

Juli/August 2019

hoga *AKTIV*

Das Magazin für Berliner Gastgeber

AKTUELL

Das Sommerfest des DEHOGA Berlin

Seite 5

WIR IN BERLIN

Wirtschaftsfaktor und Jobmotor Interview mit Ramona Pop

Seite 8

DEHOGA Berlin flagship: 1. Treffen der neuen Fine Dining-Gruppe

Seite 10





Gleitzeit Berlin

Aus dem Office in die Badehose.
Weil es geht in Berlin.

#FreiheitBerlin
be.berlin.de

be  Berlin



5



8



13

AKTUELL

- Editorial: Mehr Wertschätzung für Hoteliers und Gastronomen **4**
- Sommerfest des DEHOGA Berlin **5**
- Interview mit Ramona Pop **8**

WIR IN BERLIN

- DEHOGA Berlin flagship: 1. Treffen der neuen Fine Dining-Gruppe **10**
- Zwangstickets für Berlin-Besucher **12**
- CHEFDAYS: The Place to be für Köche und Gastronomen **13**
- Neues aus dem Preußenpark **14**
- Fairmas: Die IFA im Rückblick **16**
- visitBerlin:* Ein Jahr Berliner Tourismuskonzept **17**
- Bürgerfest des Bundespräsidenten **18**
- Neue Serie: Berlin-Azubis der Perfektionist **19**
- 10 Modellbetriebe für Praktikumsprojekt gesucht **20**
- Food-Trends: GastroPiraten **21**

DEHOGA BERLIN-PARTNER

- Autohaus Kramm **22**
- DINAMIX **23**
- Too Good To Go **24**
- Varioprint **25**
- Hildebrandt & Bartsch **26**
- American Express **27**

NEWS

- Neue Mitarbeiter beim DEHOGA Berlin **28**
- NEWS **28**

MITGLIEDER

- Hotelklassifizierung
- Jubiläen im September
- Neue Mitglieder, Save the Date **32**
- Neueröffnung: Das Hotel Indigo Berlin – East Side Gallery **33**
- Neue Anforderungen für Kartenzahlungen **34**

Impressum

Herausgeber: Hotel- und Gaststättenverband Berlin e. V. (DEHOGA Berlin), Christian Andresen (Präsident), Lutz Freise (Schatzmeister), Thomas Lengfelder (Hauptgeschäftsführer), Keithstraße 6, 10787 Berlin, Telefon +49 30. 318048-0, Telefax +49 30. 318048-28, info@dehoga-berlin.de, www.dehoga-berlin.de; Redaktion: Peggy Mayer, +49 30. 318048-16, projekte@dehoga-berlin.de · Verantwortlich für den Inhalt: HOGA Berlin Service GmbH, Thomas Lengfelder (Geschäftsführer)
Verlag und Gesamtherstellung: TMM Magazine GmbH, Franklinstraße 11, 10587 Berlin, www.tmm.de; hogaaktiv@tmm.de, Tel: +49 30. 2359951-71, Fax: +49 30. 2359951-88
 Geschäftsführer: Jürgen H. Blunck, Layout: Astrid Güldemann, Titelbild: Sabeth Stickforth
 Erscheinungsweise: 11 Onlineausgaben und 6 Printausgaben. Der Bezugspreis ist im Verbandsbeitrag enthalten. Namentlich gekennzeichnete Artikel sind Ausdruck grundsätzlicher Meinungsfreiheit; sie geben nicht unbedingt die Auffassung der Redaktion bzw. des Herausgebers oder des Verlages wieder. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages. Es gilt die Anzeigenpreisliste vom 1. Januar 2019

Mehr Wertschätzung

für Hoteliers und Gastronomen

Liebe Mitglieder des DEHOGA Berlin,
liebe Leserinnen und Leser,

beim traditionellen Sommerfest vom DEHOGA Berlin, *visitBerlin* und *visitBerlin* Partnerhotels kamen rund 1.000 Gäste aus Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport, Medien und Gesellschaft zusammen. Darunter waren Mitglieder des Bundestages und des Abgeordnetenhauses von Berlin, Senatoren, Bezirksbürgermeister, Stadträte und, zu aller Freude, der Regierende Bürgermeister von Berlin Michael Müller sowie die Bürgermeisterin und Wirtschaftssenatorin Ramona Pop. Und natürlich die gesamte Bandbreite der Gastgeber von Berlin.

Neben den individuellen Gesprächen an diesem Abend widmeten wir uns mit viel Aufmerksamkeit den wichtigsten Themen der Zukunft für unsere Branche. Wir streben nach mehr Wertschätzung für unsere Hoteliers und Gastronomen, die gemeinsam große Leistungen erbringen, um unsere Branche noch attraktiver zu gestalten, so dass Berlin auch in den nächsten Jahren ein Anziehungspunkt für Gäste aus aller Welt bleibt. Mit der DEHOGA Berlin flagship-Gruppe werden wir die Interessen der Spitzengastronomie gegenüber der Politik und den Behörden vertreten. Durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit soll die Wahrnehmung und das Image der gesamten Branche positiv verändert werden, denn Spitzengastronomen sind Kulturschaffende, die ähnliche gesellschaftliche Leistungen erbringen wie Theater und Musikhäuser. Im Bereich des Kongressgeschäftes fehlen Berlin Flächen, auf denen Veranstaltungen ab 3.000 Teilnehmern durchgeführt werden können; der ehemalige Flughafen Tempelhof kann keine langfristig vermietbare Hallenstruktur anbieten. Im Vergleich zu den europäischen Wettbewerbern kann Berlin aktuell deutlich weniger Kongressflächen ins Rennen schicken. Analysen haben ergeben, dass Berlin bei entsprechen-

den Flächen quasi sofort 14 Großkongresse mehr ausrichten könnte. Selbstverständlich fordern wir für Berlin auch deutlich mehr Langstreckenverbindungen (Flüge). Hierfür wurde bis Ende Mai eine Umfrage bei den 100 umsatzstärksten Unternehmen in Berlin und Brandenburg durchgeführt. Ein wichtiger Bestandteil der Initiative und eine Grundvoraussetzung für alle weiteren Tätigkeiten war und ist eine Bedarfsanalyse. Es sollte erfasst werden, welche internationalen Ziele für die Unternehmen relevant sind und welches Reiseaufkommen die Unternehmen auf Langstrecken haben. Die Ergebnisse der Umfrage liegen jetzt vor und werden im Rahmen einer Pressekonferenz im Oktober vorgestellt. Mit den Ergebnissen kann dann aktiv gegenüber potenziellen Fluggesellschaften und der Bundespolitik aufgetreten werden, um diese für die Region Berlin Brandenburg zu begeistern.

Unsere Branche beschäftigt rund 90.000 sozialversicherungspflichtige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter; inklusive der angeschlossenen Dienstleister und der Kulturschaffenden leben rund 250.000 Menschen von unserer Branche in Berlin; wir erwirtschaften mehr als 12,5 Mrd. Euro Umsatz und zahlen rund 2 Mrd. Euro Steuern. Allein an Übernachtungssteuer (City Tax) wird die Hotellerie und deren Gäste per Ende des Jahres (seit 2014) rund 270 Mio. Euro Steuern bezahlt haben.

Wir erwarten eine entsprechende Wertschätzung und auch eine entsprechende Unterstützung unserer Branche seitens der Politik – siehe auch der separate Bericht in Sachen BVG Zwangstickets für Berlin-Besucher.

Ihr
Thomas Lengfelder
Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Berlin



© DEHOGA Berlin

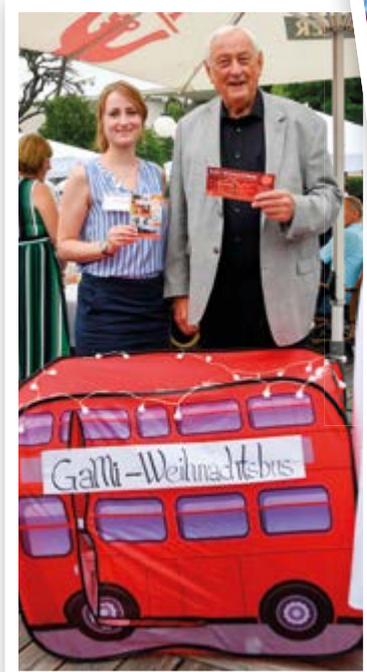
Wenn Gastgeber einladen ...

... kommen rund 1.000 Gäste aus Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport, Medien und Gesellschaft zum gemeinsamen Sommerfest von DEHOGA Berlin, *visitBerlin* und den *visitBerlin* Partnerhotels

Ankommen, wohlfühlen – was für die Gastgeber Berlins sorgsam gepflegter Arbeitsalltag ist, war beim gemeinsamen Sommerfest von DEHOGA Berlin, *visitBerlin* und *visitBerlin* Partnerhotels am 12. August im TIPI AM KANZLERAMT vielfältig und bunt zu erleben. Rund 1.000 Gäste aus Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport, Medien und Gesellschaft kamen zusammen. Darunter waren Mitglieder des Bundestages und des Abgeordnetenhaus von Berlin, Senatoren, Bezirksbürgermeister, Stadträte und, zu aller Freude, der Regierende Bürgermeister von Berlin Michael Müller sowie die Bürgermeisterin und Wirtschafts-senatorin Ramona Pop. Und natürlich die gesamte Bandbreite der Gastgeber von Berlin.

Man traf sich an diesem lauen Sommerabend zu einem entspannten Netzwerktreffen, herzlich begrüßt am Eingang von Christian Andresen, Präsident des DEHOGA Berlin, *visitBerlin*-Chef Burkhard Kieker und Michael Czernik, Vorstandsvorsitzender der *visitBerlin* Partnerhotels.

So viele Gäste hatte diese traditionelle Veranstaltung noch nie und das steht sowohl für den Wirtschaftsfaktor Tourismus in der Hauptstadt als auch die gute wirtschaftliche Situation der gesamten Branche. „Wir erleben einen guten Sommer mit vielen internationalen Gästen. Eine deutliche Zunahme verzeichnen wir bei den skandinavischen Ländern“, konstatierte ein sonnengebräunter Michael Frenzel, General Manager des Hotel Palace. Dies bestätigte auch sein „Nachbar“ Michael Czernik, Direktor des Pullman Berlin Schweizerhof: „Wir können die Zuwächse, von denen *visitBerlin* spricht, bestätigen. Ich freue mich, dass auch die Gastronomie in unserem Haus so gut läuft.“



Fotos: Sabeth Stuckforth

Die erste Sommerpause nach Jahrzehnten gönnte sich in diesem Jahr Sternekoch Markus Semmler, der die Zeit nutzte, ein Buch zu schreiben, das im Herbst auf den Markt kommt. Thomas Hattenberger, Chef des The Westin Grand in der Friedrichstraße, sieht optimistisch in die kommende Jahreszeit, wenn „das Tagungs- und Kongressgeschäft Fahrt aufnimmt.“ Das Thema beschäftigte auch Christian Andresen und Burkhard Kieker in ihrem Talk mit Moderatorin Ulla Kock am Brink, der die üblichen Begrüßungsreden ersetzte. „Uns fehlen in der Stadt die Flächen für die großen Kongresse“, so der Präsident des DEHOGA Berlin, der an die Politik und die Messe Berlin appellierte, hier eine Lösung zu schaffen. Burkhard Kieker verwies auf die Anziehungskraft Berlins, „für die wir 30 Jahre gearbeitet haben.“ Weitere Talk-Themen waren die Forderungen nach mehr Langstreckenflügen von und nach Berlin, die großartige und vielfältige Berliner Gastronomie, das neue Tourismuskonzept – genügend Diskussionsanregungen für den Rest des

netzwerkenden Abends. Doch bevor es in die individuellen Gespräche und natürlich an die Büfett-Stationen ging, hatte das Duo Carrington-Brown einen bejubelten Auftritt. Die beiden Briten, die sich über ihre neue deutsche Staatsbürgerschaft freuen, sind mit ihrem Musik-Comedy-Programm im Oktober im TIPI AM KANZLERAMT zu erleben. Geehrt wurde an diesem Abend das Berliner DEHOGA-Mitglied FLORIS, das als erstes Catering-Unternehmen den DEHOGA-Umweltcheck erfolgreich vollzog und dafür die Auszeichnung in GOLD erhielt. Später, aber nicht minder herzlich begrüßter Gast des Abends war Berlins Regierender Bürgermeister Michael Müller, der noch gar nicht ganz angekommen, gleich in Gespräche vertieft war. Es wurde ein langer Abend im und vor allem vor dem TIPI AM KANZLERAMT.

von Brigitte Menge

 www.dehoga-berlin.de



Ein Dankeschön an alle,
die dieses Fest unterstützt
und damit ermöglicht haben:

AKTUELL 

- flash-security GmbH
- Coca-Cola European Partners Deutschland GmbH
- Curry Wolf GmbH
- Gerolsteiner Brunnen GmbH & Co. KG
- Getränke Preuss Mönchhagen GmbH
- J.J. Darboven GmbH & Co. KG
- Olaf Höhn Florida Eiscafé KG
- ProfiMiet Berlin GmbH
- Radeberger Gruppe KG
- velotaxi, eco next GmbH und Exklusiver Jachtcharter
- Terra Naturkost Handels KG
- Niehoffs Vaihinger Fruchtsaft GmbH & concept 331 GmbH
- und natürlich das großartige Team vom TIPI AM KANZLERAMT



Wirtschaftsfaktor und Jobmotor

Ein Gespräch mit Ramona Pop,
Bürgermeisterin von Berlin
und Senatorin für Wirtschaft,
Energie und Betriebe

Ist der Tourismus eine Art Selbstläufer oder kann die Politik Weichen stellen, um die Rahmenbedingungen für ein gesundes Wachstum zu lenken. Wenn ja, welche sind das in Ihrem Verantwortungsbereich?

Berlin ist attraktiv, der Tourismus bleibt ein zentraler Wirtschaftsfaktor und Jobmotor. Deshalb haben wir ein Tourismuskonzept entwickelt, indem wir den Tourismus neu und stadtverträglich denken und das Wachstum nachhaltig gestalten. Der wichtigste Faktor, die Wirtschaft, muss die Bedürfnisse einer wachsenden Stadt und die der Berlinerinnen und Berliner in Einklang bringen. Ein zentraler Punkt im Tourismuskonzept sieht vor, die touristischen Potenziale der Bezirke zu identifizieren und stärker in den Mittelpunkt zu stellen. Dazu wurde bei *visitBerlin* im vergangenen Sommer ein siebenköpfiges Experten-Team aufgestellt, das bereits im Oktober 2018 mit allen zwölf Bezirken und uns Kooperationsvereinbarungen geschlossen hat.

Gemeinsam mit den Bezirken wurden bewährte Angebote für Berlin-Besucherinnen und -Besucher aktualisiert: Die App „Going Local Berlin“ erhielt beispielsweise ein umfangreiches inhaltliches und technisches Update. Sie wurde mit neuen Tipps aus den Bezirken ergänzt und bietet jetzt rund 700 persönliche Empfehlungen abseits bekannter touristischer Orte. Unsere Gäste wollen ins echte Berliner Leben eintauchen. Wir unterstützen die Bezirke, um einerseits die Erlebnisqualität der Gäste und zugleich die Lebensqualität der Berlinerinnen und Berliner zu erhöhen. Das Tourismuskonzept enthält daher einen Mix an verschiedenen Maßnahmen, die Bewohnerinnen und Bewohnern und den Gästen zu Gute kommen: z.B. die Intensivierung der Stadtreinigung seit Juni 2018, u. a. an touristisch frequentierten Orten wie dem Monbijoupark, Paul-Lincke-Ufer und Fernsehturm. Und wir verbessern die Hygiene und stellen bis Ende des Jahres mehr als 281 öffentliche Toilettenanlagen zur Verfügung.



Senatorin Ramona Pop

Erhebliches Potenzial sehen Fachleute im Bereich des Kongressgeschäftes. Berlin wird allerdings von Veranstaltern auf Grund der fehlenden Kongressflächen oft gar nicht mehr angefragt. Wann kann unsere Stadt mit neuen Flächen rechnen, was ist geplant?

Berlin ist führender Messe- und Kongressstandort Deutschlands und zählt weltweit zu den gefragtesten Veranstaltungsorten. Das Berliner Kongressgeschäft baute seine Spitzenposition im vergangenen Jahr weiter aus: Etwa 12 Millionen Teilnehmerinnen und Teilnehmer besuchten rund 143.390 Veranstaltungen in Berlin. Erstmals generierten Tagungen- und Kongresse mehr als acht Millionen Übernachtungen in Berliner Hotels. Die Branche ist damit ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für unsere Metropole und spiegelt eindrücklich die Attraktivität Berlins als internationalen Wirtschaftsstandort wider. Im Vergleich der internationalen Kongressstädte liegt Berlin seit fünf Jahren unter den Top-5-Standorten.

Das Estrel Congress Center (ECC) hat bspw. seine Veranstaltungsflächen stark erweitert. Es gehört zusammen mit dem City Cube der Messe Berlin, der nun noch um den hub27 mit 10.000 Quadratmetern Fläche ergänzt wird, zu den größten Kongresszentren der Hauptstadt. Ab Herbst 2020 werden Berlin insgesamt 43.250 Quadratmeter

Fläche zur Verfügung stehen. Berlin ist somit auch für Weltkongresse geeignet.

Das Kongresswesen ist ein erheblicher Erfolgsfaktor für den Tourismus. Wir wollen diesen Vorsprung nachhaltig ausbauen. Dabei hilft die Positionierung als nachhaltige Veranstaltungsmetropole, die bis 2050 klimaneutral und mittelfristig stadtverträglich und nachhaltig wirtschaften möchte.

Bis Ende 2019 wird die Stadt rund 270 Millionen aus der

sog. „City Tax“ eingenommen haben. Bestehen seitens des Senates Überlegungen, einen Teil davon in den Tourismus zu investieren oder fließt das Geld in den „Haushaltstopf“?

Die meisten Investitionen, sei es zum Ausbau und Erhalt von Infrastruktur, Investitionen in Kultur- und Freizeitangebote oder auch in Ausgaben für Sicherheit und Pflege des öffentlichen Raumes, sind indirekt auch immer Investitionen für den Tourismusstandort Berlin. Zunächst fließen alle Steuereinnahmen in den allgemeinen Landeshaushalt. Steuereinnahmen sind nicht zweckgebunden. Aber seit der Einführung der Übernachtungssteuer hat allein aus meinem Haus ca. 220 Mio. Euro für konkrete touristische Maßnahmen und Projekte ausgegeben. Neben zahlreichen gesamtstädtischen Vorhaben wie die Erstellung des Tourismuskonzeptes sowie die Apps AboutBerlin und Access Berlin, unterstützen wir insbesondere die touristische Entwicklung der Berliner Bezirke. Neben der Förderung von touristischen Projekten der Bezirke selbst, haben wir die Einrichtung eines Bezirksteams bei *visitBerlin* finanziert.

Außerdem begleitet mein Haus seit 2014 im Rahmen der GRW (Gemeinschaftsaufgabe Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur) 33 touristische Infrastrukturmaßnahmen. Diese haben ein Investitionsvolumen von 153 Millionen Euro und werden mit bis zu 90 % aus GRW-Mitteln

gefördert, u. a. neue Informationsstelen, das Umfeld der Museumsinsel, Gendarmenmarkt, Tierpark, Zoo, Besucherzentrum Petriplatz, Erweiterung Mauerpark, Fernradwege wie Berlin-Leipzig und Havel- und Dahme-Radweg. Und das ist nicht alles Geld. Die Investitionen des Senats sowie der Bezirke kommen noch hinzu.

Seit August 2018 gelten in Berlin schärfere Regeln für Ferienwohnungen. Was einst nur Hoteliers zu aktiven Maßnahmen gegen die Zweckentfremdung von Wohnraum antrieb, ist heute ein politisch brisantes Thema. Wie werten Sie den Stand der Umsetzung?

Brisant, weil sie den ohnehin engen Wohnungsmarkt verstopfen und ich kann das steuer- und abgabepflichtigen Beherbergungsgewerbe verstehen, die fordern, dass die Übernachtungssteuer für solche Anbieter gleichermaßen gelten muss. Mit dem Zweckentfremdungsverbotsgesetz hat das Land Berlin eine gute Grundlage geschaffen, um auf den wachsenden Sharing-Ferienwohnungsmarkt zu reagieren. Auf Landesebene ist hierfür die Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen zuständig. Kern der Anstrengungen ist jetzt, auf Bezirksebene eine faire Behandlung aller Übernachtungsanbieter umzusetzen. Das Land Berlin ist auf der Seite der Menschen, die dauerhaft Wohnraum suchen.

Noch eine persönliche Frage zum Schluss: Berlin gehört zu den spannendsten Food Destinationen in Europa – das Angebot reicht von dem kleinen familiengeführten Restaurant oder auch Imbiss bis zum sterneausgezeichneten Spitzenrestaurant. Haben Sie ein Lieblingsrestaurant, in dem Sie sich gern mit Gästen der Stadt und Freunden verabreden?

Das verrate ich natürlich nicht, aber Sie haben Recht: Das Angebot ist hervorragend. Ich genieße die Vielfalt des Angebots in der Stadt. Ich liebe die Abwechslung und nutze die Möglichkeit, für jeden Anlass und jede Stimmung in Berlin das passende Angebot direkt vor der Tür zu haben. Die kulinarische Szene der Stadt mit den zahlreichen Restaurants, Bars und Imbissen auf der einen und Food-Start-Ups und Manufakturen auf der anderen Seite entwickelt immer wieder spannende neue und innovative Konzepte. In den letzten Jahren ist das kulinarische Angebot immer mehr zum Aushängeschild der Stadt geworden. Mit 17 1-Sterne-Restaurants und fünf 2-Sterne Restaurants ist auch die Gourmetküche inzwischen in ihrer Breite in Berlin angekommen. Um das ausgezeichnete Angebot Berlins national und international noch bekannter zu machen, unterstützen wir daher auch das von Ihrem kooptierten Präsidiumsmitglied Bernhard Moser initiierte eat!Berlin Festival.

Erstes Treffen der neuen Fine Dining-Gruppe „DEHOGA Berlin flagship“

Auf Einladung von Bernhard Moser, Festival-Leiter von eat!Berlin und Vorsitzender der DEHOGA Berlin flagship Fine Dining-Gruppe, trafen sich am 1. Juli zahlreiche Spitzengastronomen und Köche im Restaurant Carl und Sophie im Ameron Hotel Abion Spreebogen Berlin.

Im Vorfeld wurden die Teilnehmer umfangreich befragt: wie beurteilen sie das Umfeld, in dem sie in Berlin Hochküchen zubereiten? Fühlen sie sich vom Stadtmarketing ausreichend unterstützt, wird Berlin ausreichend als Stadt für kreative Hochküche präsentiert? Wie beurteilen sie die Zusammenarbeit mit den Finanzämtern und mit den Lebensmittelkontrolleuren? Wie ist ihre Meinung zu den Internet-Bewertungsportalen? Auch das Thema Fachkräfte(mangel) wurde beleuchtet.

Erstmalig und beispielhaft für andere Landesverbände gibt es somit eine spezielle Interessenvertretung für die Spitzengastronomie.

DEHOGA Berlin flagship soll das positive Bild der Spitzengastronomie in der Öffentlichkeit deutlich sichtbar machen.

„Durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit und Informationen soll das Image der tollen Branche in der gesellschaftlichen Wahrnehmung positiv verändert werden“, so Bernhard Moser. „Spitzengastronomen sind Kulturschaffende, sie zeigen eine besondere Wertschätzung landwirtschaftlichen und regionalen Produkten gegenüber und haben als Ausbilder für den Nachwuchs einen besonderen Stellenwert“.

Christian Andresen: „Das deutsche Küchenwunder muss Teil der deutschen Identität werden und ein ähnliches Ansehen bekommen wie in Frankreich oder Skandinavien“.



Fotos: Florian Kottlewski



Die DEHOGA Berlin flagship Gruppe wird zukünftig die Interessen der Spitzengastronomie gegenüber der Politik und den Behörden vertreten – flagship-Gastronomen sind touristisch außerordentlich wichtig und prägen das Bild der Hauptstadt maßgeblich mit“, so Christian Andresen (Präsident des DEHOGA Berlin).



Voraussetzung für die Aufnahme in der DEHOGA Berlin flagship-Gruppe ist mindestens 1 Stern im Michelin, mindestens 15 Punkte im Gault Millau oder 3 F im Der Feinschmecker.

Weitere Fachgruppen beim DEHOGA Berlin im Bereich Gastronomie sollen zukünftig gegründet werden.





**Preisvorteil
für Verbands-
mitglieder**

Strom für Ihren Betrieb

Grün und günstig

- 12 oder 24 Monate Vertragslaufzeit
- 100 % regenerativer Strom
- Zertifiziert durch den TÜV Nord

Mehr Infos erhalten Sie beim DEHOGA Berlin
und auf vattenfall.de/verbaende-berlin



Zwangs-Tickets für Berlin-Besucher

Mit großem Unverständnis hat die Berliner Hotellerie die Berichterstattung in Sachen „Zwangs-Tickets für Berlin-Besucher“ am Wochenende in den Medien zur Kenntnis genommen! Mit dem DEHOGA Berlin hat der Senat im Vorfeld der Berichterstattung nicht gesprochen, dies hätte der Verband auf Grund der guten Zusammenarbeit erwartet.

Zum wirtschaftlichen Faktor der Berliner Hotellerie und Gastronomie:

- Rund 90.000 sozialversicherungspflichtige Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen arbeiten in der Branche in Berlin
- Inklusiv der angeschlossenen Dienstleistern und Kulturschaffende leben rund 250.000 Menschen von der Branche in Berlin
- Die Branche erwirtschaftet mehr als 12,5 Mrd. Euro Umsatz
- Die Branche bezahlt rund 2 Mrd. Euro Steuern im Jahr
- Alleine an City Tax (Übernachtungssteuer) wird die Hotellerie und deren Gäste per Ende des Jahres (seit 2014) rund 270 Mio. Euro Steuern bezahlt haben.

Wir sprechen uns hiermit mit aller Vehemenz gegen die Einführung einer weiteren Abgabe von den Berlin-Besuchern aus! Diese weitere Abgabe führt unweigerlich zu weiterer Bürokratie, wir fungieren bei der City Tax ja schon als verlängerter Arm des Finanzamtes, obwohl die Mittel nicht sachbezogen und mit uns abgestimmt eingesetzt werden um unsere Branche weiter zu stärken und Berlin als einen der zukunftsfähigsten Tourismusstandorte zu entwickeln.

Wir alle sollten bedenken, dass der Tourismus und hier auch der Geschäftsverkehr ein zärtliches Pflänzchen sind. Schnell kann der gute Ruf von Berlin zerstört werden und sich der positive Trend in das Gegenteil drehen. Das würde möglicherweise einen der bedeutendsten Wirtschaftszweige ohne Not in Schwierigkeiten bringen und neben der Branche auch eine heute sehr stabile Einnahmequelle für die Stadt nachhaltig beschädigen.

In diesem Zusammenhang möchten wir nur nebenbei erwähnen, dass unseren Hotels seit kurzer Zeit auch keine Parkvignetten mehr genehmigt werden, was zu sehr großem Unmut bei den Hoteliers führt. Durch die unterschiedlichen Laufzeiten der seinerzeit genehmigten Parkvignetten kommt es zudem

auch noch zu Wettbewerbsverzerrungen - das Thema ist Ihnen weitestgehend bekannt.

Diese Entwicklungen für unsere Branche führen zu einer immer weiter steigenden Unzufriedenheit in der Zusammenarbeit mit den zuständigen Senatsstellen, was wir an den heutigen Reaktionen deutlich bemerken: City Tax, Hotelentwicklungsplan, Abschaffung der Hotelvignetten, ÖVP-Zwangs-Tickets als Beispiele.

Wir bitten den Regierenden Bürgermeister Michael Müller und die Wirtschaftssenatorin Ramona Pop eindringlich, sich für eine der wichtigsten Branchen in unserer Stadt einzusetzen um die Zwangs-Tickets zu verhindern!

 www.dehoga-berlin.de



The Place to be ...

Zwei volle Tage Inspiration pur, drei Bühnen, mehr als 50 internationale Speaker und über 5.000 Besucher machen die CHEFDAYS zu Deutschlands spannendstem Foodsymposium: Am 30. September und 1. Oktober 2019 fesseln weltbekannte Köche wie Sergio Herman oder Massimo Bottura in der Arena Berlin ihr Publikum mit zukunftsweisenden Konzepten und innovativen Techniken. Mehr als 50 kreative Keynote-Speaker stellen hier ihr Kochtalent und ihre vielseitigen Philosophien auf der Main Stage sowie den Masterclasses vor und verdeutlichen, wie spannend die Zukunft der Gastronomie aussieht. Auf der NUTS-Bühne liefern über 30 der erfolgreichsten Gastronomen wie Tim Mälzer mitreißende Workshops für Jungunternehmer und Gastro-Sessions für innovative Gastronomen. Ein weiteres Highlight der CHEFDAYS Germany 2019 ist die Premiere der „100 BEST CHEFS Germany 2019“ am 30. September. Ausgerichtet wird die Veranstaltung von Rolling Pin und Metro Deutschland. Absolute Besonderheit des „100 BEST CHEFS“ Awards: Über 5.000 Mitarbeiter der Gastronomie nominieren ihre Favoriten bzw. geben für sie ihre Stimme ab. Damit sind die „100 BEST CHEFS“ nicht nur eine der heiß begehrtesten Auszeichnungen, sondern auch der härteste Branchenaward für Spitzenköche. Tickets sowie alle weiteren Infos gibt es unter: www.chefdays.de



für Köche und Gastronomen

© Nils Hasenau

Tim Raue

re der „100 BEST CHEFS Germany 2019“ am 30. September. Ausgerichtet wird die Veranstaltung von Rolling Pin und Metro Deutschland. Absolute Besonderheit des „100 BEST CHEFS“ Awards: Über 5.000 Mitarbeiter der Gastronomie nominieren ihre Favoriten bzw. geben für sie ihre Stimme ab. Damit sind die „100 BEST CHEFS“ nicht nur eine der heiß begehrtesten Auszeichnungen, sondern auch der härteste Branchenaward für Spitzenköche. Tickets sowie alle weiteren Infos gibt es unter: www.chefdays.de



CHEFDAYS
Datum: 30. September
und 1. Oktober 2019
Ort: Arena Berlin

ALBA Berlin GmbH
Flottenstraße 7-9
13407 Berlin

ALBA 
Wir nennen es Rohstoff.

Sie feiern **Feste**,
wir entsorgen
die **Reste!**

Als starker Partner in Berlin und Brandenburg halten wir Ihre Events sauber, damit Sie als Veranstalter glänzen können.

Tel. +49 30 35182-351
berlin.alba.info



Brennpunkt Preußenpark

Die Ausgangssituation: Seit vielen Jahren verwandelt sich der Preußenpark in Charlottenburg-Wilmersdorf an jedem Wochenende in eine Thaiwiese. Dieser Streetfood-Markt wurde nie genehmigt, wuchs aber im Laufe der Jahre und kommerzialisierte sich.

Im März 2019, vor Beginn der Freiluftsaison, stellten wir im hogaAKTIV in einem Bericht zur Situation im Preußenpark in Charlottenburg-Wilmersdorf die Frage voran „Alles wie gehabt?“ und bohrten nach: „Wie wird (dort) geltendes Recht ab Frühjahr 2019 umgesetzt?“ Einen Monat später, in der Ausgabe April 2019 konnten wir den zuständigen Stadtrat Arne Herz mit seiner Antwort zitieren: „In der Vorbereitung auf die Umgestaltung im kommenden Jahr (2020) wird das Ordnungsamt in diesem Jahr ... im Park präsent sein, um insbesondere einer massiven Übernutzung wie im vergangenen Jahr entgegenzuwirken.“



Fotos: Sabeth Stickforth

kulturelle Sensibilität ein wichtiger Baustein für interkulturelle Kommunikation, aber eben keine Einbahnstraße. Sie verlangt insbesondere die Fähigkeit, eigene Standpunkte, hier die Parkregeln, nicht nur einfach und verständlich, sondern bei Notwendigkeit auch klar und deutlich zu vermitteln und durchzusetzen. Wobei zu fragen ist, ob die Teilnehmer des Thai-Food Marktes eine solche Unterweisung tatsächlich nötig haben. Häufig leben sie schon seit Jahrzehnten in der Stadt und haben fast alle einen deutschen Counterpart im Hintergrund. Am Sonntag nach der Kontrolle waren die Stände übrigens wieder aufgebaut. Stadtrat Herz gibt sich unverdrossen und will weiter „durch punktuelle Präsenz sensibilisieren“ und „Signale setzen“.

MMN

Und dann fand sie statt, die Kontrolle, nicht an einem Werktag, sondern an einem strahlend schönen Samstag, eine Woche vor Pfingsten. Elf Mitarbeiter des Ordnungsamtes und drei Polizisten verhinderten durch ihre bloße, ganztägige Präsenz den Aufbau des Thai-Food Marktes und kontrollierten so nebenbei die Einhaltung der Parkordnung. Rund anderthalb Wochen später, an einem heißen Donnerstag im Juni, wurde in der Bezirksverordnetenversammlung der samstägliche Einsatz äußerst kontrovers diskutiert und der Verantwortliche des Einsatzes, Stadtrat Herz, vorgeführt. Sein eigener Bezirksbürgermeister Reinhard Naumann bedauerte (!), dass durch den Einsatz von Ordnungsamt und Polizei das (eigentlich vollkommen illegale) Marktgeschehen nicht stattfinden konnte. Das BVV Mitglied Ansgar Gusy forderte gar, wenn überhaupt, dann „kultursensibel zu kontrollieren“. Fraglos ist



Von einer deutschen Funkausstellung zur internationalen Innovationsplattform

Der Philosoph Heraklit soll einmal gesagt haben: Nichts ist so beständig wie der Wandel. Das trifft ganz bestimmt auch auf die IFA zu. Ihre Wurzeln reichen bis zur 1. Nationalen Funkausstellung 1924 zurück, stehen geblieben ist die Messe jedoch nie, auf der Suche nach Neuem – besser bekannt unter dem Begriff Innovation. So erschließt die Internationale Funkausstellung (IFA) mit dem bedeutungsvollen Namenszusatz „Consumer Electronics unlimited“ regelmäßig neue Themenfelder: 2015 den B2B Markt mit IFA Global Markets, 2017 Premiere der IFA Next als zusätzliche Innovationsplattform und 2018 Shift Automotiv. Für die Berliner Hotellerie von Bedeutung ist dabei der damit einhergehende Strukturwandel der IFA in Bezug auf Messebesucher sowie Aussteller. Der Anteil der Fachbesucher nimmt stetig zu. Das Gleiche gilt für den Anteil der ausländischen Besucher. So wuchs der Anteil der Fachbesucher in 2018 im Vergleich zu 2017 um ca. 11.000. Dabei lag der Anteil derer, die aus dem Ausland kamen etwas über 50 %. Zusätzlich zählte die Messe 6.000 Journalisten, davon ca. 2.800 Ausländer. So zeigt dann auch die Eventanalyse positives Wachstum für die Berliner Hotellerie im



Eventzeitraum. Bemerkenswert: die Besucherzahl insgesamt nahm um 8.000 ab.

Mit dem Motto „Was Märkte weltweit bewegt“ und mit Japan als exklusivem Länderpartner der IFA Next sind weitere Weichen gestellt, so dass Nachfrage und Zimmerpreis Wachstumspotential haben.

Die Mischung macht's

Bleiben, wie in den Sommermonaten, die Messtare geschlossen und wird die Business Nachfrage ferienbedingt geringer, halten nach wie vor die Touristen aus dem In- und Ausland die Belegung der Hauptstadt auf hohem Niveau. Berlin belegte bei der Belegungsrate im Vergleich der A-Destinationen bei der Halbjahresbilanz den 1. Platz. Mit einer über alle Hotelkennzahlen positiven Wachstumsbilanz des 1. Halbjahres 2019 im Rücken – Belegung +3,0 % auf 78,4 %, ADR +2,9 % auf 99,40 sowie RevPar +6 % auf 77,90 % – und dem Blick auf einen gut gefüllten Event-Kalender u. a. 50 Jahre Fernsehturm, 30 Jahre Mauerfall sowie mehrere Großkonzerte in der Mercedes-Benz-Arena, hat die Berliner Hotelbranche gute Gründe mit einem weiteren erfolgreichen Hoteljahr zu rechnen.



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

Ein Jahr Berliner Tourismuskonzept

2018+

Erste positive Bilanz für das innovative und in Deutschland einzigartige Konzept



Altstadt Köpenick

Vor rund einem Jahr wurde im Berliner Senat das Tourismuskonzept 2018+ verabschiedet. Ziel des Konzeptes ist es, den Tourismus in Berlin nachhaltiger und stadtverträglicher zu gestalten. Burkhard Kieker, *visitBerlin*-Geschäftsführer zieht eine erste positive Bilanz: „Mit dem Tourismuskonzept 2018+ verfügt Berlin über eine innovative Strategie, um den Berlin-Tourismus in einer wachsenden Stadt weiterzuentwickeln. *visitBerlin* hat sich im letzten Jahr neu aufgestellt und geht inzwischen neue Wege: Wir setzen neue Impulse, stellen weniger bekannte Orte in den Mittelpunkt und arbeiten sehr eng mit den Berliner Bezirken zusammen.“

Neue Wege im Stadtmarketing: Tourismusarbeit in den Bezirken

Ein zentraler Punkt im Tourismuskonzept sieht vor, die touristischen Potenziale der Bezirke zu identifizieren und stärker in den Mittelpunkt zu stellen. Dazu wurde bei *visitBerlin* im vergangenen Sommer ein siebenköpfiges Expertenteam aufgestellt, das bereits im Oktober 2018 mit allen zwölf Bezirken Kooperationsvereinbarungen schloss.

Gemeinsam mit den Bezirken wurden bewährte Angebote für Berlin-Besucher aktualisiert: Die App „Going Local Berlin“ erhielt ein umfangreiches inhaltliches und technisches Update. Sie wurde mit neuen Tipps aus den Bezirken ergänzt und bietet jetzt rund 700 persönliche Empfehlungen abseits bekannter touristischer Orte. *visitBerlin* unterstützt außerdem bei der Vermarktung weiterer Bezirksprojekte, z. B. der neuen Fahrradrouten im Südwesten der Stadt.

Mit der Themenroute zur Berliner Moderne anlässlich des Jubiläums 100 Jahre Bauhaus lädt *visitBerlin* dazu ein, auch bisher unbekannte Orte in der Stadt zu entdecken. Rund 50 Orte in allen zwölf Berliner Bezirken wurden identifiziert, beschrieben, auf der Webseite *visitBerlin.de* sowie in der App „Going Local Berlin“ den Besuchern zur Verfügung gestellt und über digitale Kanäle beworben. Zur Berliner Moderne gehören z. B. das Mies-van-der-Rohe-Haus in Hohen Schönhausen oder die Hufeisensiedlung in Britz.

Weitere Informationen unter:

 www.visitBerlin.de/berliner-moderne



Marzahn

Bürgerfest des Bundespräsidenten

Tag
des offenen
Schlosses
am 31.
August

Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier lädt am 30. und 31. August 2019 zum Bürgerfest in den Park von Schloss Bellevue in Berlin ein. Im Mittelpunkt des Festes steht das vielfältige Engagement ehrenamtlich aktiver Menschen in Deutschland.

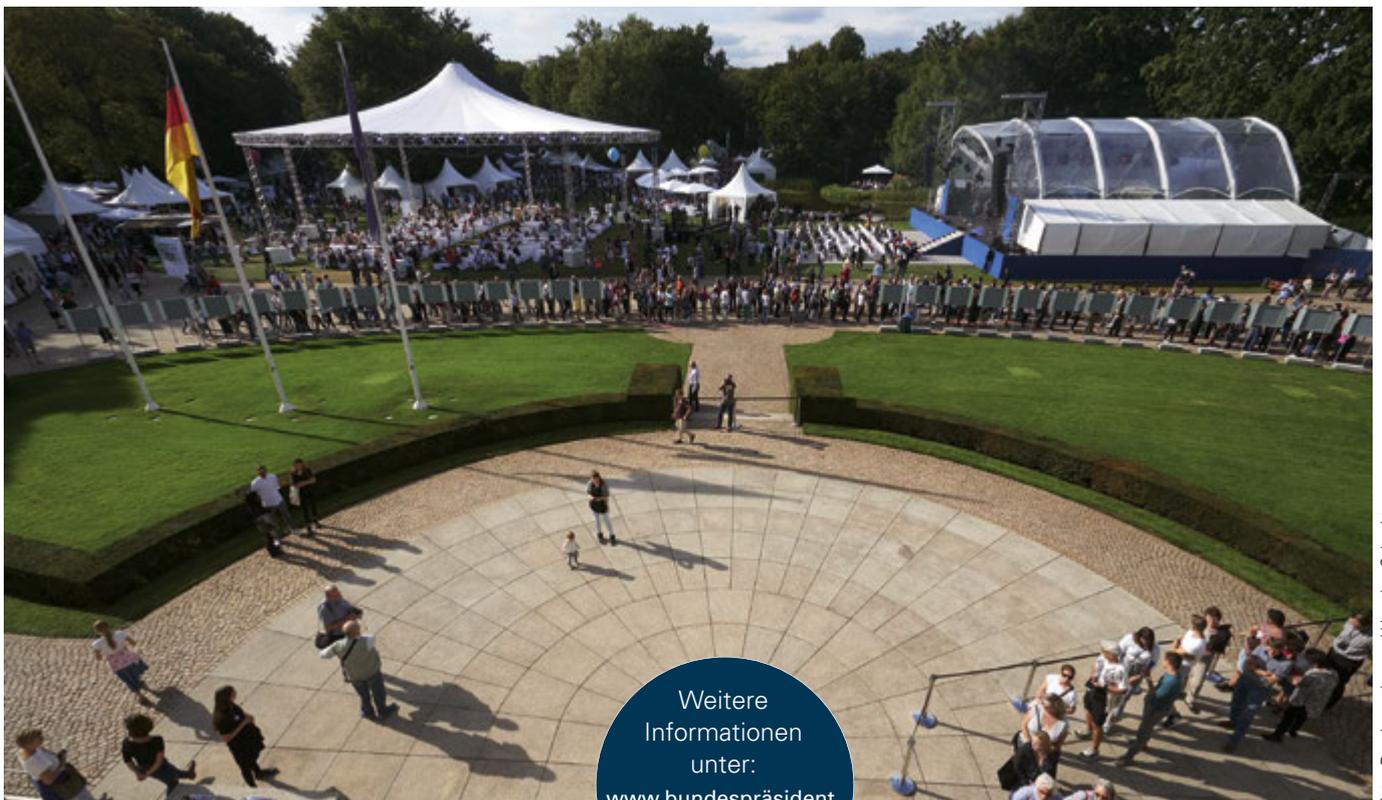
Am ersten Tag des Bürgerfestes würdigt der Bundespräsident Bürgerinnen und Bürger mit einer persönlichen Einladung, die sich in besonderer Weise für unsere Zivilgesellschaft einsetzen. Zum Tag des offenen Schlosses am 31. August 2019 sind alle Interessierten herzlich willkommen.

Die Gäste des Bürgerfestes erwartet ein abwechslungsreiches Programm mit Musik, Gesprächen und Schlossrundgängen. Der Tag des offenen Schlosses bietet die Gelegenheit, dem Bundespräsidenten zu begegnen und ihn in einem Gespräch mit Alexander Gerst zu erleben. Zu den Highlights aus Musik und Unterhaltung zählen Roland Kaiser mit seiner Band, die Entertainerin Gayle Tufts und finnischer Cello Rock von Apocalyptica. Im „Bellevue Kunstbunt“ gibt es ein buntes Programm für die jungen Gäste.

Der Park vorm Schloss Bellevue wird zur Bühne für den Ideenreichtum und die Tatkraft der vielen freiwillig Engagierten – sei es in sozialen und kulturellen Projekten, in Sport, Bildung, Naturschutz oder Digitalisierung. Initiativen, Organisationen und Unternehmen präsentieren ihr gesellschaftliches Engagement. Zum Erfahrungsaustausch rund um das Thema „Lust auf Zukunft“ lädt der Ort der Begegnung ein.

Das Bürgerfest bietet die Chance, die unterschiedlichen Facetten des Ehrenamtes und ermutigende Erfolgsgeschichten kennenzulernen – ein Impuls, selbst ehrenamtlich aktiv zu werden.

Zum Gelingen des Festes tragen auch in diesem Jahr wieder Mitarbeiter unserer Mitgliedsunternehmen bei. Der Eintritt am 31. August 2019 ist frei.



Weitere
Informationen
unter:
[www.bundespraesident.
de/buergerfest-2019](http://www.bundespraesident.de/buergerfest-2019)

Foto: Bundesregierung / Henning Schacht

Der Perfektionist

Noch die praktische Prüfung,
dann ist Sergejs Kitajevs
Restaurantfachmann.
Über Chancen, die Ausbildung, eigene
Ansprüche und das Team im Facil



Vor ziemlich genau sieben Jahren kam der junge Lette Sergejs Kitajevs mit einem Abitur in der Tasche und Plänen im Kopf nach Deutschland. Seine Ziele änderten sich und blieben doch dem Grundsatz treu, hohe Anforderungen an sich selbst zu stellen. Nach ein paar Umwegen begann der heute 26-jährige eine Ausbildung zum Restaurantfachmann im Facil, dem mit zwei Michelin-Sternen und 18 Gault-Millau-Punkten ausgezeichneten Restaurant am Potsdamer Platz. Kurz bevor die ersten Gäste an diesem sonnigen Donnerstagmittag kommen, ist Zeit für ein Gespräch.

Wie verlief Ihr Start in Deutschland?

Meine Schwester lebte bereits in Berlin, sie hat mich ermutigt, hierher zu kommen, um ein Studium zu beginnen. Wobei ich unbedingt in den Süden des Landes wollte, am liebsten nach München. Doch der erste Schritt nach der Ankunft in Berlin war ein Intensiv-Sprachkurs, denn ich wusste, ohne gute Deutschkenntnisse funktioniert nichts. Bei der Planung merkte ich ziemlich schnell, dass ich mir München angesichts der Lebenshaltungskosten in der Stadt nicht leisten konnte, und so begann ich ein Studium der Ingenieurinformatik mit Schwerpunkt Mechatronik an der Uni in Augsburg. Leider musste ich bald feststellen, dass ich kein Mann für Wissenschaft und Theorie bin. In all der Zeit jobbte ich nebenbei in der Gastronomie.

Empfanden Sie den Abbruch des Studiums als Scheitern?

Nein, als wichtige Erfahrung, denn ich wusste nun genau was ich wollte: nach Berlin und in die Hotellerie.

Führte Ihr Weg direkt ins The Mandala Hotel?

Ich habe mich bei mehreren Häusern der Spitzen-Hotellerie beworben, aber Manuel E. Finster – Restaurantchef im Facil und verantwortlich für die Ausbildung in The Mandala Hotel, zu dem das Facil gehört – war der Schnellste. Er rief umgehend an, als meine Bewerbung auf seinem

Schreibtisch landete, und lud mich ohne Verzug zu einem Gespräch ein, das harmonisch und zielstrebig verlief. Herr Finster hat gleich gespürt, wo meine Stärken liegen. Nach dem Gespräch wusste ich, dass ich eine Ausbildung zum Restaurantfachmann beginnen werde.

Die 2-Sterne-Gastronomie stellt höchste Anforderungen. Hatten Sie nicht auch Bedenken oder gar Ängste davor, etwas falsch zu machen?

Ich nenne es Verantwortung. Man absolviert ja eine Ausbildung, um zu lernen. Immerhin war ich an meinem ersten Arbeitstag im Facil schon 23 Jahre alt. Von Beginn an habe ich beobachtet, wie die Kolleginnen und Kollegen arbeiten und wusste schnell: So will ich werden. Hinter dem Perfektionismus stecken bei jedem einzelnen im Team so viel Wissen, Können und Leidenschaft!

Sie sind fast fertig mit der Ausbildung.

Wie sieht Ihre berufliche Zukunft aus?

Vor gut einem halben Jahr hatte ich mein Karrieregespräch. Hier eröffnete mir Herr Finster, dass ich nach dem erfolgreichen Abschluss der Ausbildung übernommen werde und das als Chef de Rang im Facil. Diese Zusage gibt mir Sicherheit, macht mich stolz, und natürlich nehme ich diese Chance an.

Wie bewerten Sie Ihre Ausbildung?

Ich habe in einem Team von Spitzenkönnern eine hervorragende praktische Ausbildung genossen. Allerdings fand ich den fachtheoretischen Unterricht an der Berufsschule in vielen Bereichen veraltet und ziemlich weit weg von den aktuellen praktischen Anforderungen. Dieser Teil der Ausbildung braucht ein Update, um Altes auszusortieren und Neues aufzunehmen. Ich habe viel gelesen, um dieses Manko auszugleichen.

Das Gespräch führte Brigitte Menge.

Check-in! Now!

10 Modellbetriebe für Praktikumsprojekt gesucht:

Mit Qualität im Praktikum die passenden Ausbildungstalente finden!

Der Wunsch, passende Auszubildende zu finden, sie zu halten und damit gute Fachkräfte langfristig an das eigene Unternehmen zu binden, ist in den letzten Jahren zu einem komplexen Vorhaben für Unternehmen geworden. Vor allem Klein- und Kleinstunternehmen stehen vor der Herausforderung ihre Ausbildungsplätze zu besetzen. Neben dem Wettbewerb um die passenden Auszubildenden geht es zunehmend darum, die Jugendlichen in ihrer Ausbildung und bereits in der „Vorphase“ so zu begleiten, dass sie nicht nach kurzer Zeit wieder abbrechen oder gar nicht erst zum Ausbildungsstart erscheinen.

Bei der Bewältigung dieser Herausforderungen wollen wir, die spx consult GmbH gemeinsam mit dem DEHOGA Berlin, Berliner Klein- und Kleinstunternehmen sowie Berliner StartUps im Hotel- und Gaststättengewerbe stärken! Mit dem JOBSTARTER plus-Projekt „**ToP Start – mit Talent im Praktikum zur Ausbildung**“ unterstützen wir Unternehmen dabei, Praktika qualitativ und zielführend zu planen, um bei jungen Menschen eine nachhaltige Begeisterung für das Berufsfeld Hotel- und Gaststättengewerbe aufzubauen.

Finden Sie mit uns passende Ausbildungstalente für die Berufsbilder: Koch/Köchin, Restaurantfachmann/-frau, Hotelfachmann/-frau, Fachkraft im Gastgewerbe, Hotelkaufmann/-frau, Fachmann/-frau für Systemgastronomie.

Wie wir Sie unterstützen können:

Unternehmensbezogene Bedarfsanalyse:

- Analyse von unternehmensbezogenen Erwartungen und Erfahrungen „Welche Talente brauchen Sie in Ihrem Unternehmen, wer passt zu Ihnen?“
- Erstellung von qualitativen Praktikumsbausteinen als wirksame Ansätze für die Entwicklung eines „Klebeeffektes“
- Ansätze für Ihre individuelle talentorientierte Ausbildungs- und Personalstrategie
- Informationen zum Übergangssystem Schule – Beruf im Land Berlin

Talentküche Praktikum:

- Identifizierung passender Praktikumsformate entsprechend Ihrer Zielstellungen
- Unterstützung bei der Planung eines qualitativen Praktikums
- Erarbeitung von talentorientierten Anforderungsprofilen für die von Ihnen gewählten Praktikumsformate
- Begleitung der Praktika und des Transfers in eine erfolgreiche Ausbildung

Talentservice Ausbildungsmanagement:

- Unterstützung beim (Wieder-)Einstieg in die duale Ausbildung
- Informationen zu neuen Bewerbungs- und Rekrutierungsmethoden (active sourcing) und passenden Auswahlverfahren
- Vermittlung von regionalen Unterstützungsangeboten rund um die Ausbildung

Talente-Netzwerk:

- Vermittlung von Unterstützer*innen & Kooperationspartner*innen
- Zugang zu „Talente-Quellen“ im Land Berlin – z. B. Schulen, Oberstufenzentren, Projekten
- Erfahrungsaustausch mit anderen Unternehmen zu Strategien und Transfer von Gelingensfaktoren in der Praktikant*innen- und Azubigewinnung



Gemeinsam mit dem DEHOGA Berlin entwickeln wir für Sie und mit Ihnen geeignete und individuelle Angebote, damit Sie das Salz für Ihre Suppe finden! Wenn Sie einer von 10 Modellbetrieben für das Praktikumsprojekt werden möchten, melden Sie sich bei ihrer Talent-Servicestelle!

spx consult GmbH

Bernburger Str. 27
10963 Berlin
Anja Rakowski (Prokuristin)
Tel. 030. 69008546
@ a.rakowski@spxconsult.de

IHR KONTAKT
ZUM KOSTENFREIEN
TALENTE-SERVICE:

Gastro For Future

Nachhaltigkeit in der Gastronomie –
einfach oder viel zu kompliziert und teuer?

O b Talk-Sendung, „Fridays For Future“, Diskussion mit dem Berufsnachwuchs – Nachhaltigkeit ist ein Thema, das zunehmend alle bewegt und uns in Bewegung hält, schließlich geht es in letzter Konsequenz um die Zukunft des Planeten. Ich finde, dass wir in der Gastronomie das weite Feld der Nachhaltigkeit besser, stärker und umfassender beackern sollten. Und ich weiß, dass gerade der DEHOGA Berlin sehr viele Anstrengungen unternimmt, seine Mitglieder zu motivieren und das notwendige Wissen zu vermitteln oder zu verbreitern. Dies war Anlass, das Thema Nachhaltigkeit Mitte Juli auf dem Sommerdach der Metro in Berlin mit Branchenkennern aus der Hauptstadt zu diskutieren. Mit dabei waren André Richter (TooGoodToGo), Dr. Anke Niederhaus (Bundesministerium Ernährung und Landwirtschaft), Anne Hildebrand (METRO AG), David Johannes Suchy (Zero Waste Restaurant FREA), Marco Müller (RUTZ Restaurant & Weinbar), Roland Brenneis (Tiroler Bauernstuben), Tim Kruppe (Hospitality Digital GmbH) und

Sebastian Müller (HALM – Trinkhalme aus Glas, die nicht nur umwelttechnisch die beste Alternative, sondern für die Gastronomie auch ökonomisch attraktiv sind). Im Gespräch ging es um Müll- und Plastikreduzierung, die politischen und gesellschaftlichen Aufgaben dahinter und die Wünsche an und von der Gastronomie, nachhaltiger zu werden. Den Talk haben wir als Podcast auf die Homepage gestellt und aufgrund der Länge in drei Teile geteilt. Mein Fazit: Jede/r kann an seinem Arbeitsplatz etwas tun, um nachhaltig zu arbeiten. Was und wie – einfach reinhören und vor allem: umsetzen.
Ihr René Kaplick



© Gastro Piraten

Mitgliedern des DEHOGA Berlin bieten die Gastro-Piraten eine kostenlose telefonische Erstberatung:
Tel. 030. 20459787
www.gastro-piraten.de

Lesezirkel Brabandt Zeitschriften mieten statt kaufen

Für Ihre Gäste unser Service-Lesepass



GASTRO-MAPPE



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

am KIOSK 29,80 €

im LESEZIRKEL

wöchentlich
nur 7.90 €

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

... oder freie Auswahl aus
mehr als 190 Zeitschriften

Gewerbekundencenter Kramm – bereit für die Zukunft



Das Gewerbekundencenter vom Autohaus Kramm in Berlin berät Sie mit Expertenwissen und jahrelanger Erfahrung individuell und speziell bezogen auf Ihre Anforderungen und Bedürfnisse.



Infos zur Elektromobilität

gibt es unter www.autohaus-kramm.de und bei Ihrem DEHOGA Berlin Ansprechpartner Dirk Walther unter Tel. 0162. 2742944.

Wirtschaftlichkeit, Zuverlässigkeit und zahlreiche innovative Assistenzsysteme machen Opel PKW Modelle zu Ihrem perfekten Firmenwagen. Die Opel Nutzfahrzeugpalette deckt dazu jegliche Einsatzzwecke in Ihrer Branche ab: vom Personentransport bis zu Sonder- Auf- und Umbauten, auch für Kühl – und Lebensmitteltransporte.

Opel wird elektrisch – Autohaus Kramm ist Ihr kompetenter Ansprechpartner

Die Elektromobilität wird ein wichtiges Thema für Gewerbetreibende. Elektrofahrzeuge punkten mit geringen Betriebskosten: Strom ist einfach wesentlich preiswerter als Benzin. Auch die Wartungskosten werden für Sie bei einem 100% Elektrofahrzeug geringer als bei einem Verbrenner. Der neue elektrische Opel Corsa ist im Autohaus Kramm ab sofort bestellbar. Im November wird dann die Markteinführung erfolgen.

Für Nutzer von Dienstwagen wird das Elektrofahrzeug besonders beim Thema „**geldwerter Vorteil**“ sehr spannend. Bei Privatnutzung eines **Elektro-Dienstwagens** wird der geldwerte Vorteil für die private Nutzung seit 2019 quasi halbiert. **Anstatt von einem Prozent des Brutto-Listenpreises müssen Arbeitnehmer dann nur noch 0,5 Prozent steuerlich geltend machen. Das gilt auch für Plug-In Hybrid Fahrzeuge** wie den Grandland X, den Opel mit der modernen Technologie neu im Programm hat. Das rechnet sich richtig! Natürlich auch mit Full-Service Werkstattkonzepten, Hol – und Bringdienst und vielen weiteren Serviceleistungen.

Im Jahr 2020 folgt dann der erste elektrische Transporter Vivaro und der neue Opel Mokka mit Elektroantrieb.

Die automobilen Zukunft hat begonnen. Unser Autohaus Kramm begleitet Sie bei der Auswahl des richtigen Fahrzeuges für Ihr Unternehmen und mit dem besten Service.

 www.autohaus-kramm.de



Und Action ...!

DINAMIX Media lädt Hotelpartner hinter die Kulissen ein

Auch außerhalb Berlins geht es actionreich zu! Davon konnten sich die Partnerhotels von DINAMIX im Juni 2019 überzeugen. Rund 200 Mitarbeiter der Berliner Hotellerie folgten der Einladung der DINAMIX Media GmbH zum Hotelpartner-Event in den Filmpark Babelsberg nach Potsdam.



Dort erwartete die Teilnehmer ein abwechslungsreiches Programm hinter den Kulissen der Film- und

Fernsehwelt. Bei exklusiven VIP-Führungen durch die Attraktionen des saisonal geöffneten Themenparks vor den Toren Berlins konnten diverse Filmsets, TV-Studios und Werkstätten besichtigt werden. Die abschließende Show der Stuntcrew, war Action pur.

*„Absolut empfehlenswert!“
war nur ein Kommentar der begeisterten Besucher.*

„Wir kommen wieder. Unseren Gästen, insbesondere den Familien, werden wir den Besuch des Filmparks ans Herz legen.“

Perfekter Tipp!

Die Teilnehmer waren sich einig: Die besten Tipps an Gäste kann man geben, wenn man einen Ort selbst besucht und erlebt hat!

Mitarbeiter und Gäste profitieren von Infomedien

Welche Bedeutung Tipps des Mitarbeiters und die persönliche Betreuung der Gäste aber auch die Unterstützung der Hotelmitarbeiter durch Infomedien haben, hob Christian Düren, Geschäftsführer der DINAMIX Media, hervor:



© DINAMIX Media GmbH

„Wie wichtig gedruckte Info-Medien für Hotels und Gäste sind, zeigt eine Anfang des Jahres erhobene weltweite Umfrage der Bentley University, in der über 95 % der befragten Hoteliers Gästeinformation als überaus wichtig empfinden. Wir freuen uns, mit unseren Produkten die tägliche Arbeit in den Hotels zu unterstützen und unseren Partnern auch im Rahmen eines solchen Events zu zeigen, dass der persönliche Kontakt für uns enorm wichtig ist.“

Festes Bindeglied zwischen Hotellerie und Tourismus

Dass DINAMIX festes Bindeglied zwischen der Hotellerie und der Kultur- und Tourismusbranche ist, zeigten auch die Kooperationspartner, die sich im Erlebnisrestaurant inmitten der originalen Kulissen des Films Prinz Eisenherz vorstellten. Neben dem Deutschen Spionagemuseum, Merlin Entertainments und der Reederei Riedel präsentierte sich auch die Berliner Weltzeituhr.

Vom Angebot des optimalen Sightseeing-Busses konnten sich die Teilnehmer live überzeugen. Das Unternehmen Stromma sorgte für den perfekten Shuttle von und nach Berlin.

Exzellenter Gästeservice

DINAMIX bietet nicht nur Hotels und weiteren Beherbergungsbetrieben kostenfreie Infomedien wie Flyerservice, Minicards und die unentbehrlichen Stadtpläne an. Auch in Berlins vielfältiger Gastronomie-Szene und Kultureinrichtungen sind die DINAMIX Medien als Teil aktiver Informationskultur zu finden.

www.dinamix.de



Überproduziertes Essen verkaufen statt entsorgen

mit Too Good To Go

Weltweit wird ein Drittel aller Lebensmittel verschwendet. Gerade in der Gastronomie und im Einzelhandel lassen sich Überproduktionen allerdings kaum vermeiden. Genau hier setzt das Konzept an: Über die App vernetzt Too Good To Go Betriebe mit neuen Kunden. Überschüssige Lebensmittel werden zu einem reduzierten Preis vermittelt und somit gerettet.

So einfach funktioniert's:

Über die App können Restaurants, Bäckereien, Cafés, Hotels und Supermärkte ihr überschüssiges Essen zu einem vergünstigten Preis an Selbstabholer anbieten. Die Kunden bezahlen direkt über die App und holen ihre Portion im angegebenen Zeitfenster im Laden ab.

Das Konzept trifft den Nerv der Zeit. Innerhalb von drei Jahren hat sich Too Good To Go in 11 Ländern etabliert und über 24.000 Partnerbetriebe an Bord geholt. Über 10 Millionen Menschen sind bereits dabei! Das zeigt uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Es ist entscheidend mit Konsumenten und Produzenten am selben Strang zu ziehen, um der Lebensmittelverschwendung die Stirn zu bieten."

Laure Berment,
Geschäftsführerin

Die Vorteile als Partnerbetrieb

- Unkomplizierter Verkauf überschüssiger Lebensmittel und Umsatzsteigerung
- Ein flexibles Konzept, das sich bequem nach den Abläufen des Betriebes richtet
- Eine konkrete Möglichkeit für nachhaltiges Engagement sowie Stärkung des nachhaltigen und sozialen Auftretens
- Steigerung der Bekanntheit des Betriebes und Neukundengewinnung
- Teilnahme an einer schnell wachsenden europäischen Bewegung mit großer Reichweite und starker medialer Präsenz

Melden auch Sie Ihren Betrieb an und tragen Sie zu einer nachhaltigeren Zukunft bei. Denn gutes Essen gehört auf den Teller!

Für mehr Informationen:

 www.toogoodtogo.de

 info@toogoodtogo.de | Tel. 030. 58849530


Too Good To Go



Print ist unsere Leidenschaft

varioprint Ihre Berliner Partnerdruckerei



Anfang der neunziger Jahre gegründet, entwickelte sich die Varioprint GmbH zu einer erfolgreichen mittelständigen Druckerei in Berlin.

Mit der fast zeitgleich einsetzenden Revolution der Informations- und Kommunikationstechnologien, vor allem durch das Internet, entstand eine digitale Medienvielfalt, in der wir uns nicht nur behaupten mussten, sondern auch mehrfach neu erfinden.

Frühzeitig selektierten wir deshalb unsere Kundenvielfalt und richteten unsere Druckerei ganz speziell auf die Kommunikationsbedürfnisse einzelner Branchen aus. Das Hotel- und Gaststättengewerbe in Berlin ist seitdem einer der wichtigsten Kundenzielgruppen unseres Unternehmens.

Als zuverlässige Partnerdruckerei des DEHOGA Berlin sind wir in der Lage, schnell und flexibel auf die Printbedürfnisse der Mitglieder des DEHOGA Berlin zu reagieren.

Frühzeitig ergänzten wir den Offsetdruck mit dem qualitativ hochwertigen Indigo-Digitaldruckverfahren und sind somit in der Lage, auch Kleinstauflagen, wenn gewünscht sogar personalisiert, anzubieten.

Unsere Vorteile für Sie:

Wir drucken in Ihrer unmittelbaren Nähe, das bedeutet kurze Wege, jederzeit professionelle Beratung vor Ort und schnelle Realisierung Ihrer Druckaufträge in hoher Qualität.

Unsere Kernkompetenz ist ausgerichtet auf Ihre Branche in der Printgestaltung, im Druck und in der Weiterverarbeitung. Auch sehr anspruchsvolle Marketingideen können wir mit unseren erfahrenen Fachkräften auf das Papier fixieren.

Wir verfügen über jahrzehntelange Erfahrung mit Standarddruckprodukten des Hotel- und Gaststättengewerbes.

Neben Briefbogen und Visitenkarten fertigen wir auch für Sie:

SD-Sätze für Guest-Checks | Tagungsunterlagen auch in Fremdsprachen | Hochzeitsmappen | Gästemagazine | Broschüren | Prospekte | Kataloge | Werbeflyer | Informationsflyer | Poster | Aufkleber | Hotelnotizblöcke | Tischaufsteller | Reise-Bonus-Aufsteller | Fragebogen | Reinigungsservice | Meldescheine | Minibar | Türhänger | Wasserflaschenanhänger | Menükarten | Koffertags | individuelle Geburtstagskarten | Duftkissen | Keycards | Serviettenringe | Roomservice-Karten und mehr...

Überzeugen Sie sich von unserer Leistungsstärke, über spezielle Printangebote werden wir Sie weiter informieren.

DRUCK & DIGITALE MEDIEN



varioprint GmbH
Segelfliegerdamm 92
12487 Berlin

Tel. 030 6719 89 73
varioprint@druckwunsch.de
www.druckwunsch.de



www.druckwunsch.de

Mehr Zeit fürs Kerngeschäft

Ein besonderer Service von Hildebrandt und Bartsch macht es möglich, dass sich Hotelangestellte und Gastronomen weder um zeitintensive Bestellungen noch um die Verräumung von Verbrauchsmaterialien kümmern müssen.

Ob Hygieneartikel, Reinigungschemie und -utensilien, Hotelkosmetik oder Tabletop-Artikel: Alle Verbrauchsgüter müssen irgendwann nachbestellt werden. Die Kunst dabei ist es, einen umfassenden Überblick über alle Artikel zu behalten und vor allem schnell genug zu reagieren, bevor der eigene Bestand aufgebraucht ist. Hinzu kommt, dass die Beschaffung von Verbrauchsmaterialien sehr zeitaufwendig, kosten- und personalintensiv sein kann. Was aber wäre, wenn Hotels und Gastronomen die Bestellungen – womöglich noch von mehreren Lieferanten – nicht mehr selbst übernehmen müssten?

Mindestbestand definieren, den Rest erledigt Hildebrandt & Bartsch

Genau an diesem Punkt setzt Hildebrandt & Bartsch an. Als erfahrener Großhändler und igefa-Mitglied verfolgt das Unternehmen ohnehin den Ansatz, alles aus einer Hand zu bieten: ein Angebot, eine Lieferung und eine Rechnung. Statt selbst regelmäßig Bestellungen aufzugeben, können Kunden bei allen benötigten Artikeln auf Wunsch einen Mindestbestand definieren. Bei jeder Lieferung wird von einem

Mitarbeiter von Hildebrandt & Bartsch der Lagerbestand erfasst und bei Unterschreitung automatisch nachbestellt. Auch die Verräumung ins Lager bzw. ins Regal wird in diesem Zusammenhang übernommen.

Mitarbeiterentlastung und Versorgungssicherheit

Christian Andresen, Geschäftsführer des Hotels THE MANDALA und Präsident der DEHOGA Berlin, weiß diese Dienstleistung bereits zu schätzen. Seit zirka zwei Jahren übernimmt Hildebrandt & Bartsch die Bestandsführung und Lagerbevorratung für die Bereiche Housekeeping, Küche und F&B im THE MANDALA. „Die Entlastung unserer Mitarbeiter durch den Service von Hildebrandt & Bartsch ist deutlich spürbar. Gleichzeitig genießen wir einen hohen Grad an Versorgungssicherheit“, erläutert Andresen.



Interessenten können über die Website www.igefa.de schnell Kontakt zu Hildebrandt & Bartsch herstellen und sich ein individuelles Versorgungskonzept erstellen lassen



© Hildebrandt & Bartsch



American Express – ein starker Partner für Hotel und Gastronomie

Warum es sich lohnt, American Express Karten zu akzeptieren



© American Express

„Der Kunde ist König“

– ein allgegenwärtiger Anspruch in der Gastronomie und Hotellerie. Kunden das Zahlungsmittel der Wahl anzubieten, ist zunehmend ein wichtiger Faktor für eine positive Service-Erfahrung. „Wir nehmen nur Bargeld“ ist dabei für manch einen Kunden ein K.o.-Kriterium. Die Bedeutung von Kartenzahlungen steigt stetig – im Jahr 2018 lag der Umsatzanteil von Kartenzahlungen im deutschen Einzelhandel (laut EHI Studie) erstmalig über dem von Bargeldzahlungen. Dabei spielt das kontaktlose Bezahlen eine immer größere Rolle.

Schnelles und einfaches Bezahlen per Smartphone ist besonders bei American Express® Karteninhabern sehr beliebt. Karteninhaber können mit Hilfe von Apple Pay unkompliziert mit Ihrem iPhone oder Ihrer Apple Watch einkaufen.

starke Firmenkarteninhaber und ausländische Karteninhaber suchen gezielt Restaurants und Hotels aus, die American Express akzeptieren.

American Express Maps führt Gäste zu Akzeptanzpartnern

Kostenfreies Marketing ist inklusive: American Express Akzeptanzpartner sind auf American Express Maps sichtbar. Dort suchen Karteninhaber nach Geschäften, bei denen Sie mit ihrer Karte bezahlen können. Zum Beispiel über die Suche nach Standort, innerhalb einer Kategorie oder anhand eines Stichworts.

American Express akzeptieren ist günstiger als Sie denken

American Express bietet Ihnen ein einheitliches Serviceentgelt für alle Kartenarten, unabhängig davon ob Ihre Gäste eine Privat- oder Firmenkreditkarte einsetzen. Es fallen keine Kontoführungsgebühren an, so behalten unsere Partner die volle Kostentransparenz.

Sie akzeptieren noch keine American Express Karten? Werden Sie jetzt Akzeptanzpartner!

Tel. 069. 380789991

ONLINE-ANTRAG:

www.americanexpress.de/akzeptieren



Heißen Sie Firmenkartenkunden und internationale Karteninhaber willkommen

American Express Karten werden immer häufiger eingesetzt. Immer mehr Privatkunden setzen auf die kostenfreie PAYBACK American Express Karte. Karteninhaber sammeln für jede Ausgabe wertvolle Bonuspunkte und setzen die Karte daher bevorzugt ein. Besonders umsatz-





Juliane Schoenau verstärkt die Geschäftsstelle des DEHOGA Berlin

Im Juni 2019 begann Juliane Schoenau als Assistentin der Geschäftsführung beim DEHOGA Berlin.

Juliane Schoenau leitete in den letzten 11 Jahren die Geschäftsstelle des *visitBerlin* Partnerhotels e.V. und ist somit bestens mit der Branche vertraut und sehr gut vernetzt. Die gelernte Hotelfachfrau (berufliche Stationen waren u. a. Berlin und Fleesensee als Empfangschefin) betreute in dieser verantwortungsvollen Position die Partnerhotels und war für Netzwerkveranstaltungen zuständig.

Sie wurde dadurch natürlich mit den wichtigsten Branchenthemen tagtäglich konfrontiert. „Wir sind sehr froh, dass wir mit Frau Schoenau eine so erfahrene Fachfrau für unsere Geschäftsstelle gewinnen konnten“, so Thomas Lengfelder (Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Berlin).

Im Bereich der Hotelklassifizierung, in dem Frau Schoenau seit Jahren ehrenamtlich tätig ist, wird sie auch weiterhin unterstützen.

„Ich freue mich sehr, auf den Austausch mit den Mitgliedern des DEHOGA Berlin und darüber, dass ich mein Know-how weiter für die Berliner Hoteliers und Gastronomen einsetzen darf“, so Juliane Schoenau.

www.dehoga-berlin.de/ueber-uns/geschaeftsstelle/

Seit April 2019 beim DEHOGA Berlin: Katharina Radtke

Seit April 2019 unterstützt Katharina Radtke das DEHOGA Berlin-Team im Bereich Seminare, Aus- und Weiterbildung. Als waschechte Berliner ist sie der Stadt mit Leib und Seele verbunden. Nach ihrer Ausbildung zur Reiseverkehrskauffrau und dem



Katharina Radtke – Koordinatorin für Aus- und Weiterbildung beim DEHOGA Berlin.

Studium der Publizistik und Geografie schlug ihr Herz eindeutig für die Veranstaltungsbranche. Nach 16 Jahren Berufserfahrung bei der MICE Agentur CWT Meetings & Events in Berlin, ist sie bestens vertraut mit der lokalen Hotel- und Gaststättenszene. „Ich freue mich riesig, dass ich mich für die Berliner Hoteliers und Gastronomen mit meiner Arbeit beim DEHOGA Berlin einsetzen kann und bin gespannt, anstelle der Kundenseite eine neue Perspektive einzunehmen“. Bei der Organisation und Planung des Seminarbereiches, des Wettbewerbs der Gastgeber YoungStars BB (ehem. Berliner Jugendmeisterschaften) und weiterer Projekte aus dem Bereich Aus- und Weiterbildung greift die Projektmanagerin auf ihre langjährige Berufserfahrung zurück.

www.dehoga-berlin.de

Fortschreibung Hotelklassifizierung

Die Mitgliedsstaaten der Hotelstars Union schreiben alle fünf Jahre den gemeinsamen Kriterienkatalog fort und passen die Anforderungen den sich ändernden Gästeeerwartungen und Markterfordernissen an, damit die Hotelklassifizierung im Zeitablauf nichts an Aussagekraft und Aktualität verliert. Der in Deutschland voraussichtlich ab dem 1. Januar 2020 zum Einsatz kommende neue Kriterienkatalog wurde von 270 auf 250 Kriterien reduziert und nun zur Information und Diskussion veröffentlicht. „Inhaltlich greift der neue Kriterienkatalog die fast alle Hotelbereiche durchdringende Digitalisierung und die immer mehr auch in den Gästefokus rückenden Nachhaltigkeitsaspekte auf“, so Markus Luthé, Geschäftsführer der DEHOGA Deutsche Hotelklassifizierung GmbH. Der Entwurf ist zu finden unter:

www.hotelstars.eu

Sommerfest der NH-Hotels



© Brigitte Menge

Bei schönstem Sommerwetter feierten rund 400 Mitarbeiter*innen aus den elf NH-Hotels der Metropolregion am 27. Juni ihr diesjähriges Sommerfest im Hafen der Reederei Riedel in Berlin-Rummelsburg, der ideale Bedingungen für den Mix aus Action, Chillen am Spreeufer sowie leckerem Essen und gepflegten Getränken bot.

„Wir sagen mit diesem Fest Danke für die gute Arbeit der Teams“, so Til F. Esser, GM NH Collection Berlin Friedrichstrasse und Director of International Relations Northern Europe NH Hotel Group. Bei verschiedenen Challenges – so Kanufahren, einer Bierkastenrallye, Tauziehen – bewiesen die Teams mit viel Spaß ihr Zusammengehörigkeitsgefühl.

www.nh-hotels.de

Florida Eis: weltweit erster elektrischer Tiefkühl-Lkw

Olaf Höhn, Inhaber der Florida-Eis-Manufaktur, übergab Mitte Juli den weltweit ersten elektrisch angetriebenen LKW mit Tiefkühlung für die innerstädtische Belieferung. Das Fahrzeug wird auf dem Spandauer Betriebsgelände mit



© Florida Eis
Der erste Elektro-Lkw bringt Florida-Eis nun emissionsfrei zu den Kunden in der Hauptstadt

Strom aus der firmeneigenen Fotovoltaik-Anlage aufgeladen. Gleichzeitig sorgt ein Kompressor mit minus 30 Grad Celsius im Inneren des Wagens für ein ideales Klima, wenn die fast 30 Eissorten fast lautlos schnurrend in ganz Berlin ausgeliefert werden. Entwickelt wurde die neuartige Technologie von einem Forscherteam des Fraunhofer Instituts Dortmund, die Fachhochschule Fulda, die TU Berlin, unterstützt vom Bundesumweltministerium. Immer wieder vertröstet von der deutschen Automobilindustrie, kommt der LKW aus China von der Firma SAIC Maxus (Modell EV80). „Der Wagen war zu bezahlen. Die Leistungsdaten waren okay und mein Kühlsystem passte dazu“, so Olaf Höhn, der sich seit vielen Jahren aktiv für den Umweltschutz engagiert.

www.floridaeis.de



Neuer Executive Chef im Steigenberger Am Kanzleramt

Manuel Eich ist neuer Executive Chef im Steigenberger Hotel Am Kanzleramt in Berlin. Er verfügt über mehr als 30 Jahre Berufserfahrung in der Hotellerie. Berufliche Stationen waren u. a. das Intercontinental Hotel in Frankfurt am Main, das Hyatt Kingsgate Queenstown in Neuseeland, der Bayerische Hof und das Park Hilton in München sowie das Cairns Hilton in Australien. Von

2000 bis 2008 war er als Küchenchef im Seminaris Seehotel in Potsdam, anschließend bis 2017 im Seminaris Campushotel in Berlin, danach arbeitete er als Küchenchef im Hotel Courtyard in München-Garching.

www.steigenberger.com

METRO: Preis für nachhaltige Gastronomie

Erstmals schreibt METRO Deutschland in diesem Jahr den METRO Preis für nachhaltige Gastronomie aus. Damit möchte das Unternehmen Gastronomen im Land eine Bühne bieten, um zeigen zu können, dass Nachhaltigkeit keine Worthülse, sondern eine essenzielle Zutat ist. Ausgeschrieben ist der Preis bis zum 30. September 2019. Mitte Oktober kommt die Jury zu einer Vorauswahl zusammen. In der Jury sitzen Ingrid Hartges (DEHOGA Bundesverband), Christian Krüger (METRO Deutschland GmbH), Nicole Lange (Rheinische Post), Laura Müller (Birdie & Co), Andrea K. Weber (METRO AG), Dr. Florian Wecker (Deutscher Nachhaltigkeitspreis) und Clément Tischer (NX-Food). Teilnahmekriterien und Preise unter:

www.metro.de



Abb. zeigt Sonderausstattungen.

DER NEUE VIVARO KOMBI

KOMFORT FÜRS GANZE TEAM.



Bis zu neun Personen finden im hochwertig ausgestatteten neuen Vivaro Kombi komfortabel Platz. Dank flexibler Sitzkonfigurationen⁴ passt sich der praktische Kombi genau an Ihre Anforderungen an – damit Sie mehr Platz haben, wenn Sie ihn brauchen.

- Metallic-Lackierung
- Komfort-Paket
- Einparkhilfe vorn und hinten
- Anhängervorrichtung
- Zusatzklimaanlage hinten
- Außenspiegel elektr. einklappbar
- und vieles mehr

Die Kramm - Vivaro Shuttle-Line. Jetzt Probe fahren!

FREE² MOVE LEASE-ANGEBOT FÜR FIRMENKUNDEN

für den Opel Vivaro Kombi M, 1.5 Diesel, 88 kW (120 PS)
Start/Stop, Euro 6d-TEMP Manuelles 6-Gang-Getriebe

Monatsrate (exkl. MwSt.) 307,25 €¹
inkl. Technik-Service² (inkl. MwSt. 365,63 €)

Leasingsonderzahlung (exkl. MwSt.): 0,- €, **Laufzeit:** 36 Monate, **Laufleistung:** 10.000 km/Jahr. Angebot zzgl. 748,00 € Überführungskosten (exkl. MwSt.).

¹ Ein Kilometerleasing-Angebot (Bonität vorausgesetzt) der Opel Leasing GmbH, Mainzer Str. 190, 65428 Rüsselsheim, unter Verwendung der Marke „Free2Move Lease“, für die Autohaus Kramm GmbH als ungebundener Vermittler tätig ist. Nach Vertragsende werden Schäden sowie Mehr- und Minderkilometer (Freigrenze 2.500 km) gesondert abgerechnet. Angebot für Gewerbekunden und nur gültig bei Vertragsbeginn beim Leasinggeber bis 31.12.2019.

² Gilt bei einer Laufzeit von 36 Monaten und einer Laufleistung von 10.000 km p. a. und beinhaltet alle vom Hersteller vorgeschriebenen Inspektionen und Wartungsarbeiten inkl. Ersatzteilen und Ölen, Beseitigung verschleißbedingter Schäden inkl. Lohn und benötigten Materials. Nur gültig in Verbindung mit dem Abschluss eines Leasingvertrags für ein Neufahrzeug bei der Opel Leasing GmbH.

Kraftstoffverbrauch⁵ in l/100 km, innerorts: 5,3-5,2; **außerorts:** 4,7-4,6; **kombiniert:** 4,9-4,8; **CO₂-Emission, kombiniert:** 130-127 g/km (gemäß VO (EG) Nr. 715/2007, VO (EU) Nr. 2017/1153 und VO (EU) Nr. 2017/1151). **Effizienzklasse -**

³ Die angegebenen Verbrauchs- und CO₂-Emissionswerte wurden nach dem vorgeschriebenen WLTP-Messverfahren (Worldwide harmonized Light vehicles Test Procedure) ermittelt und in NEFZ-Werte umgerechnet, um die Vergleichbarkeit mit anderen Fahrzeugen zu gewährleisten.

⁴ Optional.

Autohaus Kramm GmbH
Hauptstr. 24-25
13127 Berlin-Buchholz
Tel.: 030-474906-88

eat! Berlin: Gastspiel bei FOOD FOR THE EYES

Das „lockerste und innovativste Gastrofestival Europas“ trifft auf die angesagteste Foodfotografie-Ausstellung Deutschlands: Am 13. August 2019 tischte der Festivalleiter des eat! berlin Feinschmeckerfestivals, Bernhard Moser, anlässlich der Ausstellungsreihe FOOD FOR THE EYES. The Story of Food in Photograph im C/O Berlin gemeinsam mit Berliner Gourmetspitzen ein exquisites Vier-Gang-Menü mit Weinbegleitung auf: Karina Appeldorn (Pâtissière des Jahres 2015, Gault&Millau), die Zweisterneköche Sebastian Frank (Bester Koch Europas 2018, Madrid Fusion) und Marco Müller (Koch des Jahres 2018, Rolling Pin Award) und Sternekoch Max Strohe (Aufsteiger des Jahres 2016) schwangen zwischen Werken von Nobuyoshi Araki, Peter Fischli, Irving Penn, Cindy Sherman im zeitgenössisch musealen Ambiente ihre Kochlöffel und verwöhnten Augen sowie den Gaumen der Gäste. Die nächste eat! berlin findet vom 20. Februar bis 1. März 2020 statt.

 www.eat-berlin.de

Konditorenhandwerk beim 45. PKM Sommerfest

Beim diesjährigen PKM Sommerfest der CDU/CSU im Kronprinzenpalais zeigten der Deutsche Konditorenbund mit Unterstützung der Wiener Conditorei Caffeehäuser das Können des Konditoren-Handwerks. Die Wiener Conditorei Caffeehäuser,



Angela Merkel, Victor & Felix Otte, Jörg Tapper, Gerhard Schenk, Karlheinz Kümpel, Vahid Tajik (von links)

 www.wiener-conditorei.de

BMB übernimmt Gastronomien auf der Museumsinsel

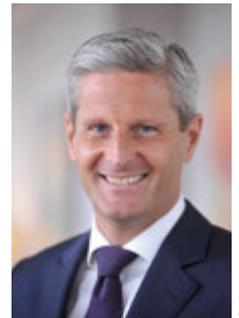
Die BMB Gruppe Berlin übernimmt die Gastronomien der Staatlichen Museen zu Berlin auf der Museumsinsel. Der Start erfolgte mit dem Café und Restaurant der James-Simon-Galerie am 13. Juli. Inspiriert durch eines der bekann-

testen Ausstellungsstücke, das im Neuen Museum zu bestaunen ist – die Büste der No-fretete – hat sich das Team rund um die erfahrene Gastgeberin Isabell Wendel, die den gastronomischen Betrieb leiten wird, raffinierte kunstbezogene Gerichte/Menüs einfallen lassen. Weitere vier Cafés kommen zum Portfolio der BMB Gruppe dazu: Das Café im Pergamonmuseum; das Panorama-Café im neuen Museum; Café im Bode-Museum und das Café im Alten Museum. Insgesamt zählen mittlerweile 23 Cafés und Restaurants zu der Berliner Unternehmensgruppe, davon allein drei unterschiedliche Restaurants unter der Marke BraufactuM.

 www.bmb-gruppe.de

Neuer Hoteldirektor im Regent

Claus Geißelmann ist der neue Direktor des 5-Sterne Superior Hotels Regent Berlin am Gendarmenmarkt. Der gebürtige Schwabe ist seit Abschluss seiner Ausbildung für die IHG Gruppe tätig. Stationen seiner Karriere waren unter anderem Köln, Düsseldorf, Wien, Berchtesgaden und Budapest. Claus Geißelmann übernahm den Direktorenposten von Stefan Athmann, der dem Regent Berlin zehn Jahre lang vorstand.



 www.regenthotels.com

bauhauswoche berlin

Berlin feiert das hundertjährige Jubiläum des Bauhauses mit der bauhauswoche berlin vom 31. August bis 8. September. Mit Ausstellungen, künstlerischen Performances, Installationen, Vorträgen und Workshops, die zum Mitmachen einladen, trägt das Festival die innovativen Gestaltungsideen und sozialen Visionen des Bauhauses in die ganze Stadt. Zum Auftakt der bauhauswoche berlin lädt die Lange Nacht der Museen am Samstag, den 31. August, zu einem speziellen Bauhaus-Programm am Kulturforum und vielen weiteren Veranstaltungen zum Thema in den teilnehmenden Museen ein. Herzstück und Ausgangspunkt der bauhauswoche berlin ist das Festivalzentrum auf der Mittelsinsel des Ernst-Reuter-Platzes. Das komplette Programm unter:

 www.bauhaus100.de/programm



Isabell Wendel und Veit Kuschkow übernehmen den Betrieb des Restaurants in der James Simon Galerie

Ganz schön günstig!

Smarte Terminals zu günstigen Konditionen

- ☑ Bargeldlose Zahlungen schnell und sicher akzeptieren
- ☑ Individuelle Kundenbindungsprogramme umsetzen
- ☑ Flexible Terminallösung, die perfekt zu Ihnen passt

Gebühr je Transaktion: 6 Cent, Monatliche Service- und Netzgebühr: 4,90 Euro, Monatliche Terminalmiete: auf Anfrage

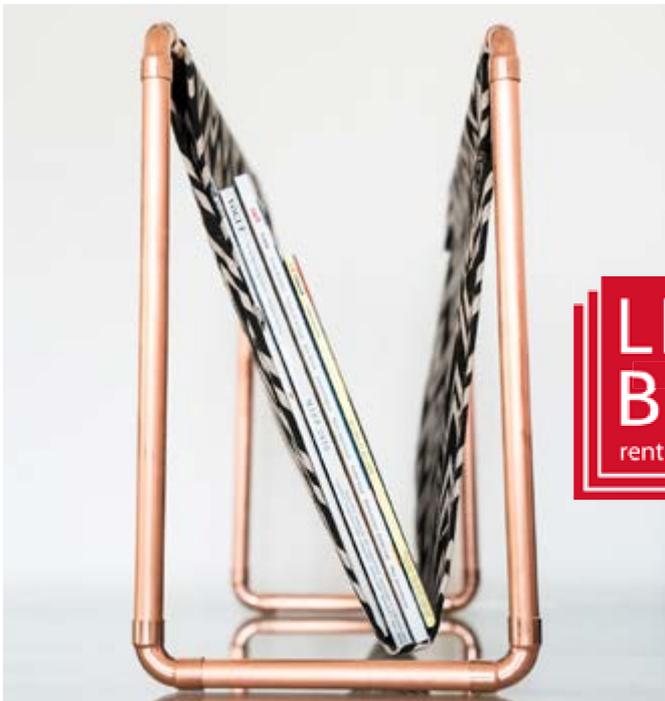
Disagien: Visa 0,75 %, Mastercard 0,75 %, Maestro 0,55 %, PAY 0,55 %, Diners 1,60 %, Commercial Cards 2,29 %
Alle Preise gelten zzgl. der gesetzlichen MwSt. Technische Änderungen vorbehalten. Solange der Vorrat reicht.

Stand 07/2019

Jetzt Angebot anfordern!
Unter 0800 1111 227,
retail.sales@wirecard.com
oder
www.wirecard.com



wirecard



**LESE
BOX**
rent magazines



MIETEN STATT KAUFEN – DIE BESONDERE MAGAZIN-AUSWAHL. KOSTENBEWUSST & ÖKOLOGISCH.
Wie du deine LESEBOX Magazine am besten in Szene setzt, zeigen wir dir auf unseren Social Media Kanälen.



Deutsche Hotelklassifizierung



Erstklassifizierungen:



Hotel Indigo Berlin –
East Side Gallery

Folgeklassifizierungen:

★★★★★ *Superior*
The Ritz Carlton

★★★★ *Superior*
Estrel Hotel Berlin

★★★★
Abacus Tierpark Hotel
Mövenpick Hotel Berlin
Select Hotel Berlin The Wall

★★★★ *Garni*
Leonardo Hotel Berlin City West
Lindner Hotel am Ku'Damm
Novum Hotel Kronprinz Berlin

★★★ *Superior Garni*
Ibis Styles Berlin an der Oper

★★★ *Garni*
Hotel Pankow
Hotel Solitaire

★★★ *Gästehäuser, Gasthöfe,
Pension*
Pension Schultze

★★ *Superior Garni*
Citylight Hotel



► Betriebsjubiläen im September

Abion Spreebogen Waterside Hotel 25 Jahre ■ Arte Luise Kunsthotel 20 Jahre ■ Auf die Hand – Feinstes Fastfood 10 Jahre ■ Ballhaus Spandau 5 Jahre ■ Buddha Republic 10 Jahre ■ centrovital Hotel 15 Jahre ■ Chamäleon 15 Jahre ■ Evangelische Bildungsstätte auf Schwanenwerder 15 Jahre ■ FLOTTWELL BERLIN Hotel & Residenz am Park 5 Jahre ■ Frantz 15 Jahre ■ Hotel Rheinsberg am See KG 40 Jahre ■ Hotel Schöneberg 40 Jahre ■ Il nuovo Primo 10 Jahre ■ Ming Dynastie II 10 Jahre ■ Pullman Berlin Schweizer Hof 20 Jahre ■ Regent Berlin 15 Jahre

► Mitgliedschaftsjubiläen im September

Abion Spreebogen Waterside Hotel 25 Jahre ■ An einem Sonntag im August... 20 Jahre ■ Blockhaus Nikolskoe Gaststättenbetriebs GmbH 40 Jahre ■ Chamäleon 15 Jahre ■ Charlottchen 30 Jahre ■ Euref-Event GmbH 5 Jahre ■ Holiday Inn Berlin City Center East 25 Jahre ■ Hotel Süden 10 Jahre ■ HW Hotel 10 Jahre ■ Kürbiskern 5 Jahre ■ Liliput Charlottenburg 5 Jahre ■ Lutter & Wegner am Gendarmenmarkt 20 Jahre ■ Mark Apart Hotel 20 Jahre ■ NH Berlin Alexanderplatz 20 Jahre ■ Park Hotel Moabit 15 Jahre ■ Park Inn by Radisson Berlin Alexanderplatz 25 Jahre ■ Restaurant & Bar Luise 10 Jahre ■ Seminaris CampusHotel Berlin 10 Jahre ■ Zum Patzenhofer 20 Jahre

Der Verband begrüßt herzlich seine neuen Mitglieder

- ALFA Hotel
- Auster-Club
- Barkin'Kitchen
- Betty F***
- BWVG Berliner Wassersport+ Service GmbH+G.Betrieb
- cadadia GmbH & Co. KG
- Call a Pizza Spandau Nord
- Fargo
- großherz
- Heile Welt
- Hotel Helle Mitte
- Hotel Rossi
- IMOGTI
- Johannes Emken
- la cantine d'augusta berlin
- la soupe populaire CANTEEN
- Landhaus Schupke
- Pool Position“ Billardsalon Spandau“
- Restaurant Bass
- Schöneberger Weltlaterne
- Soupkultur GmbH
- Stullendealer
- talk about race
- Zitadellen Wirtschaft
- Zum alten Berliner



Save the Date

WICHTIGE TERMINE FÜR MITGLIEDER

Montag, 2. September 2019	Gastro Business Club, weiterer Termin 2. Dezember	Loretta's Almhütte
im Oktober 2019	Meet-up zum Thema „Digitalisierung“	Datum und Ort werden noch bekannt gegeben
Montag, 25. November 2019	Vollversammlung	Hotel Abion Spreebogen
Donnerstag, 28. November 2019	Partnertreffen	Hotel Abion Spreebogen, Restaurant Carl & Sophie

Hotel Indigo Berlin an der East Side Gallery

NEUERÖFFNUNG



Beispielbild

© Veerle Evans

Das Hotel Indigo® Berlin – East Side Gallery öffnet seine Türen im November 2019 und befindet sich neben der größten Open-Air-Galerie der Welt, der East Side Gallery. Jedes Indigo Hotel spiegelt die lokale Nachbarschaft, deren Kultur und beliebte Trends wider, inspiriert von Essen, Trinken und Design und schafft damit eine warme und lebendige Atmosphäre.

Das Hotel mit 118 Zimmern orientiert sich an der kreativen Energie des Viertels und verbindet rohe Industriearchitektur mit Retro-Elementen wie Graffiti-Blöcken und einer hellen Farbgebung, die vom berühmten Trabi-Auto inspiriert ist. Das Hotel Indigo® Berlin – East Side Gallery verfügt über ein eigenes Restaurant und eine Bar, das Gallery Restau-

rant und die Gallery Rooftop Bar, wo Gäste und Einheimische deutsche Tapas und einen Panoramablick auf die Spree genießen können.

Das Indigo Hotel ist idealer Ausgangspunkt, um Berlin zu erkunden. Mit 89 Standorten weltweit und einer qualitativ hochwertigen globalen Pipeline von 91 Hotels, wird sich das Hotel Indigo® Berlin – East Side Gallery in den nächsten drei bis fünf Jahren auf 180 Objekte verdoppeln.

 www.tristar-hotels.de



Das Team um Hoteldirektorin Melanie Fuchs freut sich über die 4-Sterne-Klassifizierung als weiteres Qualitätsmerkmal und über die Mitgliedschaft beim DEHOGA Berlin.

Neue Anforderungen für Kartenzahlungen

ab dem 14. September 2019

Bis zum 14. September 2019 muss die sogenannte starke Kundenauthentifizierung im täglichen Hotelablauf und der Online-Buchungstrecke über die Hotelwebsite umgesetzt sein. Andernfalls werden Reservierungen auf der Kreditkarte oder Nachbelastungen nach Abreise nicht mehr möglich sein.

Eine starke Kundenauthentifizierung ist eine Authentifizierung unter Heranziehung von mindestens zwei Elementen aus den Kategorien Wissen, Besitz oder Inhärenz. Dabei sind die auf der Kreditkarte aufgedruckten Daten wie Kartenummer, Ablaufdatum und Prüfziffern nicht zur Nutzung als eines dieser Elemente geeignet.

Zwar trifft die Pflicht zur Durchführung einer Starken Kundenauthentifizierung nur die beaufsichtigten Zahlungsdienstleister und nicht die Zahlungsempfänger. Aber Unternehmen, die weiterhin Kreditkartenzahlungen im Internet entgegennehmen wollen, müssen ihre Bezahlprozesse so anpassen, dass der Kunde die Möglichkeit hat, eine starke Kundenauthentifizierung bei seinem kartenausgebenden Institut vorzunehmen. Die Vornahme dieser Anpassungen liegt also im eigenen Interesse der betroffenen Zahlungsempfänger.

*Zahlungsvorgänge,
bei denen der Gast nicht
anwesend ist, ... fallen
hingegen unter die
„Card Not Present Transactions“
und müssen ab dem
14. September
neu eingestellt werden.*

Was bedeutet es für die Praxis:

Nimmt der Gast eine elektronische Zahlung, z. B. mittels Kreditkarte oder im Internet vor, muss er sich künftig mit mindestens zwei der drei Elemente der Starken Kundenauthentifizierung identifizieren:

- Etwas, das der Kunde weiß (Passwort oder PIN) | Wissen
- Etwas, das der Kunde besitzt (Karte oder Telefon) | Besitz
- Etwas, das der Kunde ist (biometrische Daten wie Fingerabdruck oder Iris) | Inhärenz

Unproblematisch sind Fälle, in denen der Gast vor Ihnen im Hotel oder Restaurant steht und mit einer Karte zahlt. Hier ist es bereits heute Standard, die SCA anzuwenden, denn der Kunde zeigt seine Karte vor und gibt eine PIN in das Kartenterminal oder unterschreibt auf dem Beleg.

Zahlungsvorgänge, bei denen der Gast nicht anwesend ist, wie beispielsweise Hotelzimmerbuchungen im Internet und deren Anzahlung oder Bezahlung fallen hingegen unter die „Card Not Present Transactions“ und müssen ab dem 14. September neu eingestellt werden. Durch die künftigen neuen Regelungen wird sich dadurch das Bezahlen mit Kreditkarte im Internet stark verändern, da die meisten der in der Vergangenheit dafür eingesetzten Authentifizierungsverfahren die Anforderungen an die neue Starke Kundenauthentifizierung nicht erfüllen.

Unternehmen, die bisher noch keine Vorbereitungen getroffen haben, sollten -als ersten Schritt- Kontakt mit dem Zahlungsdienstleister aufnehmen, den sie in Bezug auf die Abwicklung von Kreditkartenzahlungen beauftragt haben.

Prüfen Sie den Handlungsbedarf.

Erfolgreich werben

Mit unseren Zeitschriften erreichen Sie Gründer und Entscheider, Sport-, Medien- und Lokalinteressierte



Jetzt Mediadaten anfordern!
 (030) 43 777 82 - 0 oder
 info@raz-verlag.de



RAZ Verlag

EINFACH MEHR DAVON

Schmeckt wie Radler, nur besser.

Berliner Radler naturtrüb.

NEU

JETZT PROBIEREN!

