

# hoga *AKTIV*

*Das Magazin für Berliner Gastgeber*

*50 Jahre*

*Fernsehturm:*

*Ein Berliner Original  
feiert Geburtstag*

*30 Jahre*

*Mauerfall:*

*Neue DZT- Kampagne  
„Reiseland Deutschland“*

---

*25 Jahre*

*Partner für Berlin:*

*Stadt des Aufbruchs  
und der Chancen*



# done with walls

# Berlin



#FreiheitBerlin  
be.berlin

be  Berlin



## AKTUELL

Editorial: Zusammen sind wir stärker	4
Einen Gedanken säen	
Symposium für eine neue Esskultur	5
DZT-Kampagne 30 Jahre Mauerfall	6
Erasmus Plus	8

## WIR IN BERLIN

50 Jahre Fernsehturm	
Ein Berliner Original feiert Geburtstag	10
25 Jahre Partner für Berlin	12
Kiezküchen: Neu im Gastgewerbe	14
Fairmas:	
Eine Zwischenbilanz aus Hotelperspektive	16
<i>visitBerlin</i> : Berlin und New York unterzeichnen Tourismus-Partnerschaft	17
DEHOGA-Umweltcheck:	
Gold für FLORIS Catering	18
Berliner Meisterköche 2019	19
Verbundberatung: Duale Berufsausbildung	20
DEHOGA-Seminare	22
Gastro Piraten	23

## DEHOGA BERLIN-PARTNER

METRO:	
Chef Gourvenience	24
Friesenkrone:	
Neue Saisonsorten für die kühle Jahreszeit	25
ProfiMiet: 20jähriges Jubiläum	26
Inolares:	
... macht Gebäude intelligent	27

## NEWS

NEWS	28
------	----

## MITGLIEDER

Hotellklassifizierung	32
Jubiläen im November	
Neue Mitglieder, Save the Date	
Neu beim DEHOGA Berlin: Mr. Hai	33

## RECHT UND RAT

Warum ein Impressum?	34
DIE HOGA Denkfabrik	

## 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: Kevin Voelz

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.

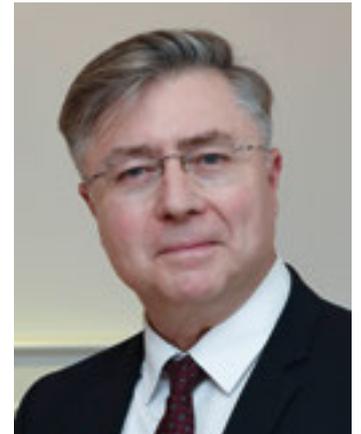
Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages. Es gilt die Anzeigenpreisliste vom 1. Januar 2019

# Gemeinsam sind wir stärker

Liebe Mitglieder des DEHOGA Berlin,  
liebe Leserinnen und Leser,

STOLZ – wir dürfen und wir können stolz sein, wir, die Gastronomen\*innen Berlins! Wir, die wir zu einem Gutteil nicht einmal biodeutscher Herkunft sind, wir vertreten die gastronomische Kultur der deutschen Hauptstadt. Als Gastgeber gestalten, prägen und repräsentieren wir, allen Widrigkeiten zum Trotz, aktiv und unverdrossen diese Stadt und ihre städtische Kultur. Wir, die wir verantwortlich zeichnen für das Bild, welches unsere Gäste wieder mit nach Hause nehmen, egal ob nach Los Angeles oder Oberschöneeweide, nach Pretoria, Stuttgart oder Sydney, wir tun dies offensichtlich richtig gut, denn wir können es! Die von Jahr zu Jahr steigende Zahl neu ankommender und immer wieder kehrender Gäste sowie die Anzahl neu eröffnender Betriebe gibt uns recht. Mit unseren über sechzehntausend gastronomischen Betrieben sind wir für diese Stadt ein nicht mehr wegzudenkender Wirtschaftsfaktor geworden. Wir stehen zusammen mit der Hotellerie für eine der bedeutendsten und unternehmungslustigsten Branchen dieser Stadt und bilden dabei auch noch über dreitausend junge Menschen für das Gastgewerbe aus. Wir bieten zu nahezu jeder Uhrzeit, für jeden Geldbeutel und jeden Geschmack für Berliner\*innen und unsere Gäste aus aller Welt exotische und bodenständige Kulinarik und Trinkkultur. Dies alles in einer unglaublichen Varianz von ausgefallenen ethnischen Spezialitätenrestaurants über gestandene traditionelle Betriebe, attraktiven Streetfoodkonzepten bis hin zu Fine-Dining Flagship Restaurants. Damit nicht genug, zwingend zu erwähnen sind die zum Teil einzigartigen und innovativen Bars, Cafés, Clubs, Imbissbuden und Pinten, die das gesamte Angebot zu früher oder später Stunde abrunden, ergänzen, eben erst so richtig zu würzen wissen. Es gibt somit so viele gute Gründe auf uns als Gastronomen\*innen und auf unseren Erfolg stolz zu sein. Im DEHOGA Berlin haben wir die Vertretung, die die Interessen unserer Branche erkennt und

konkret wahrnimmt, die mit der Verwaltung und der Politik auf Bezirks- und Landesebene in Gespräche geht und direkte Forderungen stellt. Seien wir uns unserer Bedeutung, unseren Fähigkeiten und unseren Möglichkeiten bewusst, doch belassen wir es nicht dabei, ruhen wir uns nicht aus. Um unserer gestiegenen wirtschaftlichen Bedeutung für die Stadt zu entsprechen, wollen wir über eine bessere Vernetzung bestehender Mitglieder aber ebenso durch die Anwerbung neuer Mitglieder ein noch stärkeres Mandat zur Verwirklichung unserer Ziele erreichen. Dies können wir aber nur mit Ihrer Hilfe angehen! Wer sich in seinem jeweiligen Kiez dafür einsetzen möchte, mit seinen Kolleginnen und Kollegen ein After Work Netzwerk oder einen Stammtisch aufzubauen, oder einfach nur das Gespräch mit uns suchen möchte, ist herzlich eingeladen sich zu engagieren und sich bei uns zu melden. Wir als Ehrenamtliche und die Geschäftsstelle unterstützen Sie dabei. Darüber hinaus wäre es toll, wenn Sie uns bei einem einfachen und überschaubaren Vorhaben unterstützen würden. Geben Sie sich das Ziel, im Laufe von 12 Monaten ein, nur ein einziges neues Mitglied für den Verband zu werben. Wir alle werden es Ihnen danken und Sie erhalten dazu auch noch eine attraktive Prämie. Selbstverständlich bekommen Sie bei allen Fragen Hilfe von uns und von der Mitgliederbetreuung des DEHOGA Berlin. Denken Sie immer daran, nur gemeinsam sind wir stärker!



© DEHOGA Berlin

*Ihr*  
**Michael M. Näckel**  
*stellv. Vorsitzender Fachgruppe Gastronomie  
des DEHOGA Berlin*

# Einen Gedanken säen

Am 9. September trafen sich im Rahmen des vom Berliner Senat für Justiz, Verbraucherschutz und Antidiskriminierung geförderten Symposiums von *die Gemeinschaft e. V.* Akteur\*innen aus Landwirtschaft und Gastronomie zur Vernetzung und zum Wissensaustausch auf Gut Kerkow. Die Gemeinschaft e. V. ist ein Zusammenschluss von handwerklich arbeitenden Lebensmittelproduzent\*innen, Köch\*innen und Gastronom\*innen aus Berlin und Umland. Sie richtet sich an alle Interessierten, unabhängig von der Größe und der konzeptionellen Ausrichtung der Betriebe. Ziel des Netzwerkes ist, neben einem stabilen Ausbau der Beziehung von Landwirtschaft und Gastronomie sowie von Stadt und Land, die Förderung von Esskultur und die kritische Auseinandersetzung mit aktuellen und zukünftigen Fragestellungen. Während des eintägigen Symposiums gab es Zeit und Raum, um zu diskutieren und weiterzuentwickeln. 70 Landwirt\*innen und Produzent\*innen, 50 Gastronom\*innen und nochmal genauso viele Student\*innen bzw. Auszubildende trafen sich zum Austausch und zur Weiterbildung.

In insgesamt **16 Workshops** wurden diese und weitere Themen mit Experten wie Ingmar Jaschock, Food-Kompanions und Patrick Wodni gemeinsam von den Teilnehmer\*innen erarbeitet. Eingerahmt werden die Workshops von Podiumsdiskussionen und einer Keynote von Jack Algieri, dem verantwortlichen Landwirt von Blue Hill. Die Farm nördlich von New York leistet gemeinsam mit dem dort ansässigen Restaurant Stone Barns (gegründet von Dan Barber) Pionierarbeit in der Zusammenarbeit von Landwirtschaft und Gastronomie. Ein abschließendes gemeinsames Abendessen bot den Teilnehmer\*innen die Möglichkeit zur weiteren Vernetzung und zu einem kollaborativen Austausch.

 [www.die-gemeinschaft.net](http://www.die-gemeinschaft.net)



## DAS SYMPOSIUM FÜR EINE NEUE ESSKULTUR



- Welche neuen Konzepte sind heute für eine Kochausbildung denkbar?
- Wie gestaltet sich regenerative Landwirtschaft konkret?
- Welche Verbesserung in der Wertschöpfungskette sind für Landwirt\*innen und Gastronom\*innen denkbar?
- Wie werden Qualität und Geschmack auf dem Feld erzeugt?
- Wie funktioniert nachhaltige Gemeinschaftsgastronomie?
- Wie kann und muss ich als Landwirt\*in oder Köch\*in die digitalen Kanäle für meinen Betrieb nutzen und was ist erfolgreiches Storytelling?



© Caroline Prange

# Mauerfall und Wiedervereinigung

Schlüssel zu 30 Jahren erfolgreicher touristischer Entwicklung

**A**uch nach drei Jahrzehnten sehen wir ein außerordentlich hohes Interesse an den Themen Mauerfall und Wiedervereinigung im Ausland. 2009 und 2014 haben wir mit aufmerksamkeitsstarken Kampagnen die Wiedervereinigung als größten Gewinn für den Deutschlandtourismus kommuniziert. In diesem Jahr setzen wir verstärkt auf digitale Kommunikation wie Instagram-Stories und Social Media-Marketing. Die Kampagne erzählt über das historische Momentum hinaus die Erfolgsstory des Incoming-Tourismus in drei Jahrzehnten und bietet Reiseinspirationen für das attraktive touristische Angebot unseres Landes.



*Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der Deutschen Zentrale für Tourismus*

## Eine runde Erfolgsgeschichte

Kurz nach der Wende (eine gemeinsame Statistik gibt es seit 1993) wurden in der alten Bundesrepublik etwas über 31 Millionen internationale Übernachtungen gezählt, in der ehemaligen DDR 3,4 Millionen.

Zwischen 1993 und 2018 hat sich die Zahl der internationalen Übernachtungen in ganz Deutschland von 34,7 Millionen auf 87,7 Millionen weit mehr als verdoppelt. 2018 erzielte der deutsche Incoming-Tourismus zugleich das neunte Rekordergebnis in Folge.

Vor allem in der Entwicklung von Gastronomie und Hotellerie engagierten sich nationale und internationale Hotelgesellschaften sowie viele unabhängige Geschäftsleute. Neben den erheblichen finanziellen Investitionen ist vor allem das persönliche Engagement von mittelständischen oft familiengeführten Unternehmen hervorzuheben. In über 20.000 Hotels stehen heute rund 800 000 Zimmer mit fast 1,5 Millionen Gästebetten zur Verfügung, mehr als 300 Sterne-Restaurants in allen Regionen des Landes dokumentieren die Leistungsfähigkeit der deutschen Spitzgastronomie. Internationale Gäste können in allen Regionen Deutschlands einen hohen Servicestandard und eine große Angebotsvielfalt im internationalen Wettbewerb erwarten. In Ost und West bietet das Reiseland Deutschland eine breite Angebotspalette sowohl für preisbewusste Touristen als auch für Reisende mit höchsten Serviceansprüchen.

## Stetig wachsendes Angebot

Zum neuen Reiseland Deutschland zählen einmalige Sehenswürdigkeiten von historischer und kultureller Bedeutung, die in den Jahren nach der Wiedervereinigung aufwändig restauriert wurden und heute attraktive Ziele für die internationalen Touristen sind. Bis 1989 konnten acht Orte in der alten Bundesrepublik mit dem Titel UNESCO-Welterbestätte werben. Seitdem ist die Zahl der deutschen Welterbestätten auf 46 gestiegen. 14 dieser bedeutenden Zeugnisse der Menschheits- und Kulturgeschichte sind in den neuen Bundesländern verortet. Einer der Leuchttürme darunter ist die Wartburg in Eisenach.

Aktivurlauber schätzen 200.000 Kilometer ausgeschilderte Wan-

derwege und 70.000 Kilometer Radfernwege sowie ein vielfältiges Angebot für naturnahen Urlaub in den Mittelgebirgsregionen.

Seit 1970 werden besonders schützenswerte Naturräume in Deutschland als Nationalparks ausgewiesen. Seit der deutschen Wiedervereinigung stieg deren Zahl von vier auf 16. Davon liegen sieben ganz oder teilweise auf dem Territorium der neuen Bundesländer.

## Eine Kampagne für das ganze wiedervereinigte Deutschland

Das ganze Spektrum touristischer Entwicklung aus 30 Jahren Deutscher Einheit darzustellen, ist Kern unserer weltweiten DZT-Kampagne „Reiseland Deutschland – 30 Jahre nach dem Mauerfall“ mit Premiumpartner HanseMercur. Dabei setzen wir auf eine breite Zusammenarbeit mit den Akteuren im Deutschlandtourismus. Die Kampagne bietet Partnern aus allen 16 Bundesländern – darunter viele kleinere und mittelständische Unternehmen – eine Plattform, um touristische Produkte und Entwicklungen in einem aufmerksamkeitsstarken Umfeld der internationalen Öffentlichkeit zu präsentieren.

20 Influencer aus elf bedeutenden Quellmärkten für den deutschen Incoming-Tourismus reisen seit Juli mit Unterstützung der Kooperationspartner auf verschiedenen Touren durch ganz Deutschland und dokumentieren



ihre Eindrücke. Der dadurch erzielte „Content“ aus allen 16 Bundesländern wird mit den Hashtags der DZT #Germany30reunified sowie des Premiumpartners HanseMerkur #HanseMerkur und #HandinHand auf dem Instagram-Kanal der DZT, weiteren Social Media-Plattformen, der Website [www.germany.travel](http://www.germany.travel) sowie auf den Influencer-eigenen Accounts und in Blogs veröffentlicht.

Bestandteil der Kampagne ist zudem die Ansprache klassischer Medien. Drei internationale Gruppen mit Top-Journalisten aus 23 Ländern gingen im September auf Entdeckungstouren durch die neuen Bundesländer nach Berlin. Gemeinsames Ziel der Entdeckertouren war ein internationales PR-Event in Berlin. Im Mittelpunkt der Veranstaltung in der Akademie Lounge am Potsdamer Platz standen eine Gesprächsrunde mit ausgewählten Zeitzeugen zum Mauerfall, die ihre persönlichen Erlebnisse rund um das historische Ereignis vor 30 Jahren präsentierten ebenso wie die Erfolgsgeschichte des wiedervereinigten Reiselandes Deutschland mit seinen unzähligen touristischen Attraktionen, die in den letzten 30 Jahren entstanden sind.

Darüber hinaus setzt die DZT ihre erfolgreiche Medienpartnerschaft mit CNN International Commercial (CNNIC) fort. In der vierteiligen Great Big Story-Videoserie „Gute Reise“ erleben Zuschauer eine einzigartige Tour zu Reisezielen in Deutschland, die sich in den vergangenen Jahrzehnten zu echten Highlights entwickelt haben. Die einzelnen Videos werden im Laufe der nächsten Monate auf den unterschiedlichen Online-Kanälen und Social Media-Accounts von Great Big Story zur Verfügung gestellt.

## Zukunft gestalten

Die Botschaft der historischen Ereignisse von 1989 lässt sich für uns in einem Satz zusammenfassen: Mauerfall und Wiedervereinigung waren ein Glücksfall für den deutschen Incoming-Tourismus. Das Zusammenspiel der Akteure im Deutschlandtourismus hat aus diesem Glücksfall eine Erfolgsgeschichte geformt.

Trotzdem bleiben auch für die kommenden Jahre Herausforderungen – insbesondere für Gastronomie und Hotellerie. Schon heute sehen viele Akteure einen Fachkräftemangel, der sich einerseits durch die demografische Entwicklung verstärkt und andererseits durch ein Wachstum der touristischen Nachfrage noch drängender wird. Unter Federführung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie wirbt eine Kommunikationsoffensive um qualifizierten beruflichen Nachwuchs. Unter dem Hashtag #richtiggemacht werden junge Menschen in den sozialen Netzwerken Facebook, Instagram und Youtube gezielt mit Informationen über touristische Berufsausbildungen versorgt – ein Beispiel für innovatives Personalrecruiting.

Eine weitere Aufgabe aus der Sicht des Incoming-Tourismus ist die Entzerrung der Saisonzeiten in den Ferienzeiten durch eine gezielte Stärkung der Nebensaison, die eine gleichmäßigere Auslastung der Betriebe ermöglicht.

Ich bin zuversichtlich, dass wir mit unseren Kampagnen den Herausforderungen im Incoming-Tourismus im wiedervereinigten Deutschland weitere Impulse geben können.

Petra Hedorfer

Europaweites Netzwerk

# GoEurope

Die Senatsverwaltung für Bildung, Jugend und Familie hat mit dem Arbeitsbereich GoEurope einen Mobilitätsdienstleister mit einem europaweiten Netzwerk an Partnern etabliert, um jährlich fast 800 Berliner Auszubildenden Lernaufenthalte – in der Regel Praktika – gerade auch in den Berufen der Hotellerie und Gastronomie zu ermöglichen. Die Angebote des Arbeitsbereichs GoEurope für Auszubildende in den Ausbildungsberufen der DEHOGA Berlin-Mitglieder sind über die Erasmus-Charta langfristig abgesichert. Dank der Erasmus+förderung können die Lernaufenthalte mit einem so kleinen Eigenbeitrag der Auszubildenden angeboten werden, dass finanzielle Hürden einer Teilnahme praktisch nicht existieren.

Nach unserer Erfahrung sind es insbesondere überdurchschnittlich motivierte Auszubildende, die die Chance auf ein Auslandspraktikum bereits während der Ausbildung als große Bereicherung und Highlight Ihrer Ausbildungszeit wahrnehmen. Die Azubis begeistern sich für die Chance, die italienische, französische oder spanische Küche vor Ort erste Hand kennenzulernen. Weiterhin begeistert sie die Chance auf interkulturellen Austausch und die Verbesserung der Fremdsprachenkompetenz.

Die Gewinnung geeigneter Auszubildende gestaltet sich in der Gastronomie und Hotellerie (wie in fast allen Branchen) von Jahr zu Jahr schwerer. Wie kann sich ein Ausbildungsbetrieb von der Konkurrenz absetzen? Immer mehr Betriebe werben aktiv mit der Chance auf einen Erasmus+geförderten Lernaufenthalt während der Ausbildung. Die Ausbildungsbetriebe berichten immer wieder, wie ihre Azubis an der Herausforderung Auslandspraktikum gewachsen sind – in einem fremden Umfeld, in einem anderen Betrieb, in dem in einer anderen Sprache gearbeitet wird, klar kommen. Der Auszubildende kommt mit einer gestärkten Selbständigkeit und gewachsenem Verantwortungsbewusstsein in seinen Berliner Ausbildungsbetrieb zurück.



*Nach unserer Erfahrung sind es insbesondere überdurchschnittlich motivierte Auszubildende, die die Chance auf ein Auslandspraktikum bereits während der Ausbildung als große Bereicherung und Highlight Ihrer Ausbildungszeit wahrnehmen*



Wenn Sie Ihren überdurchschnittlich motivierten Auszubildenden ein Highlight während der Ausbildung bieten möchten und damit auch die nächste Generation als Auszubildende für sich gewinnen wollen – kontaktieren Sie uns und wir entwerfen nach Ihren Wünschen ein maßgeschneidertes Angebot für Ihre Azubis. Die Durchführung und Organisation des Auslandspraktikums übernehmen dann wir, der Arbeitsbereich GoEurope.

Tel. 0178. 3598939

@ C.Schuppan@SenBJF-GoEurope.de

# Grün und noch günstiger

- Preisvorteil für Verbandsmitglieder
- 12 oder 24 Monate Vertragslaufzeit
- 100 % regenerativer Strom

Mehr Infos erhalten Sie beim DEHOGA Berlin und auf [vattenfall.de/verbaende-berlin](http://vattenfall.de/verbaende-berlin)



VATTENFALL 

## Beim Bezahlen bestens bedient

*Akzeptieren Sie bargeldlose  
Zahlungen – immer und überall*

- ☑ **Schnelle, sichere Zahlungsakzeptanz**
- ☑ **Kontaktlose Zahlungen möglich**
- ☑ **Flexibel einsetzbare Terminals**

Alle Terminals unterstützen digitale Zahlarten wie Google Pay und Alipay.  
Jetzt informieren und das passende Modell finden.

**Jetzt Angebot  
anfordern!**

[retail.sales@wirecard.com](mailto:retail.sales@wirecard.com)  
0800 1111 227

wirecard



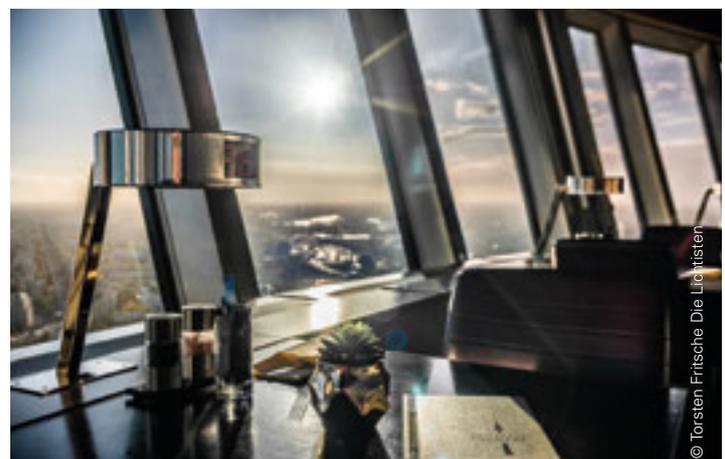
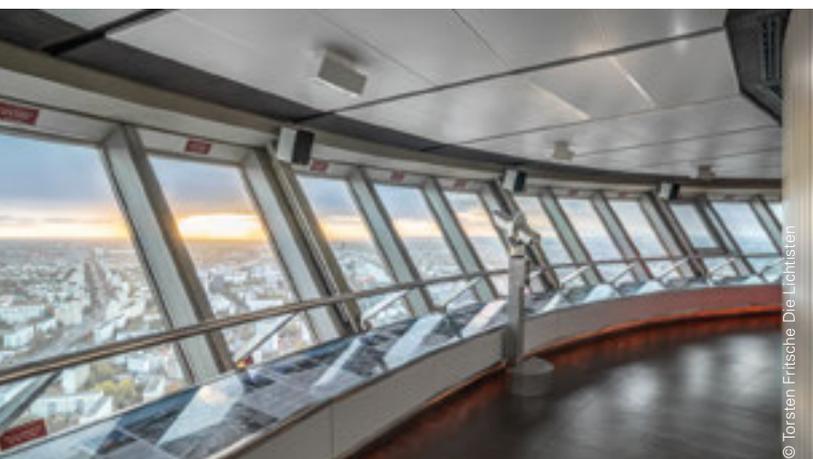
# 50 Jahre Berliner Fernsehturm

Ein Berliner Original feiert Geburtstag

Seit dem 3. Oktober 1969 prägt er die Silhouette Berlins wie kein anderes Gebäude. Er beeindruckt. Er gefällt. Er weckt Sehnsucht und Staunen. Er birgt viele Erinnerungen. Er ist Mittelpunkt und Orientierung. Kurz gesagt: Der Berliner Fernsehturm gehört zu den beliebtesten Sehenswürdigkeiten Berlins.

Das war auch am 3. Oktober 2019, 50 Jahre nach der feierlichen Eröffnung des Turms, wieder spürbar. Am Tag der Deutschen Einheit kamen Berliner und Besucher gleichermaßen zahlreich in den Turm, um mit dem Team des Berliner Fernsehturms den Geburtstag des weltweit bekannten Wahrzeichens zu feiern. Sie wurden dort vom beliebten Maskottchen Turmi begrüßt und fuhren dann, ausgestattet mit einer der an die Original-Tickets von 1969 angelehnten Eintrittskarte, auf die Aussichtsetage oder ins Drehrestaurant Sphere. Auf dem Weg zum höchsten Punkt Berlins gab es Geburtstagskuchen, Sekt und Eis für große und kleine Gäste und eine große Tombola, die im wahren Sinne des Wortes alle Besucher zu Gewinnern mach-

te. Durch die Aufnahmen des Berlin-Chronisten und Fotografen Thomas Billhardt konnten die Jubiläumsgäste auf Entdeckungsreise durch das historische Berlin gehen. Noch bis zum Ende des Jahres ist die Ausstellung des international anerkannten Fotografen mit Bildern vom Alexanderplatz und dem Fernsehturm aus den Jahren 1969 bis 2018 in der Rotunde des Turms zu sehen. Auf der Aussichtsetage hatten die Gäste dann die einmalige Chance, die Entstehung einer Radiosendung live mitzuerleben: Der Berliner Rundfunk feierte den Geburtstag des höchsten Berliners mit einer Sondersendung, Musik aus den vergangenen Jahrzehnten und spannenden Geschichten rund um den Turm, seiner Gäste und Mitarbeiter.



Aber wie kam es eigentlich zum Bau des Berliner Fernsehturms und wie sah er zur Eröffnung und in den Folgejahren aus? Aufmerksame Besucher fanden auf ihrem Weg zum höchsten Punkt Berlins eine Antwort auf diese Fragen. So waren historische TV-Aufnahmen von der Eröffnung auf den Bildschirmen zu sehen und eine Bildershow illustrierte den Wandel von Eingangshalle, Aussichtsetage und Restaurant als Zeitreise durch fünf Jahrzehnte. Gäste, die einen Blick in das neue Souvenirbuch zur Geschichte des Berliner Fernsehturms warfen, lernten noch mehr Details zur Entstehung des Bauwerks:

Bei der Europäischen Rundfunkkonferenz in Stockholm 1952, die für die Koordinierung der Frequenzwellen in Europa zuständig war, wurden der DDR nur zwei Fernsehfrequenzbereiche zugestanden. Für eine vollständige Abdeckung des Berliner Stadtgebietes wurde somit ein leistungsstarker Großsender mit höchstmöglichem Standort gebraucht. Deshalb entstand die Idee, ein Grundstück in den Berliner Müggelbergen zu bebauen, der höchsten Erhebung im Berliner Umland. Baustart war im Jahr 1954. Da der 130 m hohe Turm zu nahe an der Einflugschneise des Flughafens Schönefeld liegen würde, stoppte man den Bau zwei Jahre später.

1964 nahm das Projekt wieder Fahrt auf. Neben dem sachlichen Zweck der optimalen Rundfunkversorgung rückte die Rolle des Turms als neues Wahrzeichen immer mehr in den Vordergrund. Deshalb war auch ein zentraler Standort gefordert. Die neue geplante Höhe von 360 m stellte besondere Forderungen an den Untergrund. Dieser war am Alexanderplatz gegeben. Baubeginn des Berliner Fernsehturms war im Jahr 1965. Dabei wurden 7900 Kubikmeter Beton, 1650 Tonnen Rundstahl, 300 Tonnen Spannstahl und 1500 Tonnen Profilstahl verwendet. Die Turmkugel hat einen Durchmesser von 32 m, ein Volumen von rund 17000 Kubikmetern und wiegt 4800 Tonnen.



Heute befindet sich auf der Aussichtsetage in 203 m Höhe Berlins höchste Bar, auf 207 m das Drehrestaurant Sphere. Im Sphere wird den Gästen eine kulinarische Zeitreise durch die vergangenen 50 Jahre bis in die Zukunft geboten. Von der Kartoffelsuppe „Kaiser Wilhelm I. Art“ über Rinderconsommé bis hin

zum „Kalten Hund“ – traditionelle Küche trifft hier auf kulinarische Höhepunkte der Gegenwart.

Die feierliche Eröffnung des Berliner Fernsehturms fand am 3. Oktober 1969 mit geladenen Gästen statt. Für die Öffentlichkeit ist der Turm seit dem 7. Oktober 1969 zugänglich, dem Tag der Republik und dem 20. Jahrestag der DDR. Schon im Jahr 1972 hatten über 4 Millionen Menschen den Turm besichtigt; im Jahr 2019 wurde die 60 Millionen-Grenze geknackt. Mit rund 1,2 Millionen Besucher pro Jahr zählt der Berliner Fernsehturm heute zu einer der beliebtesten touristischen Attraktionen der Stadt.

[www.tv-turm.de](http://www.tv-turm.de)



# 25 Jahre Partner für Berlin

Auf dem Weg zur attraktiven Hauptstadt als Stadt der Baustellen, des Aufbruchs und der Chancen bekannt, entpuppte sich Berlin in den letzten 25 Jahren als Gründermetropole, gefragter Wirtschaftsstandort und einer der lebenswertesten Orte Europas.

Die Stadt ist wie keine andere in Deutschland, immer in Bewegung, geprägt durch Vielseitigkeit, Offenheit und Toleranz, verlässlich überraschend, bunt und voller Energie. Ein Produkt, wie es sich kein Vermarkter besser wünschen könnte. Partner für Berlin lässt Berlins Erfolgsgeschichten für sich sprechen – mal, indem wir die Scheinwerfer auf das Verborgene richten, mal indem wir das Offensichtliche öffentlichkeitswirksam inszenieren, oder indem wir die Berlinerinnen und Berliner auf die Bühne bitten, um ihre Geschichte zu erzählen.

Die Auszeichnung der Berliner Meisterköche richtet die Aufmerksamkeit 1997 dann auf das Offensichtliche, nämlich die kulinarischen Vorzüge der Hauptstadt. Weitere Highlights wie das erste Hoffest des Regierenden Bürgermeistermeisters 1999 und erste große Imagekampagnen folgen. Als Klaus Wowereit 2008 die Hauptstadt-Kampagne *be Berlin* ins Leben ruft, erhalten die Hauptstädter erstmals eine Hauptrolle im Hauptstadtmarketing und sind aufgefordert, ihre persönlichen Berliner Erfolgsgeschichten zu erzählen. Die Kampagne soll das „Wir“-Gefühl des wiedervereinigten Berlins weiter festigen.

2009 wird *be Berlin* daher unter dem Motto „the place to be“ international ausgerollt. Week-Formate wie die Berlin Fashion Week, die Berlin Web Week oder die Berlin Health Week verleihen Berlins Wachstumsbranchen darüber hinaus internationale Strahlkraft. Von 2015 bis 2017 geht Berlin auf Welttournee und lädt mit den Pop-up-Stores und später mit den Pop-up-Labs dazu ein, Berliner Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur, Musik, Gastronomie, Design, Tourismus und Sport interaktiv zu entdecken.

Hinter Partner für Berlin steht seit 1994 eine Public-private-Partnership, die einst mit 21 Gründungsmitgliedern gestartet ist. Was im Vorfeld seinen Ursprung in einer ge-

scheiterten Bewerbung Berlins für die Olympischen Spiele 2000 hatte, ist als erfolgreiches Zusammenspiel von Wirtschaft, Wissenschaft und Politik bis heute erfolgreich. Das deutschlandweit einzigartige Modell ist inzwischen zu einer starken Gemeinschaft aus über 280 Partnern gewachsen: dem Berlin-Partner-Netzwerk. Berliner Traditionsunternehmen, Startups, Mittelständler wie Wissenschaftseinrichtungen setzen sich gemeinsam für eine starke Wirtschaft in der Hauptstadt ein und gestalten das Image Berlins aktiv mit. Hand in Hand mit dem Land Berlin ist es Partner für Berlin mit diesem einzigartigen Modell gelungen, den Standort Berlin in Deutschland und der Welt erfolgreich zu vermarkten.

Ebenso ist die Beliebtheit der Hauptstadt bei Gründern, Investoren und Talenten ungebrochen und spiegelt so den Erfolg der Wirtschaftsförderer – aus allen Bereichen. So zum Beispiel mit der Industriekampagne #BERLINPRODUZIERT, die 2018 startete: Zusammen mit 25 in Berlin ansässigen, produzierenden und forschenden Unternehmen und Berlin-Partnern stellt die Kampagne seitdem die hohe Innovationskraft der Berliner Industrie heraus. Highlights der Kampagne sind die Gestaltung der Schaufenster des KaDeWe 2018 sowie der Auftritt auf der Hannover Messe in diesem Jahr. Und Berlin entwickelt sich auch nach 25 Jahren Partner für Berlin unentwegt weiter. So hat sich die Senatskanzlei auf die Suche nach der „Berliner DNA“ gemacht. Insgesamt wurden über 2500 Menschen aus Berlin, Deutschland und anderen Ländern zur deutschen Hauptstadt befragt. Die Quintessenz: Berlin bleibt anders. Berlin ist mutig, zukunftsfröhlich, solidarisch, offen, frei und ehrlich. Im Mittelpunkt steht neben der Freiheit auch das Gemeinschaftliche.



(v. l. n. r.) Carsten Jung, Aufsichtsratsvorsitzender von Partner für Berlin, Wirtschaftssenatorin Ramona Pop, Dr. Stefan Franzke, Geschäftsführer von Partner für Berlin, Cedrik Neike Vorstandsmitglied Siemens AG



# WAS KÖNNEN WIR FÜR SIE TUN?

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

Unser Komplettservice umfasst:

### Leasingsystem

Unsere textile Vollversorgung nach Ihren individuellen Wünschen.

### Hoteleigene Wäsche

Wir waschen Ihre Wäsche schonend nach höchsten Qualitätsstandards.

### Mitarbeitergarderobe

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

### Gästewäsche

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

### Mietwäsche

Nutzen Sie unser Wäschelager zur flexiblen Überbrückung kurzfristigen Bedarfs.

### Textilhandel

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

**... und noch vieles mehr!**

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

Tel.: +49 (0)30 3116290 – 20 | Fax: +49 (0)30 3116290 – 30

[www.fliegel-textilservice.de](http://www.fliegel-textilservice.de) | [info@fliegel-textilservice.de](mailto:info@fliegel-textilservice.de)



# NiG – Neu im Gastgewerbe



© hospitality\_76643102\_M

## Sprachlich-berufliche Qualifikation und Orientierung für junge Geflüchtete

Das Pilotprojekt beinhaltet wöchentlich einen zweitägigen berufsbezogenen Sprachkurs am OSZ Gastgewerbe, ein zweitägiges Praxistraining unter Fachanleitung in Küche, Service oder Hauswirtschaft der kiezküchen Betriebe sowie einen eintägigen Grundbildungskurs zur Vermittlung von Basiskompetenzen und dem Kennenlernen des gesellschaftlichen Zusammenlebens in Deutschland.

Das Projekt wird aus Mitteln der Berliner Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales finanziert und umfasst die drei skizzierten Komponenten der Wissensvermittlung, mit Hilfe derer die Geflüchteten optimal auf die Anforderungen des Berufsschulunterrichts sowie die kommunikativen und praxisbezogenen Bedarfe in den Unternehmen vorbereitet werden.



© Koch\_Quark\_stocksy

Das OSZ Gastgewerbe Brillat Savarin hat festgestellt, dass sich eine große Anzahl junger Geflüchteter in einer Ausbildung in Berliner Unternehmen des Gastgewerbes befinden, deren Deutschkenntnisse und grundlegende Bildung nicht ausreichen, um den Anforderungen einer dualen Berufsausbildung gerecht zu werden. Die Folgen dieser Situation zeichnen sich ab durch eine hohe Abbruchquote in den Betrieben. Hinzu kommt, dass viele Geflüchtete, die mittelfristig noch nicht über die notwendigen Grundlagen für die Aufnahme einer Ausbildung verfügen, keine passende Plattform finden, um sich sowohl sprachlich als auch praxisorientiert ausprobieren und integrieren zu können.

Diesem Umstand entsprechend wurde von der kiezküchen gmbh in Kooperation mit dem OSZ Gastgewerbe das Projekt NiG – Neu im Gastgewerbe ins Leben gerufen, das ein Angebot zur Integration, Förderung und Unterstützung bietet. Ziele sind die Sicherstellung von sprachlichen und praxisbezogenen Grundlagen für eine Ausbildung im Gastgewerbe sowie die Prävention von Ausbildungsabbrüchen.

Wenn Sie junge Leute kennen, für die diese Unterstützung in Frage kommt, sprechen Sie uns gerne an:

kiezküchen gmbh

Cindy Shirin Spieker, Tel. 01590. 4235065

cspieker@bildungsmarkt.de

www.kiezkuechen-catering.de

www.bildungsmarkt.de

**WIR  
FREUEN  
UNS AUF  
EUCH!**

**Und sehen uns  
auf der Bühne  
wieder ab:**



**GUTES WEDDING  
SCHLECHTES WEDDING**

Prime Time Theater  
Müllerstraße 163  
Eingang Burgdörfstraße  
13353 Berlin-Wedding  
S-Bahn/U-Bahn WEDDING  
Telefon 030 49 90 79 58

Karten online unter  
[primetimetheater.de](http://primetimetheater.de)  
karten@primetimetheater.de  
f primetimetheater  
@ primetimetheater

**prime  
time  
theater**

**OKTOBER** Spieltermine

**PREMIERE!  
25.10.**

**GWSW-Special –  
Allet nur Theater**

26. - 27.10. GWSW-Special  
30. - 31.10. GWSW-Special

**NOVEMBER** Spieltermine

01. - 03.11. GWSW-Special

**PREMIERE!**

**08.11. GWSW-FOLGE 124 –  
Lauf, die Prenzlischer kommen!**

09. - 10.11. GWSW-Folge 124  
13. - 17.11. GWSW-Folge 124  
20. - 24.11. GWSW-Folge 124  
27. - 30.11. GWSW-Folge 124

**DEZEMBER** Spieltermine

01.12. GWSW-Special

04. - 08.12. GWSW-Special

11. - 15.12. GWSW-Folge 124

18. - 22.12. GWSW-Folge 124

27. - 29.12. HAMLET

– Problemprinz ausm Wedding

Ein Betrieb der RAZ Kultur gGmbH

**DEIN COFFEESHOP MIT COWORKING IN TEGEL**



**FRÜHSTÜCK, LUNCH  
UND KUCHEN!**



**DEIN COWORKING IN  
TEGEL! #FREEWLAN**



**FINDE DEINEN  
#LIEBLINGSKAFFEE!**



**MITTWOCHS AB 12 UHR:  
DIE NEUE RAZ IST DA!**



**BERLINER KAFFEERÖSTEREI  
#LIEBLINGSBOHNEN**



**NIMM DIR ZEIT FÜR DEINE  
#LIEBLINGSMENSCHEN**



**GENIESSE DEN TAG,  
GENIESSE DEN AUGENBLICK!**



f FACEBOOK/RAZCAFE.TEGEL  
@ INSTAGRAM/RAZCAFE.TEGEL



**WIR SIND GERN  
FÜR DICH DA!**



**DEINE PAUSE VOM ALLTAG  
#ZEITFÜRJETZT**

**RAZ Café · Am Borsigturm 15 · 13507 Berlin-Tegel · Telefon (030) 43 777 82-28 · E-Mail: [info@raz-cafe.de](mailto:info@raz-cafe.de)**

Öffnungszeiten: **Montag-Freitag 8.00–18.00 Uhr** · Samstag, Sonntag & an Feiertagen geschlossen

Danke an das Team vom Prime Time Theater.

Fotos: Janina Heppner

# Wie war der Sommer 2019 in Berlin?

## Eine Zwischenbilanz aus Hotelperspektive

Die Freude am Sommer und der Ferienzeit ist in der Hotelbranche schon immer zweigeteilt. In den beliebten Urlaubsregionen Deutschlands herrscht vermehrt Hochbetrieb mit nachfragegestützten Zimmerpreisen, wohingegen in den Wirtschaftsmetropolen und bedeutenden Messestandorten des Landes die größte Herausforderung ist, einen Ersatz für die saisonbedingt ausbleibende Businessnachfrage zu generieren.

Etwas anders verhält es sich in Berlin. Die Lücke, die die geringere Businessnachfrage im Sommer entstehen lässt, füllen in der Regel ausländische Touristen gemeinsam mit inländischen Städtereisenden. Und da die Reisefreudigkeit in vielen Ländern wächst – man denke nur an China und Indien – wuchs in der Berliner Hotellerie die Belegungsrate trotz steigendem Zimmerangebot in der Vergangenheit recht zuverlässig. Nicht so in diesem Sommer. Zwar gelang es Berlin erneut im Juli und August die höchste Belegungsrate im Ranking der A-Destinationen zu erreichen, das Wachstum im Vorjahresvergleich blieb jedoch aus – alle Kennzahlen zeigen sich in einem tiefen Rot.

Der Vergleich Juli und August 2019 mit den entsprechenden Vorjahresmonaten zeigt ein Minus von 1,2%. Wie die Tabelle zeigt, ist durch die negative Bilanz des Sommers das durchaus komfortable Wachstumspolster beim ADR sowie beim durchschnittlichen Erlös pro vermieteten Zimmer aus dem 1. Halbjahr 2019 mehr als halbiert. Auffällig ist auch, dass die sonst so recht robusten 3-Sterne-Hotels in den Sommermonaten eine deutliche Rückwärtsbewegung bei Occupancy, ADR und RevPar aufzeigen.



### Quo vadis?

Die Frage, die sich aufdrängt: Hat der Sommer nun eine Trendwende eingeläutet oder pausierte das Wachstum nur in den beiden Sommermonaten? In die Glaskugel kann natürlich keiner schauen. Die großen Herausforderungen wie Brexit, Handelskonflikt und Klimawandel etc. stehen weiterhin auf dem Zettel. Neu ist die Insolvenz von Thomas Cook, das wirkliche Schadensausmaß ist hier noch unbekannt. Das Fairmas Trendbarometer vom September – es fragt monatlich die Erwartungen der am Hotelbenchmarking teilnehmenden Hotels ab – korrigiert die Belegungsrate für den Oktober sowie den durchschnittlichen Zimmerpreis für den November leicht nach oben. Dennoch rechnet zurzeit kein Branchenteilnehmer mit Wachstum im RevPar für die verbleibenden Monate des Jahres 2019.

	Kategorie	2019			2018			Wachstumsraten vs. 2018		
		Occ %	ADR €	RevPar €	Occ %	ADR €	RevPar €	Occ %	ADR €	RevPar €
1. Halbjahr	Berlin	78,3%	99,3	77,8	76,1%	73,5	73,5	2,9%	2,8%	5,9%
(Januar bis Juni)	Berlin 3*	83,5%	75,3	62,9	82,1%	59,7	59,7	1,7%	3,4%	5,4%
	Berlin 4*	77,6%	93,3	72,4	75,0%	67,4	67,4	3,5%	3,8%	7,4%
	Berlin 5*	75,9%	169,3	128,5	73,7%	121,5	121,5	3,0%	2,7%	5,8%
Juli & August	Berlin	83,7%	85,7	71,7	84,7%	75,9	75,9	-1,2%	-4,4%	-5,5%
	Berlin 3*	88,2%	69,8	61,5	90,4%	64,5	64,5	-2,4%	-2,2%	-4,7%
	Berlin 4*	83,2%	80,4	66,9	84,0%	69,5	69,5	-1,0%	-2,9%	-3,7%
	Berlin 5*	80,5%	141	113,5	80,9%	120,9	120,9	-0,5%	-5,7%	-6,1%
Januar bis August	Berlin	79,7%	95,6	76,2	78,3%	74,1	74,1	1,8%	1,1%	2,8%
	Berlin 3*	84,7%	73,8	62,6	84,2%	61,0	61,0	0,6%	1,9%	2,6%
	Berlin 4*	79,1%	89,8	71,0	77,3%	68,0	68,0	2,3%	2,2%	4,4%
	Berlin 5*	77,0%	161,8	124,7	75,5%	121,4	121,4	2,0%	0,7%	2,7%

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

**i** [www.dehoga-berlin.de/brancheninfos/daten-fakten/fairmas-cityreport/](http://www.dehoga-berlin.de/brancheninfos/daten-fakten/fairmas-cityreport/)

**i** Fairmas GmbH, Sachsendamm 2, 10829 Berlin, Tel: 030. 322940520, Fax: 030. 322940521  [office@fairmas.com](mailto:office@fairmas.com)  [www.fairmas.com](http://www.fairmas.com)

# Berlin und New York City unterzeichnen erstmals Tourismus-Partnerschaft

NYC & Company und visitBerlin  
starten Erfahrungsaustausch  
zum Destinationsmanagement

visitBerlin und „NYC & Company“, die offizielle Tourismusorganisation der Stadt New York, haben in Manhattan ihre erste Tourismuskoooperation unterzeichnet. Ziel der neuen Städtepartnerschaft ist der Erfahrungsaustausch im Bereich Destinationsmanagement für eine nachhaltige Tourismusentwicklung. Dazu gehören unter anderem Strategien zur Beratung und Vermarktung der Bezirke.

„Wir freuen uns, die erste touristische Kooperationsvereinbarung zwischen Berlin und New York City zu unterzeichnen. Beide Städte sind Top-Destinationen und Schaufenster für ihr Land“, sagt Burkhard Kieker, Geschäftsführer von visitBerlin.

Fred Dixon, Präsident und CEO von NYC & Company ergänzt: „New York City und Berlin sind Weltklasse-Des-

tinationen, die viel gemeinsam haben und ihren außergewöhnlichen Reiz ausüben. Wir freuen uns, der Partnerschaft mit unseren Freunden von visitBerlin nach vielen Jahren des Dialogs und der informellen Zusammenarbeit jetzt einen formalen Rahmen zu geben.“

Neben dem Erfahrungsaustausch werden visitBerlin und NYC & Company darüber hinaus mit dem renommierten südkalifornischen „ArtCenter College of Design“ zusammenarbeiten. Die US-amerikanische Privatuniversität gehört zu den führenden Designschulen der USA. Im Rahmen eines innovativen TestLab-Projekts besucht 2020 ein Team internationaler Studierender Berlin und New York. Während ihres Aufenthaltes entwickeln sie Ideen, um Herausforderungen und Chancen wachsender Metropolen mit kreativen Lösungsansätzen zu begleiten.

Dazu Burkhard Kieker: „Mit den Studierenden wollen wir durch TestLab Erfahrungen austauschen, voneinander lernen und intensiv Ideen ‚Out-of-the-Box‘ entwickeln, von denen Besucher und Anwohner gleichermaßen profitieren.“

Weitere Informationen unter

 [about.visitBerlin.de](https://www.about.visitBerlin.de)





# für FLORIS Catering

Für Kerstin und Floris Vlasman hat Umweltschutz und Nachhaltigkeit eine große Bedeutung.

## Ihr Unternehmen wurde mit dem DEHOGA Umweltcheck Gold ausgezeichnet. Was hat Sie dazu bewogen, am Zertifizierungsverfahren teilzunehmen?

Als erster Green Caterer Deutschlands mit einer 100 % klimaneutralen Energiebilanz in Produktion, Administration wie Transport ist das Thema Nachhaltigkeit in allen Aspekten wichtig für uns. Der Umweltcheck des DEHOGA Berlin hat FLORIS Catering die Möglichkeit eröffnet Teilbereiche der beabsichtigten Auditierung zum Sustainable Partner des Landes Berlin vorab zu erfüllen. So konnten wir in einem ersten Schritt mit der Verschriftlichung diverser Kriterien den Prozess beginnen. Der Weg und Prozessverlauf bis zu den Zertifizierungen kostet viel Zeit. Dafür fehlt KMU's häufig das notwendige Personal oder auch monetäre Mittel. Als Mitglied des DEHOGA Berlin bietet der Verband eine kostenfreundliche Variante der Zertifizierung mit einem übersichtlichem Kriterienkatalog.

## Wie aufwendig war der Zertifizierungsprozess?

Ohne Fleiß kein Preis! Um den Anspruch Gold zu erreichen bedarf es mehr Aufwendung. Im Vergleich zu Zertifizierungen wie EMAF, darf man jedoch getrost behaupten – der Aufwand des Umweltcheck hält sich absolut in Grenzen und lag jederzeit bei Fragen durch kompetente Gesprächspartner seitens der DEHOGA in guten Händen.

## Sie sind das erste Cateringunternehmen in Berlin, welches diese Auszeichnung erhalten hat – herzlichen Glückwunsch noch mal an dieser Stelle. Welche Bedeutung hat diese Auszeichnung für Sie und was werden Sie daraus machen?

FLORIS hat sich mit dem gesamten Team sehr über das „Gold“ gefreut. Die Zertifizierung verstehen wir auch als besondere Auszeichnung und werden es ebenso als Marketingtool nutzen. Dies ermöglicht uns Zugang zu neuen Geschäftsbereichen im Bereich des CSR. Darüber hinaus ist es ein Ansporn für das gesamte Team weiter motiviert am Thema zu bleiben und die Welt nachhaltiger zu gestalten.



(v. l.) Christian Andresen (Präsident DEHOGA Berlin), Ingrid Hartges (Hauptgeschäftsführerin DEHOGA Bundesverband), Kerstin und Floris Vlasman (FLORIS Catering)

© Sabeth Streckforth

*In der Funktion als Unternehmer steht für mich Nachhaltigkeit für Zukunftsfähigkeit und Lebensqualität. Eine verpflichtende Verantwortung zu übernehmen ist erstrebenswert auch im Hinblick auf die Zukunft unserer Kinder.*

## Wenn Sie einen Wunsch in Bezug auf Umwelt und Nachhaltigkeit für die Branche hätten, welcher wäre das?

Mein Wunsch ist aktuell für die gesamte Branche, ein großes umfassendes Gastro-Pilotprojekt mit dem Land Berlin zum Thema „Kompostieranlagen“ zu starten.

## Welche Tipps würden Sie einem Unternehmen geben, das sich auf den Weg für mehr Nachhaltigkeit machen möchte?

Da wäre zum einen fangen Sie an, am besten noch heute. Halten Sie durch und lassen Sie sich nicht vom Weg abbringen. Und nicht zu vergessen, der Weg hat kein Ende. Es handelt sich um einen andauernden Prozess. Schritt für Schritt ist die Devise. Alles was Sie tun, muss immer wirtschaftlich bleiben.

## Herzlichen Dank, dass Sie sich Zeit für das Interview genommen haben.

FLORIS steht seit 1994 für exklusives Event Catering im Corporate- und Privatkundenbereich. Ob eine Privatparty ab 50 Personen oder ein Großevent für 3.500 Gäste. Speisen in exquisiter Qualität sowie ein exzellenter Service sind garantiert.

Weitere Informationen finden Sie unter: [www.floris-catering.de/event-catering-corporate-private-location](http://www.floris-catering.de/event-catering-corporate-private-location)

## Die JURY

# BERLINER MEISTERKÖCHE

Die 10 Mitglieder der unabhängigen Berliner Meisterköche-Jury um den Vorsitzenden Dr. Stefan Elfenbein haben die Preisträger gewählt. Der „Berliner Meisterkoch 2019“ ist Björn Swanson aus dem Restaurant „GOLVET“. Der Titel „Aufsteigerin des Jahres 2019“ geht an Sophia Rudolph vom Restaurant „Panama“. In der Kategorie „Berliner Gastgeber 2019“ ist die Wahl der Jury auf Mathias Brandweiner aus dem Restaurant „POTS“ gefallen. Das „Berliner SzenereRestaurant 2019“ ist in diesem Jahr die „FREA“. Der „Berliner Kiezmeister 2019“ ist das Domberger Brot-Werk aus Moabit. Bernhard Moser, Initiator des eat! berlin DAS FEINSCHMECKERFESTIVAL, ist „Gastronomischer Innovator 2019“.



Die offizielle Ehrung der diesjährigen Preisträger und die Übergabe der Auszeichnungen in Form eines handbemalten Tellers der Königlichen Porzellan-Manufaktur Berlin sowie einer personalisierten Magnumflasche Pommery Brut Royal findet im Rahmen des festlichen Gala-Diners am 23. November 2019 in den BOLLE Festsälen in Moabit statt.

(v. l. n. r.) Florian Domberger (Berliner Kiezmeister 2019), Björn Swanson (Berliner Meisterkoch 2019), Lill Sommer, in Vertretung für Sophia Rudolph (Aufsteigerin des Jahres 2019), Mathias Brandweiner (Berliner Gastgeber 2019), David Johannes Suchy und Jasmin Martin (Berliner SzenereRestaurant 2019), Bernhard Moser, (Gastronomischer Innovator 2019)

[www.berliner-meisterkoeche.de](http://www.berliner-meisterkoeche.de)

# Erfolgreich werben

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



## RAZ Verlag

EINFACH MEHR DAVON

RAZ Verlag GmbH  
Am Borsigturm 13 · 13507 Berlin  
Tel.: (030) 43 777 82 - 0  
Fax (030) 43 777 82 - 22  
E-Mail: info@raz-verlag.de

Jetzt Mediadaten anfordern!



# Im Labyrinth der Ausbildungsbegrifflichkeiten

Prüfungsvorbereitung, Zusatzqualifikationen, Verbundausbildung & Co.



Ebenso lernte die angehende Personaldienstleistungskauffrau Dalana Seidl einen wichtigen Inhalt ihrer Ausbildung außerhalb der gewohnten Hotelumgebung kennen: die Personalvermittlung. Dies ist in der regulären Arbeit in einer Personalabteilung nicht vorgesehen. Daher werden spezialisierte Partnerunternehmen für diese Ausbildungsinhalte benötigt. Für das Abion Hotel konnte die Randstad Deutschland GmbH & Co. KG gewonnen werden. Die Personalmanagerin im Abion Rabia Valtin setzt beim Recruiting und bei der Ausbildung auf Vielfalt –

Im bunten Wörterdschungel der dualen Berufsausbildung hören Personalverantwortliche und Ausbilder so allerhand. Doch oftmals ist nicht die Zeit, sich mit den Hintergründen dieser Begrifflichkeiten auseinanderzusetzen. Damit bleiben Potenziale für frühzeitige Förderung und Bindung zukünftiger Mitarbeiter\*innen unausgeschöpft und neue Fachkräfte auf der Strecke.

Seit nunmehr fünf Jahren unterstützt die Verbundberatung Berlin Unternehmen bei der Planung und Durchführung von Verbundausbildung sowie in der Beantragung von Berliner Fördermitteln. Ein bekannter Partner, der dieses Engagement zu schätzen weiß, ist die Abion Hotel Verwaltungs GmbH & Co. Betriebs KG. Der ausgezeichnete Ausbildungsbetrieb nutzt das Modell der Verbundausbildung für die Ausbildung von eigenen und zukünftigen Fachkräften anderer Unternehmen. So bot das 4-Sterne Haus bereits mehreren Auszubildenden aus anderen Hotels die Möglichkeit, in den Abteilungen Service und Küche fehlende Ausbildungsinhalte zu erlernen. Auszubildende des Abion Hotels, die von der Verbundausbildung profitieren können, sind beispielsweise im Veranstaltungsbereich zu finden. So erwerben die angehenden Veranstaltungskaufleute wesentliche Kompetenzen der Veranstaltungstechnik bei Partnerunternehmen.

so wie die Berliner Hotellerie eben ist. Selbstverständlich bietet Frau Valtin ihren Auszubildenden auch die Prüfungsvorbereitung an, damit sie wie viele andere Hotel- und Gastroauszubildende mit guten Zeugnissen in den Beruf starten können. Der DEHOGA Berlin und die Verbundberatung Berlin unterstützen gemeinsam die Unternehmen der Hotellerie und Gastroszene in diesem Bereich. Dabei ist das Angebot der Prüfungsvorbereitung des Dehoga Berlin für dessen Mitglieder nicht neu. Was jedoch nur wenige wissen: die Vorbereitungen auf die praktische Abschlussprüfung wird ebenfalls über Mittel der Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales gefördert. Aus einem speziellen Budget für die Förderung der Berufsausbildung im Land Berlin (FBB) können bis zu 400 Euro finanzielle Unterstützung dafür beantragt werden. Außerdem stehen weitere Fördermöglichkeiten mit bis zu 10.000 Euro für die Ausbildung von Benachteiligten, über Alleinerziehende bis hin zu Geflüchteten zur Verfügung.

Besonders können Unternehmen in einer Stadt wie Berlin mit zusätzlichen individuellen Angeboten punkten, die eine duale Berufsausbildung ergänzen und in jeder Phase der Ausbildungszeit integriert werden können – auch Zusatzqualifikationen genannt. So haben bereits mehrere Hotels

ihren Koch- und Konditorauszubildenden die Möglichkeit gegeben, Inhalte der Patisserie in einer traditionellen Konditorei zu erlernen. Dies steigert die Attraktivität für potentielle Bewerber mit unterschiedlichen Bildungs- und kulturellen Hintergründen, sich für eine duale Ausbildung als Einstieg ins Berufsleben zu entscheiden. Wenn sich diese besondere berufliche Förderung dann innerhalb der Familien- und Freundeskreise herumspricht, kann es als besonderes Alleinstellungsmerkmal zu einer höheren Bewerberzahl im Unternehmen führen und dient ebenso als Zeichen der Wertschätzung und besonderen Förderung der zukünftigen Fachkräfte. Die Verbundberatung Berlin begleitet Sie in all diesen Prozessen und ist Ihr kompetenter Ansprechpartner.

Verbundberatung Berlin

**i** Kerstin Josupeit, Tel. 030. 63415200

**@** josupeit@verbundberatung-berlin.de

Das Projekt „Verbundberatung“ wird aus Mitteln der Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales gefördert. Träger des Projektes ist der Verein zur Förderung der beruflichen Bildung Berlin e.V. (vfbb), dessen Mitglieder die Industrie- und Handelskammer zu Berlin (IHK Berlin), die Handwerkskammer Berlin, der Verband der Freien Berufe in Berlin e.V. (VfB) sowie die Vereinigung der Unternehmensverbände in Berlin und Brandenburg e.V. (UVB) sind.

Jedes Jahr bereiten sich tausende Auszubildende auf ihre praktische Abschlussprüfung vor. Die Verbundberatung Berlin und der DEHOGA Berlin unterstützen gemeinsam die Berliner Unternehmen der Hotellerie und Gastrozene in diesem Bereich. Dabei ist das Angebot an Prüfungsvorbereitungen des DEHOGA Berlin für dessen Mitglieder nicht neu. Was jedoch nur wenige wissen: die Vorbereitung auf die praktische Abschlussprüfung wird über Mittel der Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales gefördert. Es können bis zu 400 Euro finanzielle Unterstützung pro Azubi dafür beantragt werden. Außerdem stehen weitere Fördermöglichkeiten zur Verfügung, z.B. für die Ausbildung im Verbund oder wenn Benachteiligte bzw. Geflüchtete ausgebildet werden. Die Verbundberatung Berlin unterstützt Sie mit Informationen und bei der Beantragung der Fördermittel.



**Verbundberatung**  
Duale Berufsausbildung in Berlin

**ALBA Berlin GmbH**

Flottenstraße 7-9  
13407 Berlin

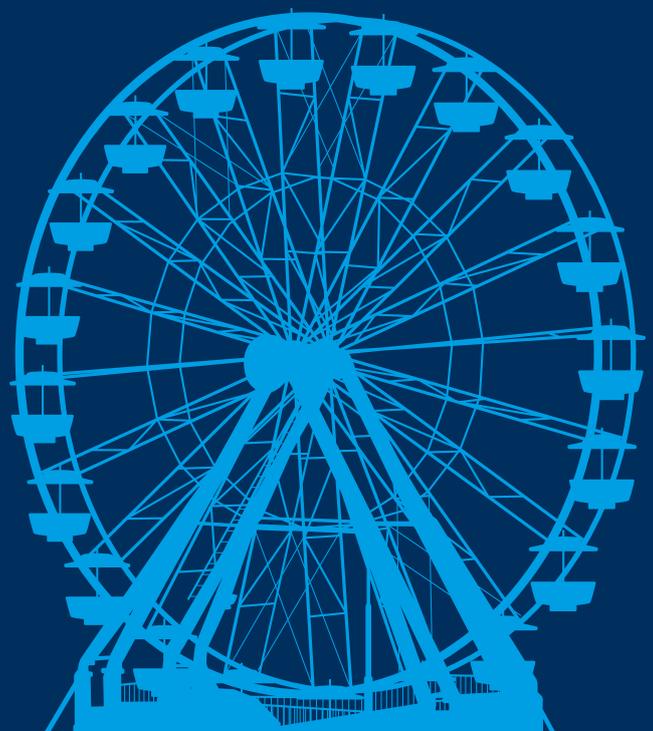


Wir nennen es Rohstoff.

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**



# Know How mit DEHOGA Berlin-Seminaren

Das Programm für 2020 ist bereits online

Neben Altbewährtem viel Neues: nach diesem Motto haben wir das Seminarprogramm 2020 gestaltet und wir freuen uns schon, unsere neue Seminarbroschüre im Oktober zu versenden. Sie müssen aber nicht warten, denn alle Seminare und Workshops können bereits jederzeit online auf [seminare.dehoga-berlin.de](http://seminare.dehoga-berlin.de) gebucht werden. Unser thematischer Fokus für das nächste Jahr liegt auf der Gewinnung und dem Umgang mit Fachkräftenachwuchs sowie der Fachkräftebindung. Hierzu haben wir einige neue Workshops und Seminare ins Programm mit aufgenommen – schauen Sie auf unserer Seminarseite vorbei. Im nächsten Jahr möchten wir unsere Serie „Spezial-Seminare“ weiterführen. Hierbei geht es um die Verknüpfung von Seminarinhalten mit besonderen Erlebnissen oder in außergewöhnlicher Umgebung. Für unseren Workshop Boxen und Führen haben wir alles vereint:

Eigene Führungseigenschaften sportlich erleben im wunderschönen Bad Saarow vom 30. bis zum 31. Januar 2020 ... die Anmeldungen laufen!



## Endspurt 2019 mit DEHOGA Berlin Seminaren

Auch in 2019 lohnt sich noch eine Weiterbildung. Im November bietet DEHOGA Berlin Seminare noch viele interessante Seminare aus den unterschiedlichsten Themenbereichen an:

Datum	Seminar	Preis für Mitglie-
04.11.2019	Excel – für Fortgeschrittene	99 €
05.11.2019	Soziale Netzwerke: Das Potenzial ausschöpfen	99 €
08.11.2019	Hygiene in gastgewerblichen Betrieben	99 €
15.11.2019	Arbeitsrecht für Führungskräfte	189 €
18.11.2019 bis 20.11.2019	Projektarbeit Catering und Event	539 €
25.11.2019	Konfliktmanagement am Arbeitsplatz/Grundlagen (Modul I)	189 €
26.11.2019	Kommunikation – Schlüssel zur Konfliktlösung (Modul II)	189 €
27.11.2019	Management im Housekeeping	189 €

## Verfügbare Seminarplätze in 2019

Gerne steht Ihnen Katharina Radtke, T. 030. 31804820 oder [@ katharina.radtke@dehoga-berlin.de](mailto:katharina.radtke@dehoga-berlin.de), für Fragen zur Verfügung oder bucht Ihnen das gewünschte Seminar.

# Let's talk hospitality!

## Gastgeberorientierte Sprache:

### Was das ist und wie sie funktioniert

**G**anz gleich, ob Rezeption, Service in der Gastronomie oder Chefetage: Ohne Sprache läuft nix. In der Hotellerie und Gastronomie hat sie durchaus sehr eigne, besondere Eigenschaften. Der Hotelier und Betriebswirt Marc Weitzmann ist Profi für die Kommunikation und coacht seit über zehn Jahren Gastgeber in den Geheimnissen, Gäste zufrieden zu stellen. Das ist keine Hexenküche und keine höhere Mathematik, sondern die geballte Ladung Wissen um Formulierungen, Körpersprache und Tonfall. In unserem Podcast „Gastgeberorientierte Sprache“ erläutert der Sprach-Profi, was es mit „magischen und tragischen Worten“ auf sich hat und wie man geschickt das Wort „nein“ umschifft. „Let's talk hospitality“ sensibilisiert für Situationen, in denen wir als Gastgeber entscheiden, ob sich unser Gast willkommen fühlt oder eben nicht. Das sind oftmals kleine Tools, die

man ziemlich leicht lernen und beherrschen kann, vorausgesetzt, man ist sich ihrer bewusst. Die vielen praktischen Ratschläge helfen auch im Umgang miteinander, in der Kommunikation zwischen Chef\*in und Mitarbeiter\*in oder im persönlichen Alltag.

Ich jedenfalls bin immer wieder begeistert, wenn Experten ihr Wissen teilen und uns damit helfen, im beruflichen Alltag besser zu werden. Wer mehr wissen möchte, findet den kompletten Podcast unter:

[www.gastro-piraten.de/gastgeberorientierte-sprache](http://www.gastro-piraten.de/gastgeberorientierte-sprache)

Ihr  
René Kaplick



*René Kaplick, Kapitän  
des Beratungsunternehmens  
Gastro Piraten*

© Gastro Piraten

Mitgliedern des DEHOGA Berlin bieten die Gastro Piraten eine kostenlose telefonische Erstberatung:  
Tel. 030. 20459787

[www.gastro-piraten.de](http://www.gastro-piraten.de)



# DAXXUS

Ihr Partner in der Bekämpfung von Bettwanzen

Beratung, Früherkennung und effiziente Bekämpfung

Tel: (030) 930 269 722 [info@daxxus.de](mailto:info@daxxus.de)

[www.daxxus.de](http://www.daxxus.de)

DAXXUS Schädlingsbekämpfung ist eine Marke der ProServ.Clean GmbH

# METRO Chef Gourvenience



METRO erweitert sein Lösungs-  
Angebot für die Gastronomie  
um ein exklusives Sortiment,  
das konstante Qualität  
und ein planbares Preis-  
niveau für optimierte  
Küchenabläufe  
bietet.

**U**nter dem Namen „METRO Chef Gourvenience“ werden ab Mitte September die ersten Produkte verfügbar sein, ab Oktober dann das gesamte, rund 200 Produkte umfassende, Sortiment – ausschließlich für Gastronomen und nur auf Bestellung. Darunter Saucen, Dressings und Dips, Beilagen wie

Kartoffeln, Knödel und Reis, Suppen und Eintöpfe, Patisserie und natürlich die Königsdisziplin: Fisch und Fleisch. Entwickelt wurde jedes Produkt in Zusammenarbeit mit METRO-Profi-Köchen wie Christian Krüger, – der im Laufe seiner Karriere von Gemeinschaftsverpflegung bis zum Michelin-Stern die ganze Bandbreite der Gastronomie kennengelernt hat und Lukas Maj – erfahrener Koch und ehemaliges Mitglied der Koch-Nationalmannschaft, der zwei Restaurants geführt hat, in denen traditionelle lokale

Gerichte in hoher Qualität serviert wurden. Beide wissen genau, was Köche wollen und vor welchen Herausforderungen sie täglich stehen. Zwei davon sind Zeit und Personal: von beidem gibt es in der Gastronomie nicht genug – und hier kommt METRO Chef Gourvenience ins Spiel.

METRO Chef Gourvenience ist die Lösung für alle, die auch in Zeiten personeller Engpässe auf Qualität setzen. Jedes Produkt des neuen Sortiments wird in sorgfältig ausgewählten, spezialisierten Manufakturen hergestellt und ist selbstverständlich frei von Konservierungsstoffen und Geschmacksverstärkern, künstlichen Aromen und Farbstoffen. Die verwendeten Zutaten sind keine anderen, als sie ein Koch mit höchsten Qualitätsansprüchen verarbeiten würde. Jedes Produkt ist so ausgelegt, dass es innerhalb kürzester Zeit mit den in der Küche eines Gastronomen vorhandenen Geräten zubereitet werden kann. Als Partner der Gastronomie schafft METRO mit dem Gourvenience-Sortiment Freiräume und erleichtert so den Gastro-Alltag. Damit die Liebe zum Kochen und die Leidenschaft für Genuss, die eine Küche zu einer guten Küche machen, nicht zu kurz kommen.



 [www.metro.de](http://www.metro.de)

# Drei Neue für die kühle Jahreszeit

Friesenkroner ergänzt 11er-Happen-Team um saisonale Produktinnovationen

**N**eue Saisonsorten für die kühle Jahreszeit: Heringshappen Calvados, Heringshappen Kürbis sowie Orientalischer Garnelensalat ergänzen ab sofort das vielseitige 11er-Happensortiment von Friesenkroner um würzig-festliche Geschmacksvarianten. Die drei trendigen Produktinnovationen im Team passen ideal auf Herbst- und Winterspeisekarten sowie zu jahreszeitlichen Anlässen – ganz gleich, ob auf dem festlichen Buffet oder als abwechslungsreicher Zwischen- oder Hauptgang im Menü. Die 14 Happen-Kreationen von klassisch bis trendy sind so vielseitig, dass Friesenkroner damit sämtliche Verzehrwünsche nach Meergenuss erfüllen kann. Happen für Happen garantiert Friesenkroner Convenience der Premiumstufe. Alle Zutaten werden von Hand zusammengefügt und vorsichtig vermengt. So verteilen sich Fisch- und Gemüseanteile besonders schonend und gleichmäßig. Nur frisches Gemüse und frisch geschnittene Kräuter kommen zum Einsatz.



Neu im abwechslungsreichen Friesenkroner Happen-Sortiment: Orientalischer Garnelensalat.

## 14 Kreationen in höchster Conveniencequalität

Ob Matjes Happen mediterran mit Zucchini-Spaghetti, Fisch & Chips mit Süßkartoffel-Thymian-Fries mit Sherry Happen oder Pomelosalat mit Matjes Happen Preiselbeere: Das 16-seitige Heft zu den Friesenkroner Happen mit Rezepten und Verzehrtipps kann unter [promotion@friesenkroner.de](mailto:promotion@friesenkroner.de) angefordert werden.

Die überarbeiteten Friesenkroner Matjes- und Heringshappen bestehen aus insgesamt 14 Kreationen und sind in 900- und 950-Gramm-Schalen zu haben. Weitere Details zum Friesenkroner Happen-Sortiment finden sich unter [www.friesenkroner.de](http://www.friesenkroner.de) sowie auf der Facebook-Seite des Unternehmens.



Nicht nur im Herbst ein Genuss: Friesenkroner Heringshappen Kürbis-Birne-Kardamom.

## MSC- und ASC-zertifiziert

Die Fisch-Rohware wird vor der Verwendung vom Friesenkroner-Qualitätsteam begutachtet: Die Feinkostexperten verwenden nur Partien der höchsten Qualitätsstufe aus MSC- und ASC-zertifizierten Fängen. Für ein einzigartiges Geschmackserlebnis bürgen außerdem die cremigen Saucen, die nach ernährungsbewussten Rezepturen hergestellt sind.

Bei der Präsentation der Friesenkroner Happen sind der Fantasie des Küchenchefs kaum Grenzen gesetzt – sie punkten solo ebenso wie mit einer leckeren Beilage. Darüber hinaus hält Friesenkroner viele piffige Rezepttipps parat, die mit einer Handvoll Zutaten aus den Happen eine leckere Mahlzeit zaubern.



Hat das Zeug zum Klassiker: Friesenkroner Heringshappen Apfel-Preiselbeere-Calvados.

© Friesenkroner



# Qualität, Zuverlässigkeit und Flexibilität als Erfolgsformel

## ProfiMiet Berlin feiert 20jähriges Jubiläum

**P**rofiMiet hat eine ganze Branche nachhaltig geprägt, wenn nicht sogar ins Leben gerufen – Non Food Catering. Nun feierte der Pionier der Branche in Berlin Geburtstag.

Was klein begann, entwickelte sich zu einer Erfolgsformel – bereits 1988 gründete Konstantin Brovot in Köln das Unternehmen KölnMiet – war er doch auf der Suche nach einem professionellen Verleiher von Geschirr, Bestecken, Gläsern und Veranstaltungsequipment nicht fündig geworden.

Zahlreiche namhafte Caterer, Hotels, Eventagenturen und auch Restaurants erkannten schnell die Vorzüge dieses neuen Angebotes, sodass sie sich wieder auf ihre eigentliche Aufgabe konzentrieren konnten – das Bewirten ihrer Gäste. Hinter den Kulissen werkelt ProfiMiet.

So setzte sich die Erfolgsgeschichte fort – die ersten Equipmentlieferungen erfolgten noch im VW Golf, heute verfügt ProfiMiet über einen großen, hochmodernen Fuhrpark, mit dem die Kunden in ganz Deutschland und auch darüber hinaus beliefert werden. Die Expansion in andere Städte wie bspw. Hamburg, München, Frankfurt etc. war die logische Konsequenz.

Seit der Eröffnung des Berliner Standorts 1999 wurden bereits 1.383.384 Aufträge ausgeführt, über 145.000 Logistikstunden in den zahlreichen Locations unserer Kunden geleistet, 350.000 Europaletten aus dem Berliner Hochregallager mit knapp 6.000qm Lagerfläche kommissioniert und verpackt – und damit über 78.000 Tonnen Equipment angeliefert.

Seit zwei Jahrzehnten arbeiten die rund 50 Mitarbeiter jeden Tag für einen reibungslosen Ablauf Ihrer Veranstaltung. Genau dieser Erfolg war Grund anzustoßen und am 19. August 2019 das „traditionelle Hoffest“ in der Hauptstadt zu feiern. Bei bestem Sonnenschein sind über 150 Kunden der Einladung gefolgt, sich in der Bar jeder Vernunft mit ihren ProfiMiet Ansprechpartnern auszutauschen.

Auch in Zukunft wird ProfiMiet Berlin der professionelle Partner rund um Non-Food-Catering in Berlin und Brandenburg für seine Kunden sein. Durch die ständige Erweiterung des Portfolios sorgt ProfiMiet dafür, seinen Kunden stets modernes Equipment und trendiges Table Top anbieten zu können.

 [www.profimiet.de](http://www.profimiet.de)



© ProfiMiet

# Inolares macht Gebäude intelligent

**U**nter dem Motto „Andere planen Gebäudetechnik. Wir gestalten Zukunft“ verbindet die Berliner Inolares GmbH & Co. KG die Leistungen eines klassischen Planungsbüros mit dem Zukunftsdenken eines modernen Innovationsdienstleisters. Der Hersteller von intelligenter Gebäudetechnik hat mit der „Hospitality Box“ eine digitale Raumsteuerung auf den



Markt gebracht, die den Aufenthalt in einem Hotelzimmer für den Gast zu einem intuitiv bedienbaren Erlebnis machen soll. Ob Klimaanlage oder Beleuchtung – mit der Hospitality Box lassen sich alle Servicefunktionen und Raumeinstellungen direkt im Hotelzimmer regeln.

## Erhöhtes Aufenthaltserlebnis – für die Gäste spürbar, für den Gastgeber messbar

„Wir verstehen das Hotelzimmer als den zentralen Ort der Wertschöpfung“, so ein Inolares Mitarbeiter aus der Entwicklung. „Im Hotelzimmer wird nämlich maßgeblich über die Zufriedenheit der Gäste hinsichtlich technischen Komforts und Service-Qualität entschieden. Leider endet der Kontakt zum Gast viel zu oft an der Zimmertür. Und somit bleiben wertvolle Chancen zur Optimierung von Energieeffizienz, Service- und Wartungsprozessen und natürlich zur Vertiefung der Beziehung zwischen Hotel und Gast ungenutzt. Und genau an diesem Punkt setzen wir mit unserer integrierten Raumsteuerung an. Wir wollen das digitale Potential eines Hotelzimmers mit innovativer Technologie besonders einfach und komfortabel nutzbar machen!“

## Leicht einzubauen – auch im laufenden Betrieb

Die Hospitality Box macht Gebäudetechnik also intelligenter und sorgt für eine kosteneffiziente Planung durch eine komplette Vernetzung des Gebäudes – doch sind für die Installation nicht umfangreiche Baumaßnahmen nötig, die den Betrieb eines Hotels für einen gewissen Zeitraum mehr oder weniger lahmlegen? „Wir setzen bei der Box auf standardisierte Technologie“, so der Mitarbeiter „die Box ist leicht einzubauen und auch ohne spezielle Programmierkenntnisse schnell in Betrieb zu nehmen“.

Das bedeutet konkret: Die Hospitality Box kann von Zimmer zu Zimmer installiert und aktiviert werden – und das während des laufenden Hotelbetriebs! Umfangreiche Baumaßnahmen sind zu keiner Zeit nötig, die Funktionen der Box können jederzeit auch nach der Installation für alle oder nur für ausgewählte Räume angepasst und erweitert werden.

## Digitales System reduziert Energieverbrauch deutlich

Die Box von Inolares erhöht nicht nur den Komfort eines Hotelzimmers, sondern hat darüber hinaus auch ganz praktische Auswirkungen auf den Energieverbrauch. Durch das intelligente Vernetzen verringert sich der Energieaufwand innerhalb des Gebäudes deutlich. Und auch das Klima profitiert, verringert sich der CO<sub>2</sub> Ausstoß doch um rund 30 % im Vergleich zu konventionell betriebenen Hotels. Ein geringerer Energieaufwand bedeutet weniger Betriebskosten – und auch die Kosten für Wartung und Instandhaltung will Inolares deutlich senken. „Die Box verfügt über Features, die die predictive maintenance, also die vorausschauende Instandhaltung, eines Gebäudes ermöglichen“, so der Mitarbeiter der Entwicklung. „Anwender können Schäden oder Störungen bereits dann erkennen, wenn

sie noch nicht offensichtlich zu Tage getreten sind und entsprechend frühzeitig reagieren.“



**INOLARES**

Möchten Sie mehr über die faszinierenden Möglichkeiten erfahren, die die Digitalisierung von Lebensräumen bietet oder wünschen Sie Informationen zum Thema Smart Building?

@ info@inolares.de

www.inolares.de

## Thomas Cook Insolvenz – Was müssen Hotels jetzt beachten?

Auf der Webseite des DEHOGA Berlin finden Mitglieder im geschützten Download-Bereich (Mein DEHOGA) weitere Informationen. Eine Brancheninformation die Hotels einen ersten informativen Überblick über die aktuelle Problematik und eine erste Einschätzung der möglichen Folgen rund um die Thomas Cook Pleite bietet. Diese ist jedoch keine Rechtsberatung und vermag eine Rechtsberatung durch einen Rechtsanwalt im Einzelfall auch nicht ersetzen.

[www.dehoga-berlin.de/downloads/](http://www.dehoga-berlin.de/downloads/)

## Entspannter Genuss in Berlin-Schöneberg: das neue Cocktail-Bistro Bonvivant



© Bonvivant

Ausgefallene Cocktails und vegetarisches Soulfood sind die Fundamente, auf die das neue Bonvivant seine ungewöhnliche Bistronomie aufbaut. An der Bar und in der Lounge genießen die Gäste in lässiger Atmosphäre moderne Drinks. Der 60er-Jahre-Style und die klaren Cocktail-Kompositionen passen perfekt zum selbstgewählten Motto: Poolparty in Beverly Hills. Im Restaurant werden regionale Zutaten und Rezepte mit internationalen Einflüssen kulinarisch zu einer Eat-Easy Cuisine vereint, die Fine-Dining-Ansprüchen gerecht wird, aber auf Ehrfurcht und Dogmen verzichtet. Auch beim Interieur setzt das Team auf einen einfachen Wohlgefühlcharakter: Schlichte Holztische mit passenden Stühlen und ein beruhigendes Wandgrün definieren den hinteren Gastraum des neuen Cocktail-Bistro Bonvivant.

[www.bonvivant.berlin](http://www.bonvivant.berlin)

## Neue Restaurantleiterin im Restaurant DUKE

Seit September ist die erfahrene Anke Wellendorf Restaurantleiterin des mit 15 Gault & Millau Punkten (2018) ausgezeichneten Restaurant DUKE im ELLINGTON HOTEL BERLIN.



© Ellington Hotel Berlin

Anke Wellendorf

„Casual Fine Dining auf höchstem Niveau - ganz ohne Krautwattenzwang“ lautet das Credo im Restaurant DUKE. Ab sofort widmet sich Anke Wellendorf zusammen mit dem DUKE Team, leidenschaftlich ihrer neuen Aufgabe, die Gäste auf charmante Art mit dem leger, lockeren Charme des Restaurants und der fein präsentierten Küche zu begeistern. „Ich bin vom Herzen Gastgeber und Sommelier und freue mich neuen und bekannten Menschen eine angenehme Zeit im Restaurant DUKE zu bereiten“ so Wellendorf.

[www.ellington-hotels.com](http://www.ellington-hotels.com)

## Am Abfallfreitag hat der Abfall frei!

Produzieren, wegwerfen, neu produzieren, wegwerfen – für die meisten von uns ist es normal, Gebrauchtes zu entsorgen und durch neue Produkte zu ersetzen.

Immer neue Anlässe, Konsum-, Feier- und Rabatttage, wie Black Friday, CyberMonday, Valentinstag oder Halloween verstärken das Leben im Überfluss und verleiten zum schnellen Wegwerfen. Dem will die BSR etwas entgegensetzen. Am Freitag, den 15. November 2019, wird zum zweiten Mal zum Abfallfreitag aufgerufen. Zeitgleich zum Auftakt der Europäischen Woche der Abfallvermeidung, die in diesem Jahr vom 16. bis 24. November unter dem Motto „Wertschätzen statt wegwerfen – miteinander und voneinander lernen“ steht.



© BSR

[www.BSR.de/abfallfreitag](http://www.BSR.de/abfallfreitag)

## Concours International des Jeunes Chefs Rôtisseurs – und Jung- koch Maximilian Bandelin war dabei



(v. l. n. r.) Vito Mory, Theresa Rogl,  
Maximilian Bandelin

Eine aufregende Woche liegt hinter Max Bandelin, der am 21. September 2019 bei dem weltweiten Jungköche-Wettbewerb der Chaîne des Rôtisseurs in Calgary (Kanada), unser Land vertreten hat. Auch wenn es nicht mit dem Siegertreppchen geklappt hat, sind wir unglaublich stolz auf Max. Dieser hatte im April bei dem nationalen Wettbewerb in Frankfurt den Sieg für Deutschland errungen und damit die Möglichkeit erhalten, in Kanada an der "Concours International des Jeunes Chefs Rôtisseurs" teilzunehmen.

[www.berlin.intercontinental.com](http://www.berlin.intercontinental.com)

## Deutsche Hotelklassifizierung

Die DEHOGA Deutsche Hotelklassifizierung GmbH war 3 Tage lang zu Gast im Mercure Hotel MOA Berlin, um aktuelle Fragen rund um die Deutsche Hotelklassifizierung mit den regionalen Klassifizierungsgesellschaften zu beraten. Markus Luthe, Geschäftsführer der DEHOGA Deutsche Hotelklassifizierung GmbH, wurde von General Manager Paolo Masaracchia begrüßt und durfte mit allen Regionalteilnehmern Deutschlands einen ersten Blick in das neue Restaurant MOA EAT werfen. Grund zum Anlass, dass Markus Luthe am 20. Januar 2020 zur offiziellen Hotel-erweiterungsparty im MOA zu Gast sein wird.



[www.hotel-moa-berlin.de](http://www.hotel-moa-berlin.de)

# B 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

[www.lesezirkel-brabandt.de](http://www.lesezirkel-brabandt.de) | TEL. 030 - 25 20 19 70

## Too Good To Go gewinnt den Deutschen Systemgastronomie-Preis 2019

„Too good to go“ ist eine App, die es durch einfache Klicks möglich macht, bereits produzierte Lebensmittel kurz vor Ladenschluss vergünstigt zu erwerben und somit hilft, Lebensmittelabfälle zu reduzieren. In ihrer erfrischenden Dankesrede beglückwünschte Laure Berment alle Nominierten und warb einmal mehr dafür, verantwortungsvoll mit Lebensmitteln umzugehen. Mittlerweile verfügt die App über 4.000 Partnerbetriebe in Deutschland, die 2,3 Millionen Portionen vor dem Müll gerettet haben.



© Bds / Paul Günther

(v. l. n. r.): Bds-Präsidentin Sandra Mühlhause, Bds-Vizepräsident Alexander van Bömmel, Christian Harupa (HAVI Logistics), Laure Berment (Too Good To Go), Andrew Fordyce (TV-Food-Experte), Bds-Hauptgeschäftsführerin Andrea Belegante, Dr. Roland Schmidt (HAVI Logistics)

Europaweit ist die Bilanz des noch immer jungen Start-ups aus Dänemark bemerkenswert. „Too Good To Go“ ist in 12 Ländern vertreten und rettete bislang 21 Millionen Lebensmittel vor der Vernichtung. Dies entspricht einer CO<sub>2</sub>-Einsparung von 50.000 Tonnen. Weitere Top-Kandidaten waren Dr. Roland Schmidt und Christian Harupa von HAVI Logistics sowie Andrew Fordyce, TV-Foodexperte. Schwerpunkt dieses Jahr war das Thema „Nachhaltigkeit“. Bds-Vizepräsident Alexander van Bömmel würdigte in seiner Laudatio das Engagement aller Nominierten, ihre Ziele mutig und mit großer Wirkung zu verfolgen.

[www.bundesverband-systemgastronomie.de](http://www.bundesverband-systemgastronomie.de)

## Hotel Schöneberg feiert 40-jähriges Jubiläum

Mit Familienangehörigen, Weggefährten und dem Team des Hotel Schöneberg wurde am 26. September 2019 das 40-jährige Jubiläum gefeiert. Im Rahmen dessen übergab Gerhard Koch offiziell die laufenden Geschäfte an seine treue, langjährige Mitarbeiterin und nun



© Peggy Mayer

Ingrid und Gerhard Koch

Nachfolgerin Sandra Hohwieler-Peters. Gerhard Koch blickt mit viel Freude auf eine ereignisreiche Zeit zurück. Er weiß, dass das Hotel in guten Händen ist und in seinem Sinne weitergeführt wird. Nun genießt er gemeinsam mit seiner Frau Ingrid die gewonnene Zeit.

[www.hotel-schoeneberg.de](http://www.hotel-schoeneberg.de)

## Estrel Berlin erweitert erneut den Kongressbereich

Angrenzend an das bestehende Congress Center entsteht derzeit das Estrel Auditorium, welches dem wachsenden Bedarf an zusätzlicher Veranstaltungsfläche gerecht werden soll. Mit einer zukünftigen Gesamtfläche von 28.500 qm überholt das Estrel sogar das 2014 geschlossene Internationale Congress Center (ICC) und gehört damit zu den größten Kongresszentren Deutschlands. Mit der erneuten Vergrößerung des Kongressbereichs erfolgt auch eine Umbenennung des Estrel Congress Centers: Künftig wird es als ECC auf dem Tagungs- und Kongressmarkt auftreten.



Das neue Auditorium wird im Januar 2021 eröffnen.

© Estrel Berlin

[www.estrel.com](http://www.estrel.com)

## CHEFDAYS GERMANY

Am 30. September und 1. Oktober fanden in der Arena Berlin die CHEFDAYS GERMANY statt. An zwei Tagen wurde gekocht, probiert, informiert, gelacht und gefeiert. Über 50 Top-Speaker aus dem In- und Ausland gaben sich die Ehre. Bei Cooking Demonstrations und Masterclasses sah man die innovativsten Köche, z.B. Björn Swanson (Berliner Meisterkoch 2019), Frank Rosin, Roland Trettl, Massimo Bottura und Tim Raue. Nach der Ehrung der 100 BEST CHEFS am ersten Abend ging es direkt zur legendären Party mit Sido & DJ Desue. Die Atmosphäre an beiden Tagen war inspirierend und faszinierend zugleich.



© Peggy Mayer

[www.chefdays.de](http://www.chefdays.de)

## Albrecht+Neiss lädt ein

Vom 3. bis 5. November 2019 erwartet Sie auf der Food-Special in Leipzig, im Rahmen der ISS-Gut Messe, ein hochkarätiges Programm mit kulinarischen Überraschungsmomenten und Talkrunden. Für kostenlose Eintrittskarten und einen möglichen Bus-Shuttle von Berlin nach Leipzig nutzen Sie bitte folgenden Link:

[www.albrecht-neiss.servicebund.de](http://www.albrecht-neiss.servicebund.de)



© Albrecht+Neiss

Freuen Sie sich auf einen tollen Tag an der Seite von Albrecht+Neiss in Leipzig!

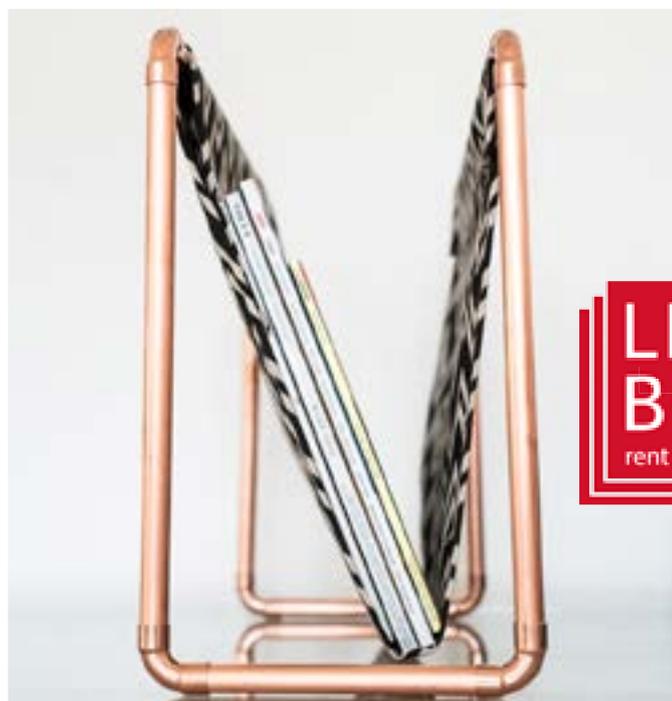


© Uwe Mitze

## Koch und Zeichner Hajo Krüger

Vom 31. August bis 10. September fand anlässlich eines Doppeljubiläums von Hajo Krüger eine Ausstellung in den Hotel Arcaden statt. Hajo Krüger ist seit 40 Jahren im InterContinental als Koch beschäftigt und er zeichnet seit 40 Jahren prominente Menschen, die seine Zeichnungen anschließend signieren. Als Geschenk wurde das Portrait von Marlene Dietrich an den Direktor Aernout De Joong vom InterConti Berlin übergeben. Da findet es einen ehrenvollen Platz in der „Marlene“ Bar.

[www.intercontinental.com](http://www.intercontinental.com)



**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



Folgeklassifizierungen:

★★★★ Superior

Mövenpick Hotel Berlin

★★★★

Derag Livinghotel Großer Kurfürst

★★★ Garni

Hotel Zarenhof



### ► Betriebsjubiläen im November

Adina Apartment Hotel Berlin Hauptbahnhof 10 Jahre ■ Arabel Design Apartments 5 Jahre ■ Boulevard Friedrichstraße 15 Jahre ■ Café Manstein 5 Jahre ■ Imbiß Zur Bratpfanne 70 Jahre ■ Landhaus Perle 10 Jahre ■ Motel One Berlin-Bellevue 10 Jahre ■ Restaurant April 15 Jahre ■ Restaurant Peking Ente 20 Jahre ■ Taverna Athene 35 Jahre

### ► Mitgliedschaftsjubiläen im November

Die Eins 5 Jahre ■ Café Manstein 5 Jahre ■ Babara Göppl Feste & Feiern 10 Jahre ■ Adina Apartment Hotel Berlin Hauptbahnhof 10 Jahre ■ China-Restaurant Lon-Men 10 Jahre ■ Gaststätte Alt Berlin 15 Jahre ■ Ristorante Centro Sud Italiano 15 Jahre ■ Hotel Riehmers Hofgarten 15 Jahre

### Der Verband begrüßt herzlich seine neuen Mitglieder

- Gaijin Hotel Berlin
- YAFO Restaurant
- Marc S. Lorenz
- Gans und Gar – Catering Berlin
- Le Bon Mori
- Gustave F. UG (haftungsbeschränkt)



## Save the Date

WICHTIGE TERMINE FÜR MITGLIEDER

Mittwoch, 6. November 2019	Kassennachschau	Restaurant Galija
Montag, 25. November 2019	Vollversammlung	Hotel Abion Spreebogen
Donnerstag, 28. November 2019	Partnernetzwerktreffen	Hotel Abion Spreebogen, Restaurant Carl & Sophie
Montag, 2. Dezember 2019	Gastro Business Club	Ort wird noch bekannt gegeben
Dienstag, 7. Januar 2020	Neujahrsempfang	Titanic Chaussee Berlin

# Die Kreationen des Mr. Hai

Einst Kabuki nun mrhai Shabuki, mrhai & Friends und mrhai Life

Vor gut 18 Jahren eröffnete Van Hai Tran, den alle Welt als Mr. Hai kennt, sein erstes Restaurant in Berlin: das mrhai Kabuki, eine Sushi-Bar. Knapp vier Jahre später folgte dann das allererste vietnamesische Restaurant: „Damals war die frische, gesunde und aromenreiche südvinamesische Küche etwas ganz Neues in der Hauptstadt“, erinnert sich der aus Südvietsnam stammende erfolgreiche Gastronom, der gegenwärtig drei Restaurants in Berlin betreibt: das mrhai & Friends am Savignyplatz,



Neu  
beim  
DEHOGA  
Berlin

das mrhai Shabuki am Olivaer Platz und das mrhai Life in der Steglitzer Albrechtstraße. Jedes der Restaurants hat seine eigenständige Identität und doch eint sie die erlebbare Liebe zum Kochen, die modern interpretierte traditionelle südvietsnamesische Küche, hochwertige Zutaten und die gleichbleibend hoch liegende Qualitätslatte. Das schätzen die Gäste genauso wie die immer neue Kreationen des Mr. Hai, der diese schöpferische Unruhe in sich trägt und gleichsam seine Teams damit inspiriert und animiert. Bleibt die Frage, warum es so viele Jahre dauerte, bis der erfolgreiche und bekannte Gastronom Mitglied des DEHOGA Berlin wurde? „Manches braucht seine Zeit“, bekennt der leidenschaftliche Golfer, der sich mehr Zeit für diesen Sport wünscht, mit einem gewinnenden Lächeln. „Aber nun ist der richtige und wichtige Zeitpunkt, denn wir als Gastronomen sollten uns

viel mehr vernetzen, um unsere ureigensten Interessen stärker als bisher zu artikulieren.“ Zugleich verweist Mr. Hai darauf, dass ihm die Mitgliedschaft im DEHOGA Berlin weit aus besser ermöglicht, sich über die aktuellen Entwicklungen der Branche zu informieren, insbesondere „betrifft das die vielen und sich häufig verändernden rechtlichen Bestimmungen. Das ist eine echte Herausforderung für den einzelnen Arbeitgeber“, berichtet Mr. Hai, den der Tagesspiegel einst als den vermutlich bekanntesten asiatischen Gastronomen der Stadt adelte.

Quynh Mai Nguyen, die umsichtige und charmante mrhai Events-Managerin des gastronomischen Unternehmens, zieht den Bogen noch weiter: „Wir bieten mit dem Lieferservice in zwei Restaurants und Leistungen wie Catering, Workshops, Vorortzubereitung bei Menschen zu Hause und Show-Cooking ein sehr breites Spektrum an. Für all das brauchen wir auch in der Zukunft gut ausgebildete, engagierte und begeisterungsfähige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die nicht einfach einen Job machen, sondern ihren Beruf lieben. Das zu vermitteln schafft kein Gastronom allein“, weiß Quynh Mai Nguyen. Sie hofft, dass die gemeinsame Interessenvertretung der Gastronomen und Hoteliers Image und die Wertschätzung für die Branche erhöht.

*Für all das brauchen wir auch in der Zukunft gut ausgebildete, engagierte und begeisterungsfähige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die nicht einfach einen Job machen, sondern ihren Beruf lieben. Das zu vermitteln schafft kein Gastronom allein.*

Übrigens wurde Mr. Hai während der diesjährigen Golf Trophy des DEHOGA Berlin auf dem Golfplatz Stolper Heide Mitglied des Verbandes. Netzwerken in Aktion. „Wir kennen uns schon lange und deshalb freue ich mich besonders, dass Van Hai Tran nun unser Mitglied ist. Er ist ein gut vernetzter Gastronom und zudem ist es wichtig, dass unser Verband die Internationalität der Berliner Gastronomie auch zeigt“, so Thomas Langfelder, Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Berlin.

 [www.mrhai.de](http://www.mrhai.de)

von Brigitte Menge

# Warum und wie muss ich ein Impressum führen?

Jeder, der geschäftsmäßig eine Website betreibt, muss auf der Website ein Impressum angeben. Geschäftsmäßigkeit liegt schon dann vor, wenn die Website zur Werbung oder als Kontaktmöglichkeit betrieben wird, ohne dass eine Leistung über die Website bezogen werden kann. Das Impressum muss leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar sein.

## Welche Angaben gehören in das Impressum?

Zu den Pflichtangaben gehören

- vollständiger Name und Anschrift des Unternehmens
- Angaben zur elektronischen Kontaktaufnahme und unmittelbaren Kommunikation
- Rechtsform des Unternehmens
- Vertretungsverhältnis des Unternehmens,
- wenn vorhanden Handelsregisternummer und Registergericht
- wenn vorhanden zudem Umsatz- oder Wirtschaftsidentifikationsnummer



© DEHOGA Berlin

## Welche Folgen drohen bei einem Verstoß gegen die Impressumspflicht?

Es kann eine Geldbuße (bis zu 50.000 Euro) verhängt werden. Außerdem liegt ein Wettbewerbsverstoß vor, der zu einer kostenpflichtigen Abmahnung führen kann.

Manuel Miller

Rechtsanwalt bei CHT Rechtsanwälte GbR

 [www.cht-legal.com](http://www.cht-legal.com)

# Achtung, die KassenSichV kommt!

Die zum 1. Januar 2020 in Kraft tretende neue Kassensicherungsverordnung (KassenSichV) führt bei Gastronomen und Hoteliers zu großen Irritationen. Das Finanzamt hat mit der Einführung bereits scharfe Kontrollen und Bußgelder bei Verstößen gegen das neue Kassengesetz angekündigt. Das Problem besteht aktuell darin, dass das Bundesministerium für Finanzen (BMF) und das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) momentan noch an der genauen Umsetzung und der Ausgestaltung der KassenSichV arbeiten. Die erforderliche Zertifizierung der technischen Sicherheitseinrichtung (TSE) der Kassensysteme ist somit noch nicht möglich. Dies führt dazu, dass aktuell noch kein Hersteller auf gesicherten Grundlagen des Gesetzgebers eine zertifizierte TSE in sein Kassensystem einbinden kann. Bereits jetzt steht fest, dass die Sicherheitseinrichtung des Kassensystem über ein Sicherheitsmodul verfügen muss, mit dem alle getätigten Kasseneingaben (auch Stornos oder Fehler) protokolliert werden. Weiterhin ist neben einem integrierten Speichermedium eine einheitliche digitale Schnittstelle erforderlich, über die die Daten sicher und manipulationsfrei an das Fi-

nanzamt übertragen werden können. Abschließend müssen steuerpflichtige Gastronomen und Hoteliers ergänzend bis spätestens 31. Januar 2020 alle vorhandenen elektronischen Kassensysteme (Art und die Anzahl der Kassen) beim zuständigen Finanzamt anzeigen. Elektronische Kassensysteme, die nicht mit einer zertifizierten technischen Sicherheitseinrichtung nachgerüstet werden können, dürfen somit ab dem 1. Januar 2020 nicht mehr genutzt werden. DIEHOGA Gastroberatung berät Gastronomen und Hoteliers, ob ein Kassenwechsel im konkreten Fall erforderlich ist.

 [www.diehoga-gastroberatung.de](http://www.diehoga-gastroberatung.de)



# ARTS & CRAFTS DAYS ZEUGHAUS MESSE

KUNST  
HANDWERK  
DESIGN  
IM DEUTSCHEN  
HISTORISCHEN  
MUSEUM

05. – 08.  
DEZEMBER  
2019

Objekte: Ute Kathrin Beck, Glanz & Glimmer, 2018  
Foto: Frank Klemmich-Photografie | Gestaltung: www.grossstadtzoo.de

[WWW.ZEUGHAUSMESSE.DE](http://WWW.ZEUGHAUSMESSE.DE)



DIESER MOMENT  
VERDIENT EIN JUBI.