012 und 2013 hat die EU-Kommission sich ehrgeizige Ziele gesetzt, die aktuelle Krise zu bewältigen. Viele der Maßnahmen betreffen dabei direkt oder indirekt das europäische Gastgewerbe. Auch wenn manche Rechtsakte durch den Umsetzungsfilter der nationalen Parlamente noch angepasst werden können, tut das Gastgewerbe gut daran, auf europäischer Ebene adäquat vertreten zu sein. Mit ihrer langjährigen Mitgliedschaft im europäischen Dachverband der Hotels, Restaurants und Cafés HOTREC sind sowohl der DEHOGA Bundesverband als auch der Hotelverband Deutschland (IHA) hierbei exzellent aufgestellt.

HOTREC repräsentiert in Brüssel die branchenpolitischen Belange von derzeit 44 gastgewerblichen Verbänden aus 27 europäischen Ländern. Die Branche umfasst etwa 1,7 Millionen Unternehmen, von denen fast 92 Prozent Kleinunternehmen mit weniger als zehn Personen sind, sowie ca. 9,5 Millionen Arbeitsplätze in der EU.

Hauptaufgaben

- Repräsentation von Hotellerie und Gastronomie gegenüber den EU-Institutionen (Europäische Kommission, Europaparlament).
- Networking mit anderen europäischen Verbänden der Tourismuswirtschaft.
- Sozialer Dialog mit der Europäischen Gewerkschaft im Gastgewerbe EFFAT, deren deutsches Mitglied die Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten (NGG) ist.

Hauptthemen

■ Reduzierter Mehrwertsteuersatz

Im Anschluss an jahrelange Debatten gewährt die Europäische Kommission seit dem 1. Juni 2009 allen Mitgliedsstaaten die Möglichkeit, einen reduzierten Umsatzsteuersatz sowohl auf gastronomische, als auch auf Hotelleistungen anzuwenden. Für eine branchengerechte Entwicklung in diesem Bereich bringen sich die Verbände über HOTREC derzeit intensiv in die Diskussion um die Entschließung des EU-Parlaments zur Zukunft der Mehrwertsteuer sowie das Arbeitspro-

gramm der EU-Kommission für 2013, in dem ein effizienteres Mehrwertsteuersystem durch die Überprüfung der Satzausgestaltung angestrebt wird, ein.

Derzeit machen 24 EU-Mitgliedsstaaten bei Hotelleistungen von dieser Möglichkeit Gebrauch. In der Gastronomie findet mittlerweile in 13 Mitgliedsstaaten der reduzierte Umsatzsteuersatz Anwendung.

■ Online-Distribution

Auf Vorschlag der von IHA-Hauptgeschäftsführer Markus Luth geleiteten Distribution Task Force beschloss die HOTREC Generalversammlung einen Aktionsplan Online-Buchung. Hierzu zählen eine europaweite Koordinierung der wettbewerbsrechtlichen Aktivitäten, eine Intensivierung des Dialogs über unfaire Praktiken von Online-Portalen, die Verteilung von Checklisten zur Stärkung der Direktbuchung an alle Hotels in Europa, Lobbying gegenüber ICANN zur neuen Top-Level-Domain „.hotel“ u.v.m.

■ Lokale Tourismussteuern

Bettensteuern und ähnliche Abgaben muten den der europäischen Tourismuswirtschaft



Das HOTREC Executive Committee von links: Martin Rawlings (Großbritannien), Evalda Šiškauskienė (Litauen; ausgeschieden), Didier Chenet (Frankreich), Marinus Cordesius (Niederlande), Kent Nyström (Schweden; Präsident), Ramón Estalella Halffter (Spanien), Susanne Kraus-Winkler (Österreich; Vize-Präsidentin), Dr. Akos Niklái (Ungarn; Schatzmeister), Markus Luthé (Deutschland), Joan Gaspart (European Hospitality Foundation), Adrian Cummins (Irland), HOTREC-Präsident Kent Nyström.

und insbesondere dem Gastgewerbe erhebliche Zusatzbelastungen zu. Sie bestrafen Touristen und können der lokalen Wirtschaft erheblichen Schaden zufügen. Dies gilt insbesondere dann, wenn die Einnahmen nur allgemeine Haushaltsdefizite reduzieren sollen und keinen Zusatznutzen für den Tourismus bringen. In diesem Sinne haben sich die HOTREC-Mitglieder auf der Generalversammlung im Frühjahr 2013 einstimmig gegen die Einführung derartiger Abgaben in Europa ausgesprochen.

■ Nachhaltigkeit

Derzeit ist Nachhaltigkeit eines der Hauptthemen in Brüssel. In diesem Bereich hat die Kommission im Juni 2011 den Entwurf einer Energieeffizienzrichtlinie vorgelegt, dessen Vorschriften auch das Gastgewerbe

betreffen könnte. HOTREC vertritt in der Diskussion zur Reform des europäischen Gastgewerbes und nimmt damit auch das Mandat der deutschen Hotellerie und Gastronomie wahr.

■ Brandschutz

Im Jahr 2010 veröffentlichte HOTREC mit dem so genannten „MBS-Leitfaden“ ein neues Hilfsmittel zur Erhöhung des Brandschutzes in europäischen Hotels. Dieses freiwillige Instrumentarium wird Hotels aller Größenordnungen in Europa helfen, unterstützend zu den bereits existierenden Gesetzen ein hohes Level im Brandschutz zu erreichen. Nationale Verbände des Hotel- und Gaststättengewerbes aus acht europäischen Ländern haben bereits angekündigt, diesen Leitfaden ihren Mitgliedern zur

Verfügung zu stellen, so dass HOTREC von einer Verbreitung auch in anderen Ländern in den nächsten Jahren ausgeht. Derzeit intensiviert HOTREC den Dialog mit der Europäischen Kommission, die plant, den MBS-Leitfaden in ein Gesetzgebungsverfahren zu Touristischen Dienstleistungen zu integrieren.

Hauptakteure

Anlässlich der 65. Generalversammlung im Oktober 2012 wurde der HOTREC-Präsident Kent Nyström mit großer Mehrheit für zwei weitere Jahre im Amt bestätigt. Als Vize-Präsidentin wurde Susanne Kraus-Winkler (Österreich) und Dr. Akos Niklái (Ungarn) als Schatzmeister im Amt bestätigt. Bei der Wahl zum Executive Committee wurde IHA-Hauptgeschäftsführer Markus Luthé erneut in das höchste HOTREC-Gremium gewählt.

HOTREC

111, Blv. Anspach, Boîte 4
BE-1000 Bruxelles, Belgien

Fon +32/2/5 13 63 23

Fax +32/2/5 02 41 73

main@hotrec.org

www.hotrec.org

www.hotelstars.org



Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW)

Rund 40 der größten Unternehmen und Verbände aus allen Bereichen der Branche stehen hinter dem Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW). Das Spektrum reicht vom Gastgewerbe über Luft-, Straßen- und Schienenverkehr bis hin zum Tourismusmarketing. Es umfasst private Mobilität genauso wie den Geschäftsreise-sektor. So gehören unter anderem der DEHOGA Bundesverband und der Hotelverband Deutschland (IHA) zu den Mitgliedern. Der BTW setzt sich gegenüber Politik und Öffentlichkeit für die gemeinsamen, übergreifenden Interessen der Tourismuswirtschaft ein.

Bundestagswahl im Fokus

Das Jahr 2013 stand für den BTW als politischem Dachverband der Tourismuswirtschaft natürlich unter anderem im Zeichen der Bundestagswahl. Mit einem Wahlcheck fragte der BTW die Parteien nach ihren Positionen zu den wichtigsten Anliegen der Branche – von Mehrwertsteuer Hotellerie bis Luftverkehrsteuer, von Hygieneampel bis Visapolitik. Auch auf dem 17. Tourismuspapier am 2. Dezember im Hotel Adlon in Berlin mit mehr als 500 Gästen ging es unter anderem um die Folgen der Bundestagswahl für die Tourismuswirtschaft. BTW-Präsident Dr. Michael Frenzel ging in seiner Eröffnungsrede kritisch auf den wenige Tage zuvor vorgelegten Koalitionsvertragsentwurf von CDU, CSU und SPD ein.

Ein übergreifendes Gesamtresümee falle schwer. Sehr enttäuscht sei man, dass die Luftverkehrsteuer entgegen vorheriger Entwurfsfassungen des Vertrags schlussendlich doch nicht abgeschafft werden soll. Hinsichtlich des Mindestlohns blieben die zentralen Argumente gegen eine flächen-deckende Lohnuntergrenze zwar bestehen,





01 GfK-Vorstandsvorsitzender Matthias Hartmann, BTW-Präsident Dr. Michael Frenzel und BTW-Pressesprecherin Nicole von Stockert (v.l.n.r.) bei der Vorstellung der Ergebnisse des BTW-Tourismusindex. (Foto: Marco Jentsch) **02** Die griechische Tourismusministerin Olga Kefalogianni, EU-Kommissionspräsident José Manuel Barroso und BTW-Präsident Dr. Michael Frenzel (v.l.n.r.) im Rahmen des 17. BTW-Tourismusgipfels. (Foto: Svea Pietschmann)

durch die vorgesehenen Stufenregelungen sei das Zugeständnis Mindestlohn an die SPD aber weniger schlimm ausgefallen, als zu befürchten stand. Positiv hob Frenzel den generellen Verzicht auf Steuererhöhungen und damit auch die Beibehaltung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes in der Hotellerie hervor.

Hauptredner des 17. Tourismusgipfels war EU-Kommissionspräsident José Manuel Barroso, der in seiner Rede die wirtschaftliche Relevanz des Tourismus unterstrich und die Qualität des Reiseziels Deutschland als Privatreise- aber auch als Geschäftsreisedestination würdigte. Er plädierte dafür, Europa nicht als Vereinigung der Staaten sondern der Menschen zu verstehen.

Weitere Themen des Gipfels waren unter anderem die fortschreitende Digitalisierung, die Wettbewerbsfähigkeit des deutschen Luftverkehrs sowie die wirtschaftspolitischen Herausforderungen nach der Wahl.

BTW-Tourismusindex: Deutsche weiter reisefreudig

Zum Jahresausklang veröffentlichte der BTW am 17. Dezember 2013 seinen neuen BTW-Tourismusindex. Erfreuliches Ergebnis der in Zusammenarbeit mit GfK entstandenen Studie: Zwischen November 2012 und Oktober 2013 stieg die Gesamtzahl der Privatreisen der deutschen Bürger mit mindestens einer Übernachtung um rund zwei Millionen auf fast 193 Millionen Reisen. Auch die Prognose für das nächste Jahr fiel positiv aus: Der Index sieht ein weiteres Reiseplus

von 2 Prozent voraus. Ein weiteres Ergebnis: Die Menschen in Deutschland entscheiden kurzfristiger über ihre Reisen als zuvor – u.a. zu begründen durch die zunehmende Digitalisierung aber auch durch Sondereffekte wie die zum Zeitpunkt der Umfrage im November noch offene politische Konstellation, die 2014 anstehende Fußball-WM sowie die Wetterkapriolen der vergangenen Jahre.

Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW)

Am Weidendamm 1A
10117 Berlin

Fon 030/726254-0

Fax 030/726254-44

info@btw.de

www.btw.de

Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT)

Deutsche Zentrale für Tourismus weltweit präsent

Die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) ist das nationale „Tourist Board“ Deutschlands mit Sitz in Frankfurt am Main. Sie vertritt das Reiseland Deutschland im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi) und wird von diesem aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages gefördert. Ziel ist, das positive Image für die deutschen Destinationen im Ausland zu steigern sowie den Tourismus nach Deutschland zu fördern. Dazu unterhält sie weltweit 30 Ländervertretungen.

Jahresbilanz 2013:

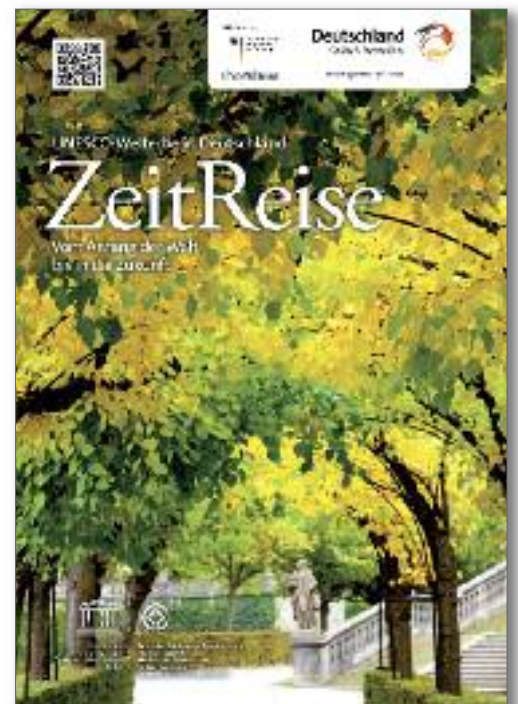
Viertes Rekordjahr für Reiseland Deutschland in Folge: über 70 Millionen Übernachtungen aus dem Ausland

Bereits zum vierten Mal in Folge bleibt das Reiseland Deutschland auf Erfolgskurs: 2013 wurde sogar erstmals die Hürde von 70 Millionen Übernachtungen aus dem Ausland genommen. Insgesamt verzeichnet der Incoming-Tourismus nach vorläufigen Angaben des Statistischen Bundesamtes im letzten Jahr 71,6 Millionen ausländische Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben mit zehn und mehr Betten, ein Plus von vier Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Das Reiseland Deutschland bleibt 2013 auch nach den aktuellen Ergebnissen von IPK International eine der beliebtesten Destinationen der Europäer und belegte zum vierten Mal nacheinander Platz zwei nach Spanien und vor Frankreich.

71,6

Millionen Übernachtungen aus dem Ausland im Jahr 2013





© Alex Hagnann - Fotolia

Produktlinien für das Auslandsmarketing

Aufbauend auf die beiden Produktlinien Städte-/Event- sowie Erholungstourismus erstellt die DZT wechselnde Schwerpunkt-kampagnen sowie langfristige Produktsegmente und gibt damit die Themen für das Marketing im Ausland vor. Mit dem Themenjahr „Junges Reiseland Deutschland – Hotspots, Brandnew, Lifestyle“ sprach die DZT im Jahr 2013 besonders jüngere Zielgruppen an. Im Fokus der Vermarktung stand die Nutzung von „User Generated Content“ auf der DZT-Seite www.germany.travel/youth. Zahlreiche „Hotspots“ im Reiseland Deutschland wurden hier von Usern bereits eingestellt und damit großes Interesse am Reiseland Deutschland doku-

mentiert. Darüber hinaus setzte die DZT mit den Themen „200. Geburtstag von Richard Wagner“, „200 Jahre Kinder- und Hausmärchen der Brüder Grimm“, mit dem „150. Geburtstag von Henry van de Velde“ sowie dem Jubiläum zu „50 Jahre Elysée-Vertrag“ einen Fokus im kulturellen Bereich.

Auch 2014 steht Kulturtourismus im Vordergrund der DZT-Marketing- und Vertriebsaktivitäten: „UNESCO-Welterbe – Nachhaltiger Kultur- und Naturtourismus“ heißt das Jahresthema 2014. Mit umfangreichen on- und offline-Maßnahmen positioniert die DZT dann die 38 UNESCO-Welterbestätten in Deutschland, darunter herausragende Werke aus Architektur und Design, Industriedenkmäler und ganze Naturlandschaften.



Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT)

Beethovenstraße 69
60325 Frankfurt/Main

Fon 069/974640
Fax 069/751903

info@germany.travel
www.germany.travel

Arbeitsgemeinschaft Mittelstand

Der Mittelstand ist Deutschlands Stärke. Rund 3,7 Mio. mittelständische Unternehmen repräsentieren fast die Hälfte aller Bruttoinvestitionen und der Bruttowertschöpfung. Deutlich über 70 Prozent aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten sind im Mittelstand beschäftigt. Außerdem ist er ungekrönter Ausbildungskönig: Mehr als acht von zehn Lehrlingen werden dort ausgebildet. Der Mittelstand ist der Job- und Innovationsmotor der deutschen Wirtschaft.

Die Stärken mittelständischer Unternehmen sind schnell umrissen: Durchschnittlich schaffen mittelständische Unternehmen deutlich mehr Arbeitsplätze als Großunternehmen, sie sind innovativ und sind in der Lage, schneller auf veränderte Bedingungen zu reagieren und Nischenmärkte zu besetzen. Mittelständische Unternehmen identifizieren sich mit ihrer Region und die Menschen in der Region identifizieren sich mit ihnen. Oftmals befinden sich die Unternehmen seit Generationen in Familienhand und nehmen in der Gemeinschaft vor Ort eine zentrale Rolle ein

Dieser starke Mittelstand verdient eine starke Lobby. Deshalb ist der DEHOGA Bundesverband Mitglied in der Arbeitsgemeinschaft Mittelstand. Gemeinsam mit neun weiteren Verbänden bzw. Organisationen aus produzierendem Gewerbe und Dienstleistungsgewerbe, aus Handel, Handwerk, Gastgewerbe und Kreditwirtschaft, repräsentieren wir alle Bereiche des Mittelstandes in Deutschland und kämpft für die Interessen unserer mittelständischen Unternehmer. Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für den Mittelstand zu verbessern, bedeutet zugleich die Wettbewerbsfähigkeit Deutschlands insgesamt zu sichern.



Zu den Mitgliedern der Arbeitsgemeinschaft zählen neben dem DEHOGA Bundesverband der Bundesverband der Freien Berufe (BFB), der Bundesverband Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR), der Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen (BGA), DER MITTELSTANDSVERBUND (ZGV), der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK), der Deutsche Raiffeisenverband (DRV), der Deutsche Sparkassen- und Giroverband (DSGV), der Handelsverband Deutschland – Der Einzelhandel (HDE) sowie der Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH).

70

Prozent aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten sind im Mittelstand beschäftigt

„Dieser starke Mittelstand verdient eine starke Lobby.“

Aktivitäten und Veranstaltungen

Es besteht kein Zweifel daran, dass Deutschlands starker Mittelstand maßgeblich daran beteiligt war, dass Deutschland bisher so gestärkt aus der globalen Wirtschaftskrise gekommen ist. Dies geht aus dem Jahresmittelstandsbericht 2013 hervor, in dem die Verbände der Arbeitsgemeinschaft Mittelstand Bilanz zogen.

230.000 neue Arbeitsplätze und erneutes Umsatzplus sprechen eine klare Sprache. Der Mittelstand bleibt Jobgarant und Wachstumsmotor – trotz der europäischen Staatsschuldenkrise. Diese Entwicklung zeigt, wie robust und flexibel der deutsche Mittelstand ist.

Als feste Größe im politischen Berlin hat sich der Parlamentarische Abend der Arbeitsgemeinschaft Mittelstand etabliert. Gut 450 Parlamentarier und weitere Gäste aus Politik und Wirtschaft folgten am 5. Juni der Einladung der Arbeitsgemeinschaft in die Räumlichkeiten des Hauptredner des Deutschen Sparkassen- und Giroverband (DSGV) ein, der gemeinsam mit dem Bundesverband Groß- und Außenhandel (BGA) die Veranstaltung in diesem Jahr ausrichtete. Hauptredner war der amtierende Bundesratspräsident, der Ministerpräsident des Landes Baden-Württemberg, Winfried Kretschmann. Weitere Ehrengäste waren Hermann-Otto Solms, die Parlamentarischen Staatssekretäre Ernst Burgbacher und Hans-Joachim Fuchtel.

Für einen starken Auftritt der Arbeitsgemeinschaft Mittelstand sorgen darüber hinaus gemeinsame Positionspapiere, Pressemitteilungen zu politischen Brennpunkten sowie regelmäßige Treffen der Hauptgeschäftsführer, Volkswirte und Pressesprecher.

Weitere Informationen finden Sie unter: www.arbeitsgemeinschaft-mittelstand.de.



01 Hauptredner auf dem Parlamentarischen Abend war der Ministerpräsident des Landes Baden-Württemberg, Winfried Kretschmann. 02+03 Zu den Gästen der Veranstaltung zählten auch die Parlamentarischen Staatssekretäre Ernst Burgbacher (Foto 02: 2.v.r.), in seiner damaligen Funktion auch Beauftragter der Bundesregierung für Mittelstand und Tourismus, sowie Hans-Joachim Fuchtel (Foto 03: vorn l.).



hoga Unternehmensversorgung

Seit mehr als 60 Jahren bietet die hoga Unternehmensversorgung, eine anerkannte Sozialeinrichtung des deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes und HDI-Gerling, umfassende Vorsorge- und Sicherungskonzepte.

Die hoga Unternehmensversorgung kennt die speziellen Risiken in der Branche und hat für die berufliche und persönliche Sicherheit der Unternehmer, ihrer Mitarbeiter und Familien die besten Konzepte. Auch für die Absicherung im Bundesgebiet des Betriebes hat die hoga Unternehmensversorgung genau zugeschnittene Lösungen entwickelt. Neben den bekannten Versicherungen für Berufsunfähigkeit, Kfz und Krankheit bietet sie maßgeschneiderte Investmentfonds und Baufinanzierungen an.



Zur Absicherung des Hotel- und Gastronomiebetriebes hat die hoga Unternehmensversorgung gemeinsam mit dem Partner HDI-Gerling und INTER Versicherungen das Komplettschutzpaket entwickelt, das das Unternehmen lückenlos und umfassend absichert und exakt auf die Risiken der Branche abgestimmt ist. Die hoga Unternehmensversorgung berät ihre Mitglieder an mehreren Servicestandorten.



Versorgungswerk des Deutschen
Hotel- und Gaststättengewerbes e.V.

Postfach 20 13 38
53143 Bonn

Fon 0228/37 40 27
Fax 0228/37 16 34

info@hoga-unternehmensversorgung.de
www.hoga-unternehmensversorgung.de



© Haftpflichtkasse Darmstadt

Ihr Partner für Speziallösungen

Die HAFTPFLICHTKASSE DARMSTADT wurde im Jahr 1898 als Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit gegründet. Heute beschäftigt das in Roßdorf nahe Darmstadt ansässige Unternehmen mehr als 250 Mitarbeiter, die täglich voller Engagement dafür arbeiten, hervorragenden Service zu bieten. Mehr als 14.000 Vermittler und über eine Million Kunden werden durch die HAFTPFLICHTKASSE DARMSTADT betreut. Auftrag ist es, ein solider Partner der Vermittler und Kunden zu sein, gerade auch im Schadenfall.

Als zuverlässiger Partner im gewerblichen Bereich und Spezialist im Hotel- und Gaststättengewerbe überzeugt das Unternehmen mit Know-how, einem besonderen Preis-Leistungsverhältnis und stetigen Produkt- und Service-Innovationen. Die HAFTPFLICHTKASSE DARMSTADT bietet spezielle, genau auf den Kunden zugeschnittene Haftpflichtlösungen für das Hotel- und Gaststättengewerbe an. Alle Angebote können mit der Betriebsschließungsversicherung ergänzt werden – gerade für das Gastro-

nomiegewerbe unverzichtbar. Denn oftmals wird die Gefahr einer Betriebsschließung aufgrund Infektionsgefahr unterschätzt – mit drastischen Folgen.

Die Infektionsgefahr stellt trotz aller Hygiene und Vorsicht immer ein akutes Thema für Betriebe dar, die gewerblich mit Lebensmitteln umgehen. Vorsicht ist gut, eine Betriebsschließungsversicherung ist besser. Ob in einem Hotel, einer Gaststätte, einem Lebensmittelverarbeitenden Betrieb, einem Handelsbetrieb, einem Alten- und Pflegeheim oder einer Reha-Klinik: Mit der HAFTPFLICHTKASSE DARMSTADT steht den Betrieben ein professioneller und langjährig erfahrener Partner zur Seite. Und auch Be-



triebe mit saisonalen Umsatzspitzen, wie beispielsweise Biergärten, Eiscafés oder Ausflugslokale, werden gegen die gegebenen Infektionsrisiken abgesichert.

Aufgrund ihrer hohen Servicequalität wurde die HAFTPFLICHTKASSE DARMSTADT bereits mehrfach ausgezeichnet. Erklärtes Ziel ist die Zufriedenheit der Kunden.

Einen ersten Überblick über die Produktpalette erhalten Interessierte auf der Internetseite www.haftpflichtkasse.de. Dort findet man auch einen Vermittler in der Nähe.

Kontakt:

Torsten Wetzel
Abteilungsleiter und Prokurist
Haftpflicht Vertrag – Firmenkunden

Tel.: 06154/601-1275
Fax: 06154/601-2288

wet@haftpflichtkasse.de

HAFTPFLICHTKASSE DARMSTADT

Haftpflichtversicherung
des Deutschen Hotel- und
Gaststättengewerbes – VVaG

Arheilger Weg 5
64380 Roßdorf

www.haftpflichtkasse.de

9

DEHOGA Shop und DEHOGA Sparbuch

Die INTERHOGA, Gesellschaft zur Förderung des deutschen Hotel- und Gaststättengewerbes mbH, engagiert sich seit 1951 für die Hotellerie und Gastronomie.

Die Wirtschaftsgesellschaft des DEHOGA Bundesverbandes betreibt einen der führenden Fachbuchverlage. Ihre Publikationen als auch Literatur anderer Verlage sowie weitere Produkte für die Unternehmer werden über den DEHOGA Shop angeboten.

DEHOGA-Mitglieder profitieren dabei von attraktiven Sonderkonditionen. Mitglieder im DEHOGA können sich darüber hinaus über viele weitere Top-Vorteile im DEHOGA Sparbuch freuen.





Profis kaufen im DEHOGA Shop

Sonderkonditionen für DEHOGA-Mitglieder

www.dehoga-shop.de

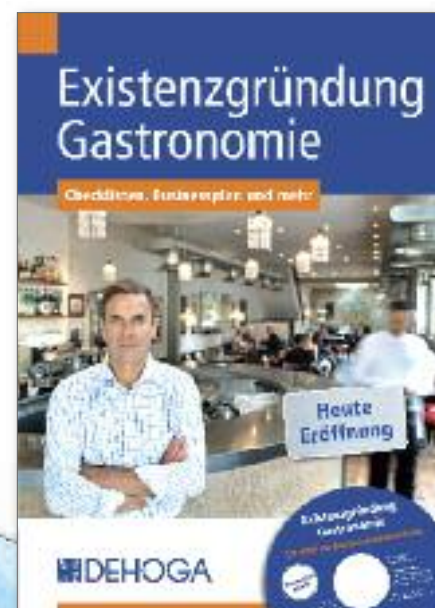
Vielfältiges Informationsangebot

Das vielfältige Informationsangebot der INTERHOGA steht jedem am Gastgewerbe Interessierten zur Verfügung. Die meisten Anfragen stammen von Unternehmern aus Hotellerie und Gastronomie, Existenzgründern, Mitarbeitern in der Branche, Unternehmensberatern, Finanzinstituten, wissenschaftlichen Einrichtungen, Studierenden, Zulieferfirmen des Gastgewerbes, Behörden und Medien.

Die INTERHOGA betreibt einen der führenden gastgewerblichen Fachverlage. Von der Checkliste für Existenzgründer über Betriebsvergleiche bis hin zu ausgewählten Spezialthemen wird eine große Bandbreite an informativer und unentbehrlicher Unternehmerliteratur angeboten. Neben Broschü-

ren und Büchern zu aktuellen Themen des Gastgewerbes sind es vor allem die Sonderprodukte wie das Hygienepaket oder die Hygieneleitlinie, die bei Hoteliers und Gastronomen, der Zulieferindustrie und Beratungsgesellschaften besonderes Interesse hervorrufen.

Des Weiteren bietet der DEHOGA Shop der INTERHOGA auch Publikationen anderer führender Verlage, von Kochbüchern bis hin zu Ratgebern, und ist somit der ganzheitliche Dienstleister rund um die vielfältige Literatur zu den Themen, Hotellerie, Gastronomie, Ausbildung, Trends, Design und Genuss.





Ein Bestseller im DEHOGA Shop:
Die Trinkwasserverordnung.

Der DEHOGA Shop in Berlin und im Internet

Seit 2009 sind die Mitarbeiter des DEHOGA Shop auch ganz persönlich für Sie da. In den Geschäftsräumen direkt in Berlin Mitte, am Karlplatz 7, können sich Hoteliers und Gastronomen, Existenzgründer, Partner und Freunde des Gastgewerbes nun direkt über das Angebot der INTERHOGA informieren.

Weiterhin steht Interessierten auch der Online-Shop unter www.dehoga-shop.de zur Verfügung. In modernem Design und

technisch auf dem absolut neuesten Stand wird den Kunden aus dem Netz hier die Möglichkeit geboten, die Produkte und Dienstleistungen schnell und bequem per Mausclick zu entdecken.

Das DEHOGA Sparbuch: attraktive, geldwerte Vorteile für Mitglieder

Die INTERHOGA hat eine Reihe von Rahmen- und Vergünstigungsverträgen mit unterschiedlichen Anbietern abgeschlossen. Diese bieten allen Mitgliedsunternehmen des DEHOGA attraktive, geldwerte Vorteile.

Besonders ansprechend sind die PKW-Konditionen vieler Hersteller, günstige Kreditkartenprovisionen, EC-Karten-Akzeptanz-Abschläge sowie der Telekom- und Sky Deutschland-Rahmenvertrag.

Interessierte Hoteliers und Gastronomen finden sämtliche Vorteile im Internet unter www.dehoga-sparbuch.de.

So beweist auch die INTERHOGA einmal mehr: Mitgliedschaft im DEHOGA lohnt und zahlt sich aus, in barer Münze.

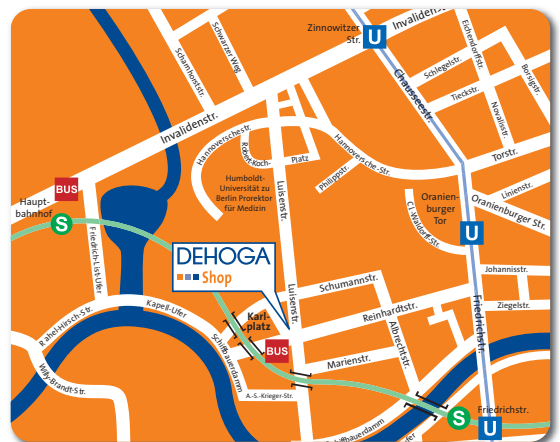
DEHOGA Shop: Das Service-Center für Gastronomie und Hotellerie

DEHOGA
 ■ ■ ■ Shop

Karlplatz 7
 10117 Berlin

Fon 030/59 00 99-850
 Fax 030/59 00 99-851
 bestellungen@interhoga.de

www.dehoga-shop.de



Förderprogramme des Bundes

Bereits seit 1974 werden in der Leitstelle für die Gewerbeförderungsmittel des Bundes die Förderprogramme für Betriebsberatungen sowie Informations- und Schulungsveranstaltungen erfolgreich umgesetzt.

Kleine und mittelständische Unternehmen sowie Freiberufler können Zuschüsse für Beratungen zu allen wirtschaftlichen, finanziellen, personellen und organisatorischen Fragen sowie zur Einführung oder Anpassung eines Qualitätsmanagementsystems im Unternehmen erhalten (so genannte allgemeine Beratungen).

Darüber hinaus werden Zuschüsse für spezielle Beratungen zu den Themen Technologie- und Innovation, Außenwirtschaft, Kooperation, Mitarbeiterbeteiligung, Arbeitsschutz, vergeben.

Die Gruppe der speziellen Beratungen wurde um die Tatbestände Fachkräftegewinnung und -sicherung, Compliance sowie Unternehmensübergabe erweitert.

Des Weiteren können Zuschüsse für besondere Beratungen wie Umweltschutz, der Einführung familienfreundlicher Maßnahmen, zu betriebswirtschaftlichen Fragen der Unternehmensführung speziell für Migran-

ten sowie Unternehmerinnen und seit 2012 auch für Beratungen zur Integration von Mitarbeitern mit Migrationshintergrund gewährt werden.

Ausführliche Informationen zum Bundesprogramm und zur Antragstellung sind im Internet unter www.interhoga.de/foerderung zu finden.

Hier sparen DEHOGA-Mitglieder!

www.dehoga-sparbuch.de

DEHOGA

■ ■ ■ Sparbuch

10

Trends und Zahlen

Deutschland als Reiseland steht bei Urlaubern aus der ganzen Welt hoch im Kurs.

Im Trend liegen Städte- und Kulturreisen. Darüber hinaus ist der Wellness- und Gesundheitstourismus weiterhin ein sehr großes Thema. Auch im Business- und Veranstaltungssegment hat Deutschland die Nase vorn.

Mehr als 1,7 Millionen Beschäftigte und fast 70.000 Auszubildende erwirtschaften in 227.000 gastgewerblichen Betrieben einen Jahresnettoumsatz von 68 Milliarden Euro. Das Gastgewerbe ist ein starkes Stück Wirtschaft in Deutschland.





Trends und Perspektiven für die Branche

Der Wettbewerbsdruck in Hotellerie und Gastronomie ist weiter hoch. Das Verhalten der Gäste ist geprägt durch gestiegene Ansprüche zum einen und eine hohe Preisensibilität zum anderen.

Der Gast von heute weiß mehr, er ist mobiler, internationaler und hat mehr Auswahlmöglichkeiten als je zuvor. Ketten und Nischenanbieter sind die Gewinner. So befindet sich bereits seit Jahren die Markenhotellerie im Aufwind. Gleichzeitig wächst auch die Bedeutung der Systemgastronomie. Die Kraft der Marken, professionelle Planung und ein strategischer Systemgedanke gehören sicherlich zu den Gründen, warum die Markengastronomie sich auch in konjunkturell schwierigen Zeiten besser behauptet als der Branchendurchschnitt.

Mehr denn je zählen eine klare Positionierung und Profilierung am Markt. In Zeiten standardisierter Hotel- und Gastronomiekonzepte kommt es für die Individualbetriebe auf die persönliche Handschrift eines Hauses und die individuelle, lebendige, herzliche Gästeansprache an. Die Gäste wollen verwöhnt, nicht versorgt werden.

Nachhaltigkeit und Regionalität

Nachhaltigkeit, Verantwortung für die Nachwelt und Ressourcen, Umweltbewusstsein – gutes Gewissen und Genuss schließen sich heute nicht mehr aus. Die grüne Welle rollt. Immer mehr Menschen suchen nach Produkten, die gut für Körper und Seele sind. Frische, Regionalität und Qualität stehen hoch im Kurs. Die Verbraucher sind sensibilisiert für den fortschreitenden Klimawandel und die damit verbundenen Aspekte der Nachhaltigkeit.

Hotels und Restaurants, die konsequent Energieeffizienzmaßnahmen umsetzen, sind für die Zukunft gut aufgestellt. Weiter steigende Energiekosten werden diesen Trend in der Zukunft noch beflügeln.

Fokus Hotellerie

Deutschland-Urlaub im Trend

Der Urlaub in der Heimat zeigt sich als ungebrochener Trend. So konnte die Tourismusbranche im Jahr 2013 erneut einen Rekord verbuchen.

Die Zahl der Gästeübernachtungen im Beherbergungsgewerbe stieg um 1,1 Prozent auf 411,8 Millionen. Dabei liegt Deutschlands Stärke nach wie vor im Binnentourismus. 82,5 Prozent der Übernachtungen gehen auf die eigene Bevölkerung zurück.



© Bad Saarow Kur GmbH Saarow Therapie



© Visit Berlin / Koschel

Aber auch bei ausländischen Touristen wird Deutschland als Urlaubsland immer beliebter. Hier war im selben Zeitraum ein überproportionaler Zuwachs von 4,5 Prozent auf 71,9 Millionen zu verzeichnen.

Gesundheitstourismus

Gesundheit ist und bleibt ein Megatrend, der bei der Gestaltung des Urlaubs eine immer größere Rolle spielt. Die Grenze zwischen Wellness bzw. Lifestyle auf der einen und Gesundheitsfürsorge auf der anderen Seite verschwimmt zusehends. Die Hotellerie greift diesen Trend auf und bietet diverse Angebote rund um Körper und Geist – von reinen Wohlfühlwendungen bis zu von Medizinern begleiteten Maßnahmen. Dabei spielt das Thema nicht nur in der Ferienhotellerie, sondern in verstärktem Maße auch in der Stadthotellerie eine Rolle. Nirgends kann Wellness in seinem ganzheitlichen Ansatz so ausgelebt werden wie in der Hotellerie.

Budgethotellerie

Budgethotels liegen auch weiterhin im Trend. Die erfolgreiche Entwicklung in den letzten Jahren lässt sich auch mit der Kraft der Marken erklären. Klassische Segmentgrenzen verschwimmen zusehends. Budgethotels mit Designcharakter und kommunikativer Atmosphäre boomen. Sie liegen am Puls der Zeit, treffen den Geschmack von Geschäftsreisenden wie auch Touristen. Die Gäste wollen Komfort, Ambiente und Kreativität an attraktiven Standorten zu bezahlbaren Preisen.

Hostels

Das Segment der Hostels entwickelte sich innerhalb weniger Jahre sehr schnell. Die Zeiten, in denen Hostels nur für Backpacker interessant waren, sind jedoch vorbei. Die Nachfrage reicht heute von jugendtouristischen Märkten über Einzelreisende bis zu Familien.

411,8

Millionen Gästeübernachtungen
im Beherbergungsgewerbe
im Jahr 2013



© DZT / Gundhard Marth

Der Hostelmarkt in Deutschland wird von einigen großen Anbietern neben einer Vielzahl kleinerer Anbieter geprägt. Insbesondere Großstädte sind die interessantesten Standorte für Hostels. Vor allem hier bewegen sich die Hostels und Budgethotellerie aufeinander zu und eine klare Abgrenzung ist oft gar nicht mehr möglich. Berlin ist mit über 100 Betrieben Hostel-Standort Nr. 1 in Deutschland.

Städtereisen

Städtereisen haben weiter Wachstumspotenzial. In wenigen Tagen möglichst viel erleben, das entspricht dem Trend der Zeit. Kurzreisen gewinnen an Bedeutung. Unterstützt wird der Städtetourismus durch die Angebote der Billigflieger. Die deutschen Städte überzeugen mit einem außerordentlich reichhaltigen architektonischen und kulturellen Angebot. Dazu locken zahlreiche Kunst- und Sport-Events. Insbesondere Ber-

lin, Hamburg und München profitieren vom Städtetourismus überdurchschnittlich. So liegt Berlin mittlerweile auf Platz drei in Europa nach London und Paris, was die Anzahl der Übernachtungen betrifft. Die Zahl der Übernachtungen in der Hauptstadt hat sich seit der Wiedervereinigung mehr als verdreifacht.

Markenhotellerie

Gewinner der steigenden Übernachtungszahlen in Deutschland ist vor allem die Markenhotellerie. Lag die Anzahl der Markenhotels 2003 noch bei knapp unter 3.000, stieg sie im Jahr 2012 bereits auf fast 4.000 Betriebe. Diese verteilen sich auf 180 Hotelgesellschaften und -gruppen. Der umsatzbezogene Marktanteil der Markenhotellerie liegt mittlerweile bei über 50 Prozent (siehe auch Branchenreport des Hotelverbandes Deutschland „Hotelmarkt Deutschland 2013“).

Fokus Gastronomie

Regionale Küche

Im Zeitalter der Globalisierung und der sich ständig wechselnden Trends haben Tradition, Heimat, Bodenständigkeit und ehrliche Gastfreundschaft wieder Konjunktur. Gefragt sind frische, regionale und saisonale Spezialitäten auf der Speisekarte. In den Städten und Regionen des Landes lassen sich ganz typische regionale Speisen und Getränke entdecken und probieren. Die einzigartige Vielfalt der heimischen Küche begeistert die Gäste. Dabei gilt: Regional schlägt Bio. Auch fragen die Gäste immer häufiger nach der Herkunft der Produkte. Betriebe, die hier eindeutig Auskunft geben können, punkten.

Wohlfühlatmosphäre

Wohlfühlambiente anstelle von kühlem Design – oder auch: cool war gestern, cosy ist heute. Gaststätten werden wieder zu Orten der Kommunikation – gerade in Zeiten von Twitter, Facebook & Co. Das gute alte Wirtshaus hat neue Chancen, sofern Angebots- und Servicequalität stimmen. Auch mit Blick auf die immer beliebter werdenden Freizeitaktivitäten wie Wandern und Radeln ergeben sich für diese Betriebe tolle Möglichkeiten als Ausflugsziele. Die Stammtische und große Tische sind zurück, so kommt man schneller ins Gespräch. Man trifft sich anstatt nur zu chatten, unterhält sich und lässt sich nicht nur unterhalten.



© Stuttgart Marketing GmbH

Außergastronomie

Je mehr Arbeit und Alltag innen stattfinden, desto mehr drängt es die Menschen nach draußen – in die Biergärten, Terrassen oder auch Strandbars der Republik. Open-Air-Gastronomie vermittelt ein Gefühl von Freiheit vor Ort, steht für die kleine Auszeit zwischendurch und den Kurzurlaub im Alltag. Mit Blick auf die Weiterentwicklung von Technik, Design sowie neuen Getränken und Speisekreationen ist Gastronomie unter freiem Himmel fast an jedem Ort realisierbar. Auch die Rauchverbote haben definitiv zu einer Verlängerung der Open-Air-Saison beigetragen. Sobald die ersten Sonnenstrahlen da sind, füllen sich auch bei Minusgraden die Außenplätze. Dabei ist das Vorhalten von Kissen und Decken für die Gäste heute vielerorts Standard.

Kaffeespezialitäten und Süßes

Großstädte ohne Kaffeebars sind kaum mehr vorstellbar. Immer mehr Konzepte bewegen sich im Markt.

Kaffeebars sind öffentliche Wohnzimmer und weiterhin ein sehr trendiges Thema. Kaffeebars haben auch weiterhin große Wachstumsperspektiven, denn sie überzeugen ihre Gäste mit Kaffeespezialitäten, frisch gepressten Säften sowie süßen und herzhaften Snacks.



© DEHOGA / Alois Müller

Wirtschaftsfaktor Gastgewerbe

| 1.762.000 Arbeitnehmer ¹ | |
|-------------------------------------|-----------|
| Beherbergungsgewerbe | 468.000 |
| Gaststättengewerbe | 1.091.000 |
| Pachtkantinen und Caterer | 203.000 |

und

| 68.963 Auszubildende ² | |
|--------------------------------------|--------|
| Koch/Köchin | 25.757 |
| Restaurantfachmann/-frau | 8.410 |
| Hotelfachmann/-frau | 23.866 |
| Hotelkaufmann/-frau | 1.063 |
| Fachmann/-frau für Systemgastronomie | 5.172 |
| Fachkraft im Gastgewerbe | 4.695 |

in

| 227.175 gastgewerblichen Betrieben ³ | |
|---|---------|
| Beherbergungsgewerbe | 46.604 |
| Gaststättengewerbe | 168.470 |
| Caterer und Erbringer sonst. Verpflegungsdienstleistungen | 12.101 |

erwirtschafteten

| 68,0 Mrd. Euro Jahresnettoumsatz ⁴ | |
|---|----------------|
| Beherbergungsgewerbe | 23,7 Mrd. Euro |
| Gaststättengewerbe | 37,8 Mrd. Euro |
| Pachtkantinen und Caterer | 6,5 Mrd. Euro |

1) Eigene Berechnung basierend auf Gastgewerbestatistik 2010

2) DIHK Februar 2013

3) nach Umsatzsteuerstatistik 2011 (veröffentlicht April 2013)

4) Eigene Berechnung basierend auf Umsatzsteuerstatistik 2011

Umsatzentwicklung 2012 und 2013

| | 2012, Veränderung g. Vorjahr | | 2013, Veränderung g. Vorjahr | |
|--------------------------------|------------------------------|--------|------------------------------|--------|
| | nominal | real | nominal | real |
| Hotels, Gasthöfe | | | | |
| Pensionen, Hotels garnis | +3,2 % | +1,5 % | +0,8 % | -1,2 % |
| Beherbergungsgewerbe insgesamt | +3,1 % | +1,4 % | +0,8 % | -1,2 % |
| Speisengeprägte Gastronomie | +1,3 % | -0,8 % | +1,3 % | -1,3 % |
| Getränkegeprägte Gastronomie | +0,5 % | -1,6 % | -2,1 % | -4,1 % |
| Gaststättengewerbe insgesamt | +1,2 % | -0,8 % | +0,9 % | -1,6 % |
| Caterer und sonstige | | | | |
| Verpflegungsdienstleistungen | +3,1 % | +1,2 % | +3,7 % | +1,4 % |
| Gastgewerbe insgesamt | +2,1 % | +0,2 % | +1,2 % | -1,1 % |

Quelle: Statistisches Bundesamt; Stand: Februar 2014

Nettoumsätze im Gastgewerbe (in Milliarden Euro)

| Betriebsart | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Gastgewerbe insges. | 67,1 | 66,7 | 67,5 | 66,8 | 66,4 | 62,6 | 63,6 | 66,1 | 67,3 | 68,0 |
| Hotellerie* | 18,4 | 18,5 | 19,3 | 19,5 | 19,6 | 18,2 | 19,5 | 20,3 | 23,5 | 23,7 |
| Gaststättengewerbe | 41,1 | 40,3 | 40,0 | 39,1 | 38,4 | 36,3 | 35,7 | 37,1 | 37,5 | 37,8 |
| Pacht-Kantinen/Caterer | 5,5 | 5,7 | 5,8 | 5,9 | 6,1 | 5,8 | 6,0 | 6,2 | 6,3 | 6,5 |

Quelle: Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

*Hotels, Hotels garnis, Gasthöfe, Pensionen

Nominale Umsatzentwicklung im Gastgewerbe

| Betriebsart | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Gastgewerbe insges. | -1,8 % | -0,4 % | +1,6 % | -0,5 % | +0,1 % | -5,9 % | +2,2 % | +3,8 % | +2,1 % | +1,2 % |
| Hotellerie* | +1,1 % | +1,0 % | +4,3 % | +1,1 % | +0,5 % | -7,1 % | +7,1 % | +3,9 % | +3,2 % | +0,8 % |
| Gaststättengewerbe | -4,1 % | -1,9 % | -0,6 % | -2,3 % | -0,9 % | -5,2 % | -1,0 % | +4,1 % | +1,2 % | +0,9 % |
| Pacht-Kantinen/Caterer | +1,6 % | +2,9 % | +2,9 % | +2,4 % | +2,4 % | -4,8 % | +3,3 % | +3,2 % | +3,1 % | +3,7 % |

Quelle: Statistisches Bundesamt

*Hotels, Hotels garnis, Gasthöfe, Pensionen

Anzahl der umsatzsteuerpflichtigen Unternehmen des Gastgewerbes

| Betriebsart | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|---|---------|---------|---------|---------|
| Hotels | 11.067 | 11.022 | 11.328 | 11.411 |
| Hotels garnis | 3.595 | 3.586 | 3.741 | 3.675 |
| Gasthöfe | 16.675 | 16.543 | 16.852 | 16.556 |
| Pensionen | 6.049 | 6.004 | 6.242 | 5.800 |
| Sonstiges Beherbergungsgewerbe | 7.590 | 7.767 | 9.252 | 9.162 |
| Beherbergungsgewerbe | 44.976 | 44.922 | 47.415 | 46.604 |
| Restaurants | 85.343 | 81.331 | 78.712 | 76.718 |
| Cafés | 10.321 | 10.672 | 10.726 | 10.835 |
| Eissalons | 6.664 | 6.340 | 6.099 | 5.927 |
| Imbissstuben | 28.625 | 29.727 | 30.262 | 30.858 |
| Schankwirtschaften | 38.549 | 36.669 | 35.638 | 34.371 |
| Discotheken, Tanz- und Vergnügungslokale | 2.412 | 2.410 | 2.357 | 2.259 |
| Bars | 1.742 | 1.620 | 1.620 | 1.666 |
| Sonstige getränkegeprägte Gastronomie | 8.352 | 6.807 | 6.249 | 5.836 |
| Gaststättengewerbe | 182.008 | 175.576 | 171.663 | 168.470 |
| Pachtkantinen | 4.731 | k.A. | k.A. | k.A. |
| Caterer | 6.502 | k.A. | k.A. | k.A. |
| Caterer und Erbringer von sonstigen Verpflegungsdienstleistungen | 11.233 | 11.124 | 11.668 | 12.101 |
| Gastgewerbe insgesamt | 238.217 | 231.622 | 230.746 | 227.175 |

Quelle: Statistisches Bundesamt, aktuelle Umsatzsteuerstatistik 2011, veröffentlicht April 2013

Weitere Informationen sind unter www.dehoga.de im aktuellen DEHOGA-Branchenbericht sowie in der DEHOGA-Analyse „Das Gastgewerbe im Zahlenspiegel“ zu finden.



© Yuri A. Kuris - Fotolia.com

TOP 10 der Systemgastronomie

| Unternehmen | Nettoumsatz 2012 |
|-------------------------------------|-------------------|
| 1. McDonald's Deutschland Inc. | 3.247,0 Mio. Euro |
| 2. Burger King GmbH | 833,0 Mio. Euro |
| 3. LSG Lufthansa Service Holding AG | 730,0 Mio. Euro |
| 4. Autobahn Tank & Rast GmbH | 599,0 Mio. Euro |
| 5. Nordsee Fisch-Spezialitäten GmbH | 291,0 Mio. Euro |
| 6. YUM! | 199,0 Mio. Euro |
| 7. Subway GmbH | 185,0 Mio. Euro |
| 8. SSP Deutschland GmbH | 182,0 Mio. Euro |
| 9. Ikea Deutschland GmbH & Co. KG | 179,0 Mio. Euro |
| 10. Aral AG | 175,8 Mio. Euro |

Quelle: food-service



© Robert Kneschke - Fotolia.com

TOP 10 der Caterer

| Unternehmen | Nettoumsatz 2012 |
|---|------------------|
| 1. Compass Group Deutschland GmbH | 667,0 Mio. Euro |
| 2. Aramark Holdings GmbH & Co. KG | 420,0 Mio. Euro |
| 3. Sodexo Services GmbH | 368,8 Mio. Euro |
| 4. Dussmann Service Deutschland GmbH | 217,0 Mio. Euro |
| 5. Klüh Catering GmbH | 211,0 Mio. Euro |
| 6. Apetito B.V. & Co. KG | 205,1 Mio. Euro |
| 7. SV (Deutschland) GmbH | 139,2 Mio. Euro |
| 8. Wisag Catering Holding GmbH & Co. KG | 99,0 Mio. Euro |
| 9. Bilfinger Facility Services GmbH | 79,5 Mio. Euro |
| 10. Victor's Health Care Catering GmbH | 50,5 Mio. 2012 |

Quelle: gv-praxis



© Rainer Sturm - pixelio.de

TOP 10 der Markenhotellerie

| Unternehmen | Nettoumsatz 2012 |
|---|------------------|
| 1. Accor Hotellerie Deutschland | 836,8 Mio. Euro |
| 2. Best Western Hotels Deutschland | 683,4 Mio. Euro |
| 3. InterContinental Hotels Group | 516,0 Mio. Euro |
| 4. Starwood Hotels & Resorts Worldwide Inc. | 381,1 Mio. Euro* |
| 5. Maritim Hotelgesellschaft mbH | 373,7 Mio. Euro |
| 6. Steigenberger Hotels Deutschland | 364,9 Mio. Euro |
| 7. Hospitality Alliance AG/Ramada Worldwide | 309,3 Mio. Euro |
| 8. Grand City Hotels GmbH | 290,4 Mio. Euro |
| 9. NH Hotels Deutschland GmbH | 283,5 Mio. Euro |
| 10. Marriott International | 272,5* Mio. Euro |

* Schätzwert (2012/AHGZ – alle Daten beruhen auf Angaben der Gesellschaften)



DEHOGA intern Ihre Ansprechpartner

Präsident

Ernst Fischer
frentzen@dehoga.de

Hauptgeschäftsführerin

Ingrid Hartges
hartges@dehoga.de

Britta Frentzen, Büro des Präsidenten/
Assistentin der Hauptgeschäftsführung
frentzen@dehoga.de Fon 030/72 62 52-20

Viktoria Brandt, Assistentin
brandt@dehoga.de -54

Zentrale + Information

Heike Lehmann -0
info@dehoga.de

Geschäftsführung

RA Jürgen Benad
benad@dehoga.de

Recht und Steuern

Tamara Marzinowski, Assistentin -56
marzinowski@dehoga.de

RA Sandra Warden
warden@dehoga.de

Arbeitsmarkt und -recht/Soziales/Berufsbildung

Janet Walter, Assistentin Arbeitsmarkt -46
walter@dehoga.de

Viktoria Brandt, Assistentin Berufsbildung -54
brandt@dehoga.de

Verbandskommunikation

Christopher Lück, Pressesprecher -32
lueck@dehoga.de

Christopher Peter, stellv. Pressesprecher -30
peter@dehoga.de

Melanie Junge-Beichle, PR-Assistentin -24
junge-beichle@dehoga.de

Wir stehen Ihnen gerne unter **030/72 62 52-0**
bzw. den Durchwahlnummern zur Verfügung.

11

Finanz- und Rechnungswesen

Iren Seifert -40
seifert@dehoga.de

Arite Barde -38
barde@dehoga.de

Urheberrecht

RA Stephan Büttner, stellv. Geschäftsführer
buettner@dehoga.de

Katrin Vorwerk, Sekretariat -28
vorwerk@dehoga.de

Marktforschung/Statistik

Matthias Meier, Referent -92
meier@dehoga.de

Lebensmittelrecht, Verbraucherschutz, allg. Vertragsrecht

Matthias Nadolski, Referent -17
nadolski@dehoga.de

Geschäftsführung Fachbereich Gastronomie

Ingrid Hartges, Hauptgeschäftsführerin
hartges@dehoga.de Fon 030/72 62 52-20

Geschäftsführung Fachbereich Hotellerie

Markus Luthe, Hauptgeschäftsführer Hotelverband Deutsch-
land (IHA)
luthe@hotellerie.de Fon 030/59 00 99 6-93

Fachabteilungen und Fachverbände

Systemgastronomie

RA Sandra Warden, Geschäftsführerin
warden@dehoga.de

Janet Walter, Assistentin -46
walter@dehoga.de

Gemeinschaftsgastronomie

RA Jürgen Benad, Geschäftsführer
benad@dehoga.de

Tamara Marzinowski, Assistentin -56
marzinowski@dehoga.de

Catering

Ingrid Hartges, Geschäftsführerin
walter@dehoga.de

Janet Walter, Assistentin -46
walter@dehoga.de

Bahnhofsgastronomie

RA Jürgen Benad, Geschäftsführer
benad@dehoga.de

Tamara Marzinowski, Assistentin -56
marzinowski@dehoga.de

Discotheken / Bundesverband deutscher Discotheken und Tanzbetriebe (BDT)

RA Stephan Büttner, Geschäftsführer
buettner@dehoga.de

Katrin Vorwerk, Sekretariat -28
vorwerk@dehoga.de

Union der Pächter von Autobahn-Service-Betrieben e.V. (UNIPAS)

RA Jürgen Benad, Geschäftsführer
benad@dehoga.de

Janet Walter, Assistentin -46
walter@dehoga.de

Tamara Marzinowski, Assistentin -56
marzinowski@dehoga.de

Das Präsidium des DEHOGA Bundesverbandes

Ernst Fischer

Präsident
Landhotel Hirsch
Schönbuchstraße 28
72074 Tübingen-Bebenhausen
Fon 07071/60 93-30
Fax 07071/63 97 163

Guido Zöllick

Stellv. Präsident
Hotel Neptun
Seestraße 19
18119 Warnemünde
Fon 0381/777-0
Fax 0381/777-600

Fritz-Georg Dreesen

Stellv. Präsident
Rheinhotel Dreesen
Ringhotel Bonn
Rheinstraße 45-49
53179 Bonn
Fon 0228/82 02-151
Fax 0228/82 02-153

Thomas Hirschberger

Stellv. Präsident
Hans im Glück Franchise GmbH
Neuhauserstraße 3a
80331 München
Fon 0176/19995400

Gereon Haumann

Schatzmeister
c/o DEHOGA Rheinland-Pfalz e.V.
Brückes 18
55545 Bad Kreuznach
Fon 0671/29 83 27-20
Fax 0671/29 83 27-220

Ulrich N. Brandl

Präsidiumsmitglied
URLICHSHOF Baby & Kinder Bio-Resort
Zettisch 42
93485 Rimbach
Fon 09977/950-0
Fax 09977/950-470

Fritz Engelhardt

Präsidiumsmitglied
Hotel Garni „Engelhardt“
Hauffstraße 111
72793 Pfullingen
Fon 07121/99 20-0
Fax 07121/99 20-222

Waldemar Fretz

Präsidiumsmitglied
Hotel-Restaurant
Hoepfner Burghof
Haid-Und-Neu-Straße 18
76131 Karlsruhe
Fon 0721/62 26 44
Fax 0721/6 18 34 03

Dr. Monika Gommolla

Präsidiumsmitglied
Maritim Hotelgesellschaft mbH
Herforder Straße 2
32105 Bad Salzuflen
Fon 05222/95 32 79
Fax 05222/95 32 77

Dierk Kraushaar

Präsidiumsmitglied
Bendenkamp 12
40880 Ratingen
Fon 02102/4 13 36
Fax 02102/44 96 78

Hermann Kröger

Präsidiumsmitglied
Kröger's Hotel
Bahnhofstraße 18
26427 Esens
Fon 04971/30 65
Fax 04971/42 65

Olaf Offers

Präsidiumsmitglied
c/o DEHOGA Nordrhein-Westfalen e.V.
Hammer Landstraße 45
41460 Neuss
Fon 02131/75 18-200
Fax 02131/75 18-201

André Witschi

Präsidiumsmitglied
Karwendelstraße 6
85604 Zorneding

Dr. Erich Kaub

Ehrenpräsident
Mauerkircher Straße 199
81925 München
Fon 089/9 23 06 68-100

Jochen Koepf

Ehrenmitglied
Am Engelsbach 25
53127 Bonn
Fon 0228/28 48 06
Fax 0228/9 19 51 38

Helmut Otto

Ehrenmitglied
Landhotel und Landgasthaus
Naafs-Häuschen
Naafshäuschen 1
53797 Lohmar-Wahlscheid
Fon 02206/60 80
Fax 02206/60 81 00

Rose Felicitas Pauly

Ehrenmitglied
Rissener Landstraße 54
22587 Hamburg
Fon 040/86 75 81
Fax 040/86 75 81

Herbert Rütten

Ehrenmitglied
Mittelstraße 120
53474 Bad Neuenahr-Ahrweiler
Fon 02641/2 62 10
Fax 02641/2 62 40

★

**DAS BESTE FLEISCH
FINDEN WIR BEIM HÄNDLER
UNSERES VERTRAUENS.**

**DIE BESTEN LEUTE
MIT JOBSTERNE.DE**

★

burg staufeneck
 setzt auf jobsterne.de

Klaus Schurr
Hotelier des
Jahres 2011

Rolf Staubinger
Sternekoch

**JETZT
ANZEIGEN
ONLINE
BUCHEN!**

Das Beste oder nichts. Bei den Zutaten für seine ausgezeichneten Gerichte gibt es für Sternekoch Rolf Straubinger keine Kompromisse. Bei der Mitarbeiter-Suche auch nicht. Straubinger und sein Partner Klaus Schurr setzen auf Premium-Stellenanzeigen von Jobsterne. Sichern auch Sie sich höchste Aufmerksamkeit für Ihr Stellenangebot und buchen Sie Ihre Premium-Anzeige schnell und einfach unter jobsterne.de/anzeigen oder Telefon 0711/2133-311

★ ★ ★ ★ ★
jobsterne.de
Die meisten Jobs aus Hotellerie & Gastronomie

Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V. (DEHOGA Bundesverband)

Verbändehaus Handel-Dienstleistung-Tourismus
Am Weidendamm 1A, 10117 Berlin

Fon 030/72 62 52-0 · Fax 030/72 62 52-42
info@dehoga.de · www.dehoga.de