

# hoga *AKTIV*

*Das Magazin für Berliner Gastgeber*



*Editorial:*

## Was ist das neue Gemeinsam?

Gibt es in Zukunft noch Live Kommunikation?

*Das Event der Zukunft ist virtuell und real*

*apaleo:*

Ein komplettes Umdenken kann den ganzen Betrieb retten

BERLINER

*Meisterköche*

PARTNER FÜR

BERLIN




# Heute nach Italien, morgen nach Frankreich und dann nach Panama.

**Berlins Gastronomie macht es möglich.**



Probieren Sie sich durch  
die vielfältige Kulinarik der  
Stadt und testen Sie die  
Preisträgerinnen und Preisträger  
der Berliner Meisterköche.

**#berlinisst**

 BerlinerMeisterkoeche

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

visitBerlin Convention Partner e.V.



© visitBerlin; Foto: Dirk Mathesius



© Bernhard Moser



6

14

17

## AKTUELL

- Editorial: Was ist das neue Gemeinsam? 4
- Gibt es in Zukunft noch Live-Kommunikation? 6

## WIR IN BERLIN

- Berliner Hoteliers zeigen sich besorgt, aber hoffnungsvoll 8
- Hickhack um Heizpilze und Zelte 10
- „TOP-Ausbildungsbetrieb“:  
Erste Berliner Ausbildungsbetriebe erhalten Qualitätssiegel 12
- Fairmas: Zwischenbilanz der Belegungsrate 14
- visitBerlin*:  
Kampagne sensibilisiert für Corona-Regeln 15
- flagship-Auszeichnung  
für das Restaurant Christopher's 17

## SOCIAL MEDIA 16

## DEHOGA BERLIN-PARTNER

- SIGNAL DUNA:  
Wechselfrist für Kfz-Vericherung 18
- 30 Jahre DSH:  
Hotels als Berufung 20
- apaleo:  
Umdenken kann  
den ganzen Betrieb retten 22
- OpenTable:  
Interview mit Daniel Simon 24
- Hildebrandt & Bartsch:  
Wohlbefinden aus der Luft 26
- Nachhaltige Textilbeschaffung 27

## NEWS 28

## MITGLIEDER

- Jubiläen im November, Neue Mitglieder 32
- 2020 – Year of Imagination 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: © pixabay/Alexandra Koch

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 2020

# Was ist das neue Gemeinsam?



© The Student Hotel Berlin

## Liebe Mitglieder des DEHOGA Berlin, liebe Leserinnen und Leser,

ziemlich deutlich hat der Herbst an die Tür geklopft und stand dann prompt mitten im Raum. Nun ist sie da, die Jahreszeit mit den Farben ringsum, die an Kardamom, Safran, Chili, Senf, Curry und Kurkuma denken lassen. Ich mag den Wechsel der Jahreszeiten und freue mich nun auf lange Spaziergänge, warme Suppen und urgemütliche Abende zu Hause, an denen man nicht mehr die Befürchtung hat, irgendetwas in dieser großen Stadt zu verpassen. Und doch werden wir alle in diesem Herbst mehr draußen sein als je zuvor, denn unter freiem Himmel sehen Experten ein geringeres Infektionsrisiko. Also bleiben Stühle und Tische der Restaurants und Cafés vor der Tür. Spätestens jetzt flammt das Thema Heizpilze auf, denn kein Gast möchte zähneklappernd essen und trinken. Noch herrscht in Berlin Uneinigkeit in Sachen Heizpilze. Lediglich die Bezirke Charlottenburg-Wilmersdorf und Reinickendorf dulden sie. Nach

dem gegenwärtigen Stand sollen in den zehn anderen Stadtbezirken Wärmequellen wie Infrarot oder Elektrostrahler erlaubt werden. So ein Flickenteppich aus unterschiedlichen Bestimmungen in der Stadt verkompliziert die schwierige Lage zusätzlich. Mein Standpunkt: Wir leben gegenwärtig in einer Ausnahmesituation, da gehören Ausnahmen zum Alltag. Ein lautes Ja für Heizpilze im Winter 2020/21!



© pixabay/Harald Landsrath

## Neue Lage – neue Regeln

Nachdem am 6. Oktober die zweite Berliner Corona-Ampel auf Rot sprang (neben der Zahl an Neuinfektionen hat auch der sogenannte Reproduktionswert den Grenzwert überschritten), wurden die Pandemie-Regeln erneut verschärft. Die nächtliche Sperrstunde gilt überall, wo es Alkohol gibt, also auch in den Restaurants und Bars. Das erschwert die prekäre wirtschaftliche Lage vieler Betriebe noch einmal, besonders die der Barbetreiber. Justizsenator Behrendt kündigte hier Hilfe an. Die Corona-Zahlen sind gnadenlos. Vorerst gelten die neuen Regeln bis zum 31. Oktober. Wir alle gemeinsam haben es in der Hand, wie es danach weitergeht. Was hilft gegen individuellen Leichtsinn und Ignoranz? Kontrollen. Sonst braucht man auch keine Regeln.

*Vorerst gelten die neuen Regeln bis zum 31. Oktober. Wir alle gemeinsam haben es in der Hand, wie es danach weitergeht.*

## Namensnachverfolgung

Beim Bußgeld für Namens-Falschangaben in Restaurants waren sich glücklicherweise Bund und Länder einig. Gäste, die falsche Kontaktdaten eintragen, müssen demnach künftig mit einer Strafe rechnen. Für „Helene Fischer“, „Tupac Shakur“ und „Thomas Gottschalk“ können Behörden nun ein Mindestbußgeld von 50 Euro verhängen (in anderen Bundesländern sind das deutlich mehr). Aber schon drängt sich die Frage auf, wer das kontrollieren kann und darf? Beim „Gastro-Gipfel“ Ende September, an dem Wirtschaftssenatorin Pop, die Bezirksbürgermeister sowie Christian Andresen und Thomas Lengfelder als Präsident bzw. Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Berlin, teilnahmen, beschlossen die Bezirke verstärkte Kontrollen der Ordnungsämter auch mit dem Schwerpunkt Anwesenheitsdokumentation. Gut so. Schauen wir gespannt auf die Umsetzung.

## Einigkeit herrschte beim „Gastro-Gipfel“ zudem bei diesen Aussagen:

- Die erteilten Genehmigungen für die Außenflächen werden bis zum 31. März 2021 verlängert.
- „Einhausungen“ auf genehmigten Flächen werden geduldet.
- Bei den Anträgen auf Nutzung der Außenflächen sollen schnelle, unkomplizierte Genehmigungsverfahren gewährleistet werden.

Gut ist, dass weitere Gespräche vereinbart wurden. Die Zeit braucht politische Signale und Entscheidungen.

## Feste feiern!

Am ersten Oktober-Wochenende war ich auf dem Schöneberger Kürbisfest und auf dem Rummel. Das hat viel Spaß gemacht und zeigte, dass sich die Ideearbeit um Hygienekonzepte lohnt: Es gab Zugangskontrollen, Laufwege, Abstandsmarkierungen, Regelungen zur Maskenpflicht. Ehrlich, manchem Fest tut es auch ganz gut, wenn sich nicht Tausende drängeln. Es war gemütlich und machte Hoffnung, dass wir trotz aller Reglementierungen Feste gemeinsam feiern können. Ein wichtiges Gefühl in Zeiten, in denen wir Distanz halten. Ich hoffe sehr, dass die erprobten Konzepte auch für die Weihnachtsmärkte greifen.



Regeln kennen, beachten und umsetzen!

© pixabay/Alexandra Koch

Zu den verschärften Regeln im Kampf gegen die Corona-Pandemie gelten auch die Obergrenzen von Personen bei privaten Feiern. Statt bisher 25 sind es nun nur noch 10 – auch das gilt vorerst bis zum 31. Oktober. Nach Auskunft der Senatsverwaltung gilt diese Höchstgrenze auch für Veranstaltungen (wie z. B. Hochzeits-, Trauer- und Geburtstagsfeiern) in der Gastronomie und Hotellerie, mit dem Unterschied, dass wir Hoteliers und Gastronomen inzwischen viele Erfahrungen gesammelt haben, WIE die Regelungen umgesetzt werden. Jeder Betrieb hat sein Hygienekonzept. Das ist ein wichtiges und gutes Argument gegenüber unseren Gästen: Kommen Sie zu uns, feiern Sie in unseren Restaurants! Diese neuen Festlegungen betreffen ausschließlich private Feiern, im klassischen Konferenz-, Tagungs- und Seminarbereich sind weiterhin Veranstaltungen bis 1.000 Personen im Innenbereich und 5.000 im Freien möglich. Selbstverständlich gelten auch dabei die allgemeinen Abstandsregeln, wobei es nach Auskunft der Senatsverwaltung jetzt zulässig ist, bis zu sechs Personen an einem Tisch zu platzieren, ohne dass der Mindestabstand eingehalten werden muss. Die bisher aus dem Gastronomiebereich bekannte Regel wurde somit auf den Konferenzbereich übertragen.

## Maskenpflicht

Wegen zuletzt stark gestiegener Corona-Infektionszahlen gilt in Berlin künftig eine Maskenpflicht in Büro- und Verwaltungsgebäuden. Wer regt sich darüber eigentlich noch auf? Wir haben das bei uns im Haus sehr früh eingeführt und es ist einfach eine Sache der Akzeptanz und Gewöhnung. Mediziner\*innen arbeiten stundenlang mit einer Maske vor Mund und Nase und jammern auch nicht. Hier ordnet sich auch die neue Sensibilisierungs-Kampagne der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe und *visitBerlin* ein. Wir alle wollen gemeinsam, dass Berlin gut über Herbst und Winter kommt. Kurz gesagt: Klappe zu – Maske hoch.

## Der Weg zurück zu unserer Freiheit

In diesen Zeiten voller Distanz sollten wir die Welt von morgen fest im Blick haben: Die Zeiten ohne Corona-Virus, mit alt-neuer Gemeinsamkeit und Geselligkeit. Hände schütteln und Menschen, die uns nah sind, umarmen. Distanz darf nicht zu einem bestimmenden Lebensgefühl werden. Zu dieser Zukunftssicherung gehören für mich Ausbildung und Mitarbeiterentwicklung. Ich bin sehr froh, dass in unserem Haus zwei Auszubildende am 1. Oktober ihre Lehre begannen: ein Koch und eine Hotelfachfrau. Das ist ein wichtiges Statement. Genauso wesentlich ist die Weiterentwicklung unserer Mitarbeiter\*innen. Wir haben in der Vergangenheit so oft geklagt, dass wir keine Zeit für Fortbildung haben, weil so viel zu tun ist. Jetzt haben wir diese Zeit. Die kann man sehr gut nutzen für Trainings und Weiterbildungen. Der DEHOGA Berlin bietet auch in dieser Zeit (Online)- Seminare an.

## Wie war oder wird Ihr erster Urlaub?

Mindestens einmal im Jahr sind wir auch Gäste – im eigenen Urlaub. Der ist in Corona-Zeiten anders. Schicken Sie uns eine E-Mail mit Ihren Urlaubsplänen oder -erlebnissen. Fotos sind ausdrücklich erwünscht. Wandern in den Bergen, faulzen im Wellnessstempel, klettern in der Sächsischen Schweiz, Kultur in Hamburg, werkeln im Garten ... wir freuen uns auf Ihre Post unter: [projekte@dehoga-berlin.de](mailto:projekte@dehoga-berlin.de), Stichwort: Gastgeber-Urlaub. Auch Tipps werden gern genommen. Eine Auswahl aus den Zuschriften werden wir in den nächsten Ausgaben von **hogaAKTIV** veröffentlichen.

## Fazit:

Wichtig ist, dass wir als Gastgeber die Regelungen im Alltag beachten und umsetzen. Ja, die verändern sich, da sind wir gezwungen, am Ball zu bleiben. Aber wer würde von sich sagen, dass er nicht flexibel ist? Die Mitglieder des DEHOGA Berlin sind via Homepage des Verbandes, Newsletter und **hogaAKTIV** stets aktuell und rechtssicher informiert. Bei Akut-Fällen gibt's auch telefonische Auskunft und – wenn notwendig – Hilfe. Wir alle arbeiten gemeinsam dafür, die Ausbreitung des Corona-Virus zu bekämpfen und unseren Gästen Sicherheit zu garantieren. Bei aller Anspanntheit sollten wir uns die Gemeinsamkeit bewahren und darauf das erste warme Getränk dieses Herbstes trinken!

*Ihr Philip Ibrahim  
General Manager im The Student Hotel Berlin  
und Mitglied des Präsidiums des DEHOGA Berlin*



# Gibt es in Zukunft noch Live Kommunikation?

Das Event der Zukunft ist virtuell und real!

**G**ecancelte Events und geschlossene Locations – wer dieser Tage in der Veranstaltungsbranche tätig ist, braucht starke Nerven. Millionen Jobs stehen auf dem Spiel, der sechstgrößte Wirtschaftszweig Deutschlands kurz vor dem Zusammenbruch. Wie kämpft sich eine Branche, deren Grundkonzept die Begegnung ist, aus der Corona-Krise?

## Professionell und sicher

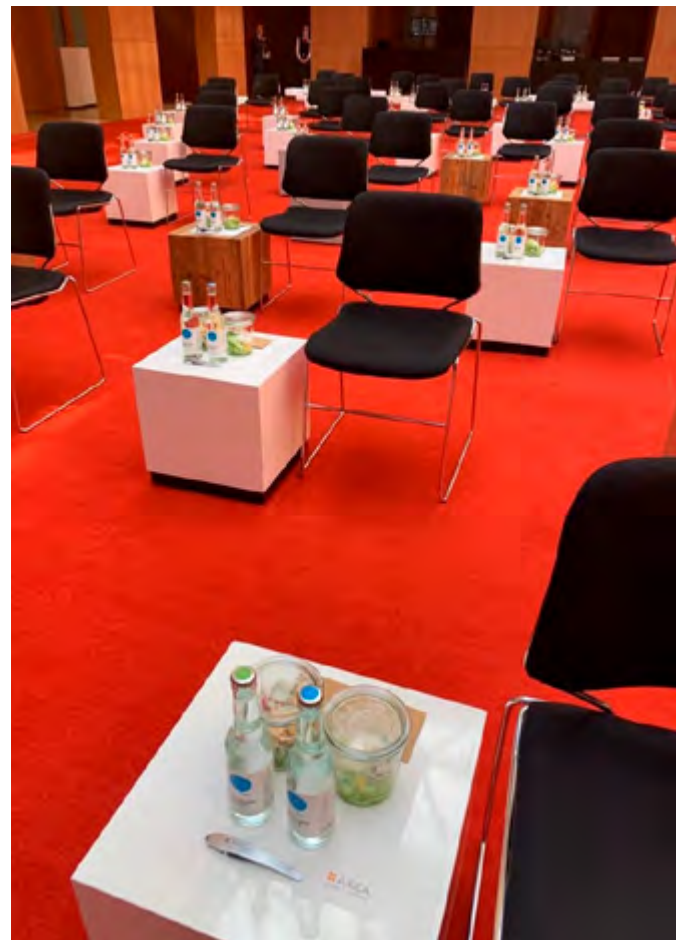
„Die Menschen sind verunsichert. Die Infos zu den Verordnungen ändern sich teilweise stündlich und meist sind diese seitenlang. Dazu kommt, dass die Zulässigkeiten der Bundesländer nicht ganz klar sind und das Beamtendeutsch“, so Stephan Mahnecke, Vorstand der Party Rent Gruppe & Vorstandsvorsitzender des *visitBerlin* Convention Partner. Vor allem mit professionellen Hygienekonzepten will man der Verunsicherung entgegenwirken und das Überleben der Branche sichern. „Wir, als sechstgrößte Branche in Deutschland, müssen jetzt zusammenhalten und unsere Kunden aufklären und abholen. Mit einem Hygienekonzept sind B2B-Events sicher. Jetzt gilt es die Kunden davon zu überzeugen“, betont Mahnecke.



*Stephan Mahnecke, Vorstand Partyrent Gruppe und Vorstandsvorsitzender visitBerlin Convention Partner e.V.*

Maskenpflicht, Abstandsregeln, Kontaktbeschränkungen – nicht nur im Privaten, auch im Beruflichen bringt die Corona-Pandemie große Herausforderungen mit sich. Während Kurzarbeit, Homeoffice und Zuschüsse in einigen Branchen die größten Schäden bis hierher abfangen konnten, sieht es für die Veranstaltungswirtschaft noch immer und auf ungewisse Zeit ziemlich düster aus. Wie keine andere Branche ist sie auf sozialen Kontakt angewiesen. Die aktuellen Maßnahmen zur Eindämmung von COVID-19 machen ein wirtschaftliches Agieren an vielen Stellen allerdings unmöglich.

Ohne ein maßgeschneidertes Hilfsprogramm der Regierung droht zehntausenden Soloselbstständigen und klein- sowie mittelständischen Unternehmen die baldige Pleite. Damit steht aber nicht nur ein wirtschaftlicher Sektor vor dem Kollaps, sondern auch ein wichtiger Teil der Kultur.



*Mitgliedertreffen von visitBerlin Convention Partner e. V. – Vorbereitungen laufen*



visitBerlin Convention Partner e. V.

Mitgliedertreffen von visitBerlin Convention Partner e. V.

In Zusammenarbeit mit dem Berliner Senat, *visitBerlin* und anderen Verbänden hat der *visitBerlin* Convention Partner e.V. ein Hygienerahmenkonzept abgestimmt, welches stetig nach den neuesten Bestimmungen aktualisiert wird. Gemeinsam mit den Mitgliedern des Vereins und anderen Mitwirkenden erarbeitet der Verband derzeit eine Art "Werkzeugkoffer", um nützliche Tools für die Durchführung von sicheren und hygienekonformen Veranstaltungen zu gewährleisten. Außerdem wurden für öffentliche Events weitere Lockerungen beschlossen. Mahnecke hierzu: „Auf Privatfeiern kommen sich die Menschen viel näher. Man kennt sich, hat sich gern, nimmt sich in den Arm. Im beruflichen Kontext ist man von vornherein eher auf Distanz. Da lassen sich die Maßnahmen wesentlich einfacher umsetzen.“

*„Die Menschen sind verunsichert. Die Infos zu den Verordnungen ändern sich teilweise stündlich und meist sind diese seitenlang. Dazu kommt, dass die Zulässigkeiten der Bundesländer nicht ganz klar sind und das Beamtendeutsch ...“*

Stephan Mahnecke

## Die Krise als Chance

Ein dauerhafter Verzicht auf den persönlichen Kontakt ist keine Option, der Mensch braucht den „live Moment“. Social Media-Aktionen, virtuelle Events und Live-Streams helfen und finden Anklang bei Kunden und Publikum. „Aber das monatelange Zuhausebleiben hat die Menschen hungrig gemacht nach Live-Momenten. Unsere Kunden wünschen vermehrt Konzepte, die diese Erfahrung auch jetzt möglich machen“, so Kaspar Althaus, CEO aveato Catering & Schatzmeister *visitBerlin* Convention Partner, „Daher ist es keine Frage ob live oder virtuell, sondern welche Kombination der beiden für die einzelnen Events optimal ist!“

So ist die Krise auch Chancengeber und Motor für neue, innovative Ideen. Etablierte Bereiche müssen verlassen und neue Wege und Räume erschlossen werden. Auch Mahnecke sieht hier großes Entwicklungspotential und verweist auf Colja M. Dams, geschäftsführender Gesellschafter der VOK DAMS Agentur. Auch dieser sieht die Zukunft in einem Mix aus virtueller und persönlicher Live-Erfahrung. „Hybrid Events sind Format der Zukunft. Mit einer Kombination von live und virtuellen Teilnehmern. „Alt“ und „neu“ werden über diesen Weg harmonisch ineinander verschmelzen“, erklärt Dams. „Es werden sich offene Hybrid Event-Konzepte durchsetzen, welche führende Anwendungen integrieren. Das platte Übersetzen von Live-Formaten in den digitalen Raum wird nicht funktionieren. Teilnehmer vergleichen nicht live und virtuell – sondern möchten ein Erlebnis und sind Spannung gewöhnt.“

 [www.convention-partner.com](http://www.convention-partner.com)

# Berliner Hoteliers zeigen sich besorgt, aber hoffungsvoll

Der Shutdown und die derzeitige Situation stürzen das Gastgewerbe in die tiefste Krise der Nachkriegszeit.

Trotzdem oder gerade deshalb haben die meisten Hoteliers in den vergangenen Wochen die Wiedereröffnung gewagt – so wie auch Robert Petrovic, General Manager im The Ritz-Carlton, Berlin. „Unser Re-Opening wurde sehr positiv von unseren Gästen aufgenommen und wir durften direkt nach der Ankündigung ein Buchungsplus für die ersten Wochen von rund 15 Prozent verzeichnen. Wir hatten dafür gemeinsam mit der Flying Steps Academy in Berlin ein besonderes Video produziert, das offensichtlich den Nerv der Zeit getroffen und unseren Gästen Lust auf einen Besuch bei uns gemacht hat“, freut sich Petrovic. Die Belegung sei zwar weit hinter den Vorjahreszahlen zurück, dennoch sei er vorsichtig optimistisch. Gemeinsam mit der Firmenzentrale sei in den Monaten der Schließung ein umfangreiches

Hygienekonzept erarbeitet worden. „So bieten wir z. B. einen persönlichen Hygieneassistenten an, der während Events auf die Einhaltung aller Auflagen achtet und für die Desinfektion von Arbeitsmaterialien sorgt“, erklärt Petrovic. Um gerade jetzt besondere Anreize zu schaffen, habe das Haus am Potsdamer Platz nicht nur maßgeschneiderte Angebote je nach Zielgruppe aufgelegt, sondern werde auch die Terrasse den gesamten Winter öffnen.

## Blau und Grün sind gefragt





Eine Maßnahme, die auch Stefan Athmann seinen Gästen im Schlosshotel Berlin by Patrick Hellmann in der Brahmsstraße anbietet. „Wir werden eine Art Hütte auf der Terrasse errichten, um eine Alternative zum Restaurant anbieten zu können“, erklärt der erfahrene Hotelier, der neben dem Haus im Grunewald auch das Hotel Bristol Berlin am Kurfürstendamm als General Manager leitet und so die Unterschiede zwischen einem Hotel im Grünen und einem in der City kennt. „Ich würde mir von der Politik wünschen, allen Gastronomen einen Anreiz wie z. B. einen Zuschuss zu geben, einen Außenbereich zu schaffen, der wintertauglich ist, um sich über die kalte Jahreszeit zu retten“, schlägt er vor. Während das Bristol bei der Belegung noch hinter dem Vorjahr liegt, waren die letzten September-Wochenenden im Schlosshotel fast ausgebucht. „Blau und Grün zieht“ – so der Hotelier und meint damit, dass die exponierte Lage des Hotels am Wald und Wasser gerade jetzt lieber gebucht werde als z. B. das Bristol am Kudamm. Gerade im Letzteren würden die ausländischen Touristen sowie die Geschäftsreisenden fehlen. →



*„Unser Re-Opening wurde sehr positiv von unseren Gästen aufgenommen“*

Robert Petrovic,  
General Manager im The Ritz-Carlton Berlin

© Ricarda Spiegel

-  [www.schlosshotelberlin.com](http://www.schlosshotelberlin.com)
-  [www.bristolberlin.com](http://www.bristolberlin.com)
-  [www.ritzcarlton.com](http://www.ritzcarlton.com)
-  [www.regenthotels.com/regent-berlin](http://www.regenthotels.com/regent-berlin)





© privat

Stefan Athmann,  
Schlosshotel Berlin by Patrick Hellmann

*„Ich würde mir von der Politik wünschen, allen Gastronomen einen Anreiz wie z. B. einen Zuschuss zu geben, einen Außenbereich zu schaffen, der wintertauglich ist, um sich über die kalte Jahreszeit zu retten“*

Der Spa-Bereich sei hier auch noch geschlossen, weil der wirtschaftliche Nutzen zu gering sei – so Athmann. Für das Schlosshotel praktiziert der 49-Jährige ein besonderes Hygiene-Konzept. „Wir vergeben time slots. So hat jedes Zimmer die Möglichkeit, für anderthalb Stunden den gesamten Spa alleine zu nutzen, was sehr gut ankommt.“

### **Hygienekonzept ist unaufgeregt erlebbar**

Auch in der früheren Wirkungsstätte Athmanns, dem Regent Berlin, in dem seit Juni 2019 Claus Geißelmann die Geschicke des Hauses an der Charlottenstraße in Mitte leitet, werden seit Mitte September wieder Gäste empfangen. „Wir sind wirklich sehr glücklich darüber, dass wir das Haus wieder öffnen konnten. Die Mitarbeiter\*innen haben darauf gewartet, aber auch unsere Stammgäste haben immer wieder nachgefragt, wann sie bei uns buchen können. Wir haben seit Mitte September eine Belegung von über

20 Prozent. Da ist noch deutlich Luft nach oben, aber für den Start sind wir schon mal ganz zufrieden“, erklärt Geißelmann. Sein Hygiene konzept sei unaufgeregt erlebbar. „Anfangen beim Doorman, der die Koffer in Empfang nimmt, bis hin zum Room Service, der auf Wunsch Speisen auf die Zimmer bringt. Durch die Zusammenarbeit mit branchenführenden Experten wie Cleveland Clinic sowie daraus entwickelten Servicemaßnahmen können wir den erforderlichen Schutz bieten; das versprechen wir mit unserem Clean Promise Siegel“, erläutert Geißelmann. Um nicht nur Besucher, sondern auch Berliner anzusprechen, bietet er seit Anfang Oktober im Restaurant „Charlotte & Fritz“ jeden Sonntag einen sogenannten „Sunday Family Lunch“ an. Außerdem gibt es die „Personal Havens“: kunstvoll gestaltete Packages, die inspirierende und intime Momente für die Gäste des Hotels kreieren wie die „Dichter Lounge“ oder das Champagner-Tasting mit dem Sommelier des Hauses.

Wie auch die meisten der anderen Hoteliers legt Claus Geißelmann den derzeitigen Fokus auf den nationalen und lokalen Markt. Aus diesem Grunde bieten auch viele Berliner Hotels in dem „Erlebe Deine Stadt!“ Herbstspecial von visitBerlin den ganzen Oktober attraktive Packages für Berliner an.

von Martina Reckermann



© Regent Berlin

Claus Geißelmann, Regent Berlin

*„Wir sind wirklich sehr glücklich darüber, dass wir das Haus wieder öffnen konnten.“*

# Hickhack um Heizpilze und Zelte

**D**er prächtige Altweibersommer kam Berlins Gastwirten und Hoteliers nach dem pandemiebedingten Spätstart gerade recht. Die lange Outdoor-Saison sorgte endlich für Umsatz. Dennoch: der Herbst ist gekommen und gibt der Branche berechtigten Anlass zur Sorge.

Wenn im Außenbereich die Freisitze wegbrechen und zeitgleich im Gastraum nur ein reduziertes Platzangebot zur Verfügung steht, fürchten viele Betreiber um ihre Existenz. Die Lage ist prekär. Vier von fünf Betrieben haben Kurzarbeit angemeldet, jedes dritte Unternehmen muss Entlassungen vornehmen und jede zweite fürchtet die Insolvenz. Angesichts dieser angespannten Lage hatte der DEHOGA-Bundesbranchenverband bereits im August für ein zeitweises Comeback der Heizpilze plädiert.

*Der Herbst hat begonnen. Berlins Gastronomen hoffen mittels „Wärmequellen“ auf eine Verlängerung der Outdoor-Saison.*

## Uneinheitliche Regelungen

Während in Reinickendorf und Charlottenburg-Wilmersdorf mit ca. 2.500 Lokalen der Einsatz dieser Geräte von den Behörden gestattet wurde, hagelte es harsche Kritik aus den von Grünen Politikern regierten Stadtbezirken wie Friedrichshain-Kreuzberg und Mitte. „Jedes Gramm Kohlenstoffdioxid, was zusätzlich in die Luft gepustet wird, bringt uns näher an den Rand der Katastrophe“, argumentierte Monika Hermann, Stadtbezirksbürgermeisterin von Friedrichshain-Kreuzberg, gegenüber der Tageszeitung „Morgenpost“. Auch ihr Amtskollege aus Mitte, Stephan von Dassel, lehnte die Heizpilze strikt ab. Er favorisierte moderne Lüftungsgeräte in Restaurants und Bars. Wirtschaftsministerin Ramona Pop, äußerte sich diesbezüglich differenzierter. Gastbetriebe lehnte sie zwar ebenfalls ab, verwies jedoch auf elektrische Geräte mit Ökostrom oder Infrarotwärme.





© Marion Schlag

StäV-Gastronom Jörn Peter Brinkmann (l.) und DEHOGA Berlin-Hauptgeschäftsführer Thomas Lengfelder testeten den neuen, mit Pellets beheizbaren Terrassenstrahler.

Da die Unterstützung der Politik begrenzt ist, bedarf es des Einfallsreichtums der Lokalbetreiber, um individuelle Lösungen für ihre Location über den Herbst und Winter zu finden. Jörn Peter Brinkmann, Geschäftsführender Gesellschafter des Kultlokals „Ständige Vertretung“, kurz StäV genannt, hat in diesem Sinne gehandelt. Weil in den Innenstadtbereichen bereits seit 2009 Heizstrahler komplett verboten sind, kaufte er im Baumarkt sechs gasbetriebene Geräte für den Außenbereich. Richtig teuer sind die dazu gehörigen Gasflaschen von 30 Euro pro Stück, die lediglich für einen Tag reichen. Auf der Suche nach einer umweltfreundlichen Alternative wurde Brinkmann aber fündig und schaffte zusätzlich drei CO<sub>2</sub>-neutrale Terrassen-Strahler mit kostengünstiger Pellet-Feuerung zum Grundpreis von 2.500 Euro je Gerät an. Ein optischer Eye-Catcher ist die große Glasröhre, in der sich in kürzester Zeit eine dekorative Flamme entwickelt und behagliche Wärme mit bis zu drei Metern Heizleistung spendet. „Wir kämpfen um unsere Existenz und wir sind einfallsreich“, kommentierte der rührige StäV-Chef seinen Einsatz. Allerdings steckt er in der Zwickmühle, denn er weiß noch nicht ganz genau, ob die behördliche Genehmigung zur Geräteaufstellung überhaupt kommt. Andererseits muss er den Platzverlust ausgleichen, schließlich müssen, bedingt durch die Abstandsregelungen, die Innenplätze halbiert werden.

## Ärger mit Behörden

Eine weitere und vor allem umweltfreundliche Alternative wäre zudem, dass das am Spreeufer angemietete Areal mit einem hochwertigen Zeltaufbau und Glasfenstern zu überdachen. Die Gäste wären vor Kälte geschützt und der notwendige Luftaustausch zwecks Aerosolreduzierung könnte schnell vonstattengehen. Das Mieten eines solchen Zeltes bis zum kommenden Frühjahr würde etwa 30.000 Euro kosten. Eine hohe Investition, die Gastronom Brinkmann aber zwecks Arbeitsplatzertüchtigung seiner 60 Mitarbeiter\*innen ins Auge gefasst hat. Doch auch hier blockte die Behörde und lehnte den Antrag ab. Die Begründung: Die „Einhausung“ (so im Amtsdeutsch) von Schankgärten würde die Optik des Straßenbildes belasten und denkmalschutzrechtliche Belange berühren. „Es ist ein Unding“, ärgerte sich der Wirt. „Geschätzt jeder dritte Gastro-Betrieb in der Stadt ist durch die Corona-Krise in seiner Existenz bedroht.“

*„Wir kämpfen um unsere Existenz und wir sind einfallsreich“*

*StäV-Gastronom Jörn Peter Brinkmann*

Die Berliner Politik, die stets verspricht, die Gastronomen in der aktuellen Situation zu unterstützen, zeigt in der Praxis kein Verständnis für unsere Notlage.“ Jörn Peter Brinkmann will gegen die Entscheidung klagen. Der DEHOGA Berlin sagte Unterstützung zu. Hauptgeschäftsführer Thomas Lengfelder verwies auf den von Wirtschaftsministerin Ramona Pop einberufenen Gastro-Gipfel vom 29. September 2010 mit Branchenvertretern, Bezirksbürgermeistern, Bezirksstadträten sowie den Geschäftsführern von IHK, *visitBerlin* und DEHOGA Berlin. Danach wurde Einigkeit u. a. dahingehend erzielt, dass „Einhausungen“ auf genehmigten Flächen geduldet werden. Beim Thema Außenflächen stimmte die Runde unter Beachtung der Brandschutzregeln für „Wärmequellen“. Eine Formulierung mit diversen Interpretationsmöglichkeiten je nach Stadtbezirk. Der Branchenverband plädierte berlinweit für unbürokratische, finanziell stemmbare und vor allem schnelle Entscheidungen im Interesse der etwa 19.000 Gastronomiebetriebe. Für die hat sich seit der kürzlich eingeführten Sperrstunde zwischen 23.00 Uhr bis 6.00 Uhr die Situation noch einmal dramatisch verschärft. Außerdem ist der ablehnende Behördenbescheid gegenüber dem StäV angesichts bereits bestehender „Einhausungen“ von Schankgärten direkt am Alexanderplatz und damit ebenfalls im Bezirk Mitte gelegen, nicht nachvollziehbar.

von Marion Schlag

# Ausbildungsqualität auch in Zukunft wichtig

## Erste Berliner Ausbildungsbetriebe erhalten Qualitätssiegel „TOP-Ausbildungsbetrieb“

**A**usbildung ist in der aktuellen Situation kein leichtes Unterfangen. Und auch wenn nicht absehbar ist, wie die meisten der Betriebe durch diese schwierigen Zeiten kommen, eins ist sicher, irgendwann geht es weiter und dann wird das Thema Fachkräftesicherung vielleicht noch wichtiger sein als zuvor.

Eine gute Ausbildungsqualität kann einen positiven Beitrag dazu leisten, den Fachkräftenachwuchs von morgen zu sichern. Das haben insbesondere die Betriebe erkannt, die sich auf den Weg gemacht haben, sich mit dem neuen DEHOGA Qualitätssiegel zertifizieren zu lassen. In Berlin sind es mit Stand September 2020 insgesamt 21 Betriebe, die mit dem Siegel verbundenen Kriterien erfüllt haben (bundesweit ca. 180 – weitere 100 befinden sich im Zertifizierungsprozess)

Alle TOP-Ausbildungsbetriebe verpflichten sich zur Einhaltung der dazugehörigen zwölf Leitsätze für eine Ausbildung mit hoher Qualität. Dazu zählen u.a. Kriterien wie eine angemessene Einarbeitungszeit, die Betreuung durch einen „Paten“ sowie eine Ausbildung auf fachlich wie menschlich hohem Niveau. Ein besonderes Augenmerk legt das neue Gütesiegel auf Wertschätzung, gegenseitigen Respekt und eine offene Gesprächskultur.

Das Feedback der Auszubildenden zur Einhaltung der Leitsätze im Ausbildungsbetrieb ist das Kernelement im Zertifizierungsprozess des neuen DEHOGA-Siegels. Mit der Zertifizierung erhalten Betriebe zudem u.a. Zugriff auf ein Auswertungstool und eine Best Practice Datenbank, die bei der Qualitätssicherung unterstützen sollen. Zudem kann die Zertifizierung beim jeweiligen Ausbildungsmarketing der Betriebe hilfreich sein.

Berliner TOP-Ausbildungsbetriebe (A-Z)
25hours Hotel Bikini Berlin
Albrechtshof Hotel Betriebs GmbH
centrovital
Citylight Hotel GmbH
Hilton Berlin
Holiday Inn Berlin Centre Alexanderplatz
Hotel am Steinplatz
Hotel Berlin, Berlin
Hotel Bristol Berlin
ibis Berlin Hauptbahnhof
Mercure Hotel & Residenz Berlin Checkpoint Charlie
Mercure Hotel MOA Berlin
Mövenpick Hotels Dtl. GmbH
NH Collection Berlin Friedrichstrasse
Novotel Berlin Am Tiergarten
Novotel Suites, Ibis und Ibis Budget Berlin City Potsdamer Platz
PACE Paparazzi Catering & Event GmbH
Pullman Berlin Schweizerhof
Sheraton Berlin Grand Hotel Esplanade
Sofitel Berlin Kurfürstendamm
THE MANDALA HOTEL

Wir gratulieren allen Betrieben zu dieser Auszeichnung und wünschen weiterhin viel Erfolg!

In den nächsten Ausgaben werden wir Betriebe und ihre Auszubildenden vorstellen, die das Siegel „TOP-Ausbildungsbetrieb“ erhalten haben.

### Das Siegel TOP-Ausbildungsbetrieb

Die bundeseinheitliche Auszeichnung wurde aus den verschiedenen regionalen Qualitätsinitiativen heraus entwickelt. Dem Startschuss zu TOP-Ausbildungsbetrieb ist ein intensiver Entwicklungsprozess vorausgegangen, getragen durch die 17 DEHOGA-Landesverbände und kontinuierlich begleitet durch einen Beirat. Informationen, Leitsätze und Teilnahmebedingungen zur Zertifizierung TOP-Ausbildungsbetrieb stehen auf der Homepage [www.topausbildung.de](http://www.topausbildung.de) bereit. Bewerber, die sich für einen der sechs Ausbildungsberufe im Gastgewerbe interessieren, bietet das neue Onlineportal eine wertvolle Orientierungshilfe bei der Suche nach Betrieben mit hoher Ausbildungsqualität.





# Wer, wenn nicht wir?

„...DENN WIR STEHEN FÜR TOP-AUSBILDUNG –  
VON UNSEREN AZUBIS SELBST BESTÄTIGT“

## So geht Azubi-Marketing heute.

Das neue Qualitätssiegel "TOP-Ausbildungsbetrieb"  
mit dem Win-Win-Faktor!

Mit der Initiative schafft der DEHOGA erstmals eine bundesweit einheitliche Zertifizierung für einen hohen Ausbildungsstandard. Lassen Sie Ihren Betrieb zertifizieren und heben Sie sich mit dem Qualitätssiegel als attraktiver Ausbildungsbetrieb hervor.

[www.topausbildung.de/mitmachen](http://www.topausbildung.de/mitmachen)

*Machen Sie mit!  
Eine TOP-Ausbildung ist  
ein Gewinn für alle!*



Haben Sie Fragen zum neuen Qualitätssiegel?  
Rufen Sie uns gerne an unter **030. 318048 - 25** oder  
senden Sie uns eine E-Mail an [info@topausbildung.de](mailto:info@topausbildung.de)!

Eine Initiative des  
 **DEHOGA**

# Zwischenbilanz der Belegungsrate im Corona-Jahr 2020

Ein Einblick abseits vom Mittelwert – wer führt, wer ist Schlusslicht?

Der Informationswert eines Durchschnittes ist naturgemäß eingeschränkt. Bestes Beispiel waren die deutlichen Unterschiede bei der Belegungsrate und Preisentwicklung in den Sommermonaten, die die getrennte Auswertung der Ferienhotellerie und der Stadthotellerie sichtbar machte.

Die folgende Auswertung bezieht sich ausdrücklich auf den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 30. September – inklusive der Wochen mit dem Vermietungsverbot an Touristen. Schließlich belastet der Totalausfall erheblich die Jahresbilanz und wie viele Hotelbetriebe durch den coronabedingten Umsatzrückgang von einer drohenden Insolvenz bedroht sein werden, wagt noch keiner zu schätzen.

Durch die auflaufende Betrachtung zum 30. September glätten sich zwar saisonale Unterschiede, doch sichtbar bleibt das Trennende – je nach gewählter Segmentierung mal stärker, mal weniger stark, aber immer deutlich wie die Grafik zeigt. Die Besonderheit für Berlin und Hamburg – beide Städte gehen zweimal ins Rennen: Beim Ranking der A-Destinationen sowie beim Ranking der Bundesländer. Im Ranking der Bundesländer, erhielt die Hauptstadt als Schlusslicht die rote Laterne. Tatsächlich ist Schleswig-Holstein jedoch „nur“ führend beim geringsten negativen Wachstum der Belegung – Mecklenburg-Vorpommern gebührt der 1. Platz beim Ranking bei der absoluten Belegungsrate (58,4 %) sowie bei der Wachstumsrate der Zimmerpreise (+17,0 %), gefolgt von Brandenburg (+10,8 % ADR) und Schleswig-Holstein (+5,2 % ADR).

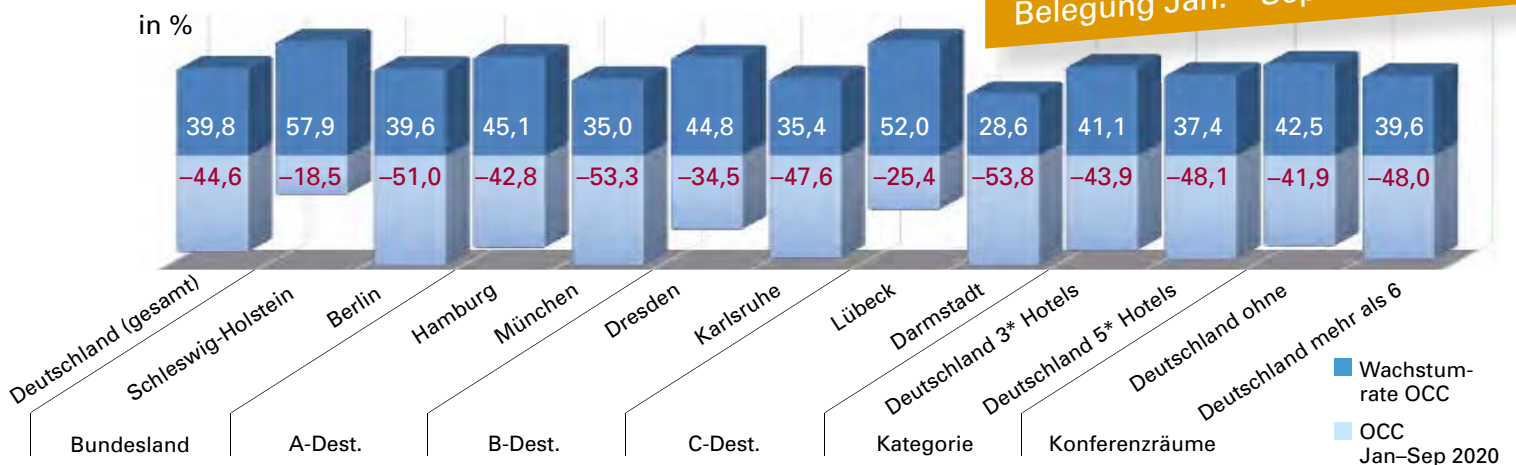


## Gästestruktur direkt sichtbar in der Hotelperformance

Reine Messestädte hatten es mit Corona mehr als schwer. Durch Absagen, Verschiebungen und jetzt den Digitalisierungskonzepten blieb der Messegast den Hotels fern. Das Gleiche galt für Konferenzen. Der negative Effekt auf die Leistungsbilanz zeigt sich deutlich bei der Segmentierung der Benchmarkdaten deutschlandweit in Hotels „ohne Konferenzraum“, „weniger als 6“ und „mehr als 6“. Die Kombination mit den zusätzlich fehlenden ausländischen Touristen schiebt München auf den letzten Platz im Ranking. Berlin liegt irgendwo dazwischen mit 39,5 % Belegung (-51,0 %), 87,60 € ADR (-12,3 %) sowie 34,60 € RevPar (-57,1 %).

Die Entwicklung der B- und C-Destinationen verhielt sich analog. Wer eine diverse Gästestruktur hatte, der kam besser zurecht. Auf den preissensiblen privat Reisenden war am ehesten Verlass. Eine Umstand, den vermutlich Nürnberg als eine der Top deutschen Messestädte vor zu großen negativen Bewegungen beim ADR-Wachstum (-1,7 %) bewahrte. Zum Vergleich, Hannover gab um -16,9 % bei der Zimmerrate nach.

in %



1. & letzter Platz: Wachstumsrate der Belegung Jan. – Sep. 2020 zum VJ

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

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

Fairmas GmbH, EUREF-Campus 13, 10829 Berlin, Tel: 030. 322940520, Fax: 030. 322940521 @ office@fairmas.com www.fairmas.com

# Kampagne sensibilisiert für Corona-Regeln

Plakate und Anzeigen sollen Berliner\*innen und ihre Gäste für Hygienemaßnahmen gewinnen

Steigende Infektionszahlen durch angemessenes Verhalten verringern. So lautet das Ziel der aktuell laufenden Sensibilisierungskampagne für die Corona-Regeln. Nach einem Sommer mit vergleichsweise niedrigen Infektionszahlen hat sich die Dynamik in den letzten Wochen erneut beschleunigt. Um die Ausbreitung des Corona-Virus möglichst wieder einzuschränken, hat die Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe gemeinsam mit dem DEHOGA Berlin und *visitBerlin* Mitte September eine neue Kampagne ins Leben gerufen. Alle Berliner\*innen und Besucher\*innen sollen dafür sensibilisiert werden, Berlin als sichere Destination zu erhalten auch im eigenen Interesse.

„Maske auf. Sonst Lokal zu“ – so lautet einer der gewollt frechen Sprüche der Kampagne. Statt auf erhobenen Zeigefinger setzen die Plakate und Motive auf trockenen Humor und die bekannte „Berliner Schnauze“. Der Ansatz hinter der berlinweiten Kampagne: nur gemeinsam kann das Infektionsgeschehen eingeschränkt und damit das vielfältige Angebot der Stadt erhalten werden.

Die Kampagne startete Mitte September zunächst auf digitalen Werbetafeln, unter anderem an der Warschauer Straße, am Rosenthaler Platz, am Hackeschen Markt, am Alexanderplatz und an der Kastanienallee. Inzwischen wurde die Kommunikation schrittweise auf Online-Anzeigen und Social-Media-Aktivitäten ausgeweitet. Geplant ist außerdem, mit Promotern an ausgewählten Orten vertreten zu sein, um für die Regeln zu sensibilisieren. Für Gastronomen produzierte Werbemittel wie Bierdeckel können als kostenloses Starter-Kit über die Webseite [about.visitBerlin.de](http://about.visitBerlin.de) bestellt werden. Auf der Webseite stehen ebenfalls die Kampagnen-Motive kostenfrei zum Download zur Verfügung. Zusätzlich werden die zentralen Akteure gemeinsam mit den entsprechenden Branchenvertretern direkt und persönlich angesprochen. So soll weiterhin die Gesundheit aller Berliner\*innen und Besucher\*innen geschützt werden.

 [about.visitberlin.de](http://about.visitberlin.de)

(v.l.n.r.) Burkhard Kieker, Ramona Pop und Christian Andresen

**visit**  **Berlin**



# #socialmedia



Berliner Kampagne...



The Cube am Hauptbahnhof. Könnte auch ein Hotel sein. Zumindest ein Anziehungspunkt aus Glas und Spiegel.



Christian Andresen mal mit dem Roller unterwegs. Nachhaltig, keine nervige Parkplatzsuche und zudem viel schneller ...



Die Ausgaben der hogaAKTIV stehen auch online auf [dehoga-berlin.de](http://dehoga-berlin.de) zur Verfügung



dehoga\_berlin – werde Follower!



# Restaurant Christopher's erhält flagship-Plakette

Am 1. September erhielten Christoph Kümper und David Monnie, die beiden Betreiber des Fine-Dining-Restaurants „Christopher's“ in der Charlottenburger Mommsenstraße lang erwarteten und ersehnten Besuch: Bernhard Moser, Leiter der Fachgruppe flagship des DEHOGA Berlin war zu Besuch, um die begehrte Plakette für „Leading Restaurants of Berlin – certificate of excellence“ zu überreichen. Die Aufnahme in die Gruppe ist gebunden an Bewertungen der wichtigsten Restaurantguides, so benötigt man zusätzlich zur Mitgliedschaft im DEHOGA Berlin entweder 1 Stern im Guide Michelin, 15 Punkte im Gault&Millau oder mindestens 3 F im Feinschmecker.

„Das Christopher's gehört schon lange zu den ganz exzellenten Adressen Charlottenburgs, ich freue mich sehr, dass nun auch diese Perle ihre herausragende Stellung mit der flagship-Plakette nach außen kommunizieren kann. Denn flagship-Gastronomen zählen zu den innovativsten Fine-Dining-Restaurantbetreibern Berlins“, freut sich Bernhard Moser. Kümper's Gerichte passen extrem gut zu Berlin, bedient er sich doch auf wunderbare Weise trendiger

Küchenstile wie dem Deutschen, Portugiesischen, Spanischen, Japanischen bis hin zum Marokkanischen. All diese Aromen bringt der begabte Koch, der zuvor Erfahrungen bei Dieter Müller, Nils Henkel, Daniel Boulud und André Chiang sammeln konnte. Natürlich wird die Übergabe auch lukullisch gefeiert: bei wachweichem Ei in Backkartoffel in vegetabil schmeckender Frankfurter Sauce, herausragendem geräucherten Aal mit knackigen Birnenstückchen und knackigen Bohnen und Tomatensalat mit Pfirsich, Yuzu und Olivenöl, bei frischem, mit Parmesan überbackenem Kabeljau in einem Waldpilzsud nehmen wir erfreut zur Kenntnis, dass Berlin mittlerweile in der Weltspitze der gastronomisch wichtigen Großstädte angekommen ist.

Auch der Bezirksbürgermeister von Charlottenburg-Wilmersdorf Reinhard Naumann freut sich über die DEHOGA Berlin-Auszeichnung: „Charlottenburg wird immer mehr zum kulinarischen Hotspot Berlins. Dass das Christopher's nun bei uns ist, ist ein weiteres Indiz dafür. Ich freue mich sehr über diese Entwicklung!“, verrät er uns im persönlichen Gespräch.

von Bernhard Moser

 [www.christophers.online](http://www.christophers.online)



© Bernhard Moser

Christopher Kümper und Bernhard Moser (Festivalleiter eat! Berlin & Unterstützer des DEHOGA Berlin)

# Kfz-Versicherung: Wechselfrist naht

SIGNAL IDUNA erneut fairster Kfz-Versicherer

**D**er Herbst naht und damit auch das Fristende für alle, die zum 1. Januar 2021 ihre Kraftfahrtversicherung wechseln möchten. Darauf weist die SIGNAL IDUNA hin, gerade von FOCUS MONEY zum neunten Mal in Folge mit dem Titel „Fairster Kfz-Versicherer“ ausgezeichnet.



*„Ihre KFZ-Versicherung  
einfach wechseln –  
das war noch nie so einfach“*

Für die Autoversicherung wurden die Produktlinien Basis und Premium entwickelt. Für zusätzliche Flexibilität in der Gestaltung des gewünschten Versicherungsschutzes sorgen wählbare Bausteine.

Basis bietet einen im Marktvergleich günstigen Grundschutz gemäß den Empfehlungen der Verbraucherorganisationen. Premium ist auf eine besonders leistungsstarke Absicherung ausgelegt. Highlights des Premium-Angebotes sind z. B. die auf 24 Monate verlängerte Neu- und Kaufwertentschädigung, die Absicherung von Eigenschäden bis zu einer Höhe von 50.000 Euro sowie ein umfassendes Absicherungspaket für Fahrzeuge mit E-Kennzeichen.

Achtung: Die Kündigung eines Altvertrages muss bis spätestens zum 30. November beim Versicherer eingetroffen sein, damit ein Wechsel zum Jahresbeginn 2021 wirksam werden kann.



## Weitere Infos

über alle SIGNAL IDUNA Geschäftsstellen und Vertretungen oder unter [www.signal-iduna.de/autoversicherung-wechseln](http://www.signal-iduna.de/autoversicherung-wechseln)

**SIGNAL IDUNA**   
gut zu wissen

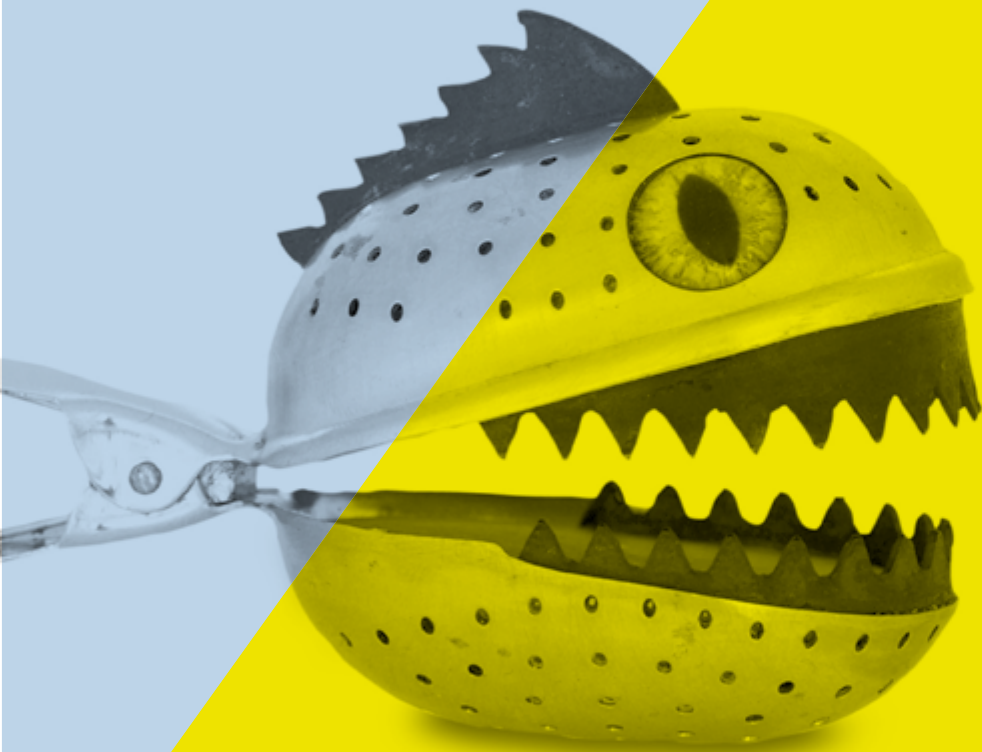
ARTS & CRAFTS DAYS

ZEUGHAUS

MESSE IM  
KÜHLHAUS  
BERLIN

KUNST  
HANDWERK  
DESIGN

SONDERAUSSTELLUNGEN  
HAWK-GESTALTUNG UND  
HAUS BRANDENBURG



12.-15.  
NOVEMBER  
2020

Objekt + Foto: Birgit Borstelmann  
Gestaltung: www.grossstadtzoo.de

WWW.ZEUGHAUSMESSE.DE

# Hotels als Berufung

## 30 Jahre Hotelerfahrung im Innenausbau

**D**ie Firma DSH GmbH wurde 1990 von Dr. Dietmar Dressler gegründet und ist seit nahezu 30 Jahren auf den gehobenen Hotellinnenausbau spezialisiert.

Die langjährige Hotelerfahrung stellt sicher, dass sowohl die Wünsche der Gäste, als auch die Anforderungen der Hotellerie Berücksichtigung finden. Durch die Übernahme von Geschäftsanteilen und den Eintritt in die Geschäftsführung durch die Töchter des Gründers, wurde die Grundlage für die zukünftige erfolgreiche Firmenentwicklung gelegt.

Das Fundament der Firmentätigkeit bilden die Entwürfe renommierter Hotelarchitekten, sowie eigene Konzepte mit innovativen Lösungen. Besondere Beachtung findet die Einhaltung des vorgegebenen Zeit- und Budgetrahmens. Hierdurch hat sich die Firma über Jahre hinweg einen Namen sowohl in der Kettenhotellerie als auch bei den Privathotels gemacht. Dieses wird auch ermöglicht durch eigene Produktionskapazitäten in der Metall-, Glas- und Holzbearbeitung.

Mitte der neunziger Jahre wurde die Tätigkeit zunehmend internationalisiert und Projekte in Frankreich, Benelux, Schweden, Dänemark und der Schweiz realisiert. Als Generalunternehmer wurde das Waldorf Astoria Trianon Palace Versailles erfolgreich saniert.

Als langjähriger Partner des DEHOGA Berlin konnte die Firma so in der Hauptstadt viele Spuren hinterlassen, so im The Westin Grand Berlin, Hilton Berlin, Pullman Schweizerhof Berlin, Hotel am Steinplatz Autograph Collection, KPM Hotel Berlin, The Ritz-Carlton Hotel Berlin, Sofitel Gendarmenmarkt und Sofitel Kurfürstendamm.

Durch die Erfahrung im hochwertigen Hotellinnenausbau ist die Firma auch im größeren Umfang für Boardinghausprojekte sowie gehobene Eigentumswohnungen beauftragt worden.



HOTEL PROJECTS

[www.dsh-hotelprojects.com](http://www.dsh-hotelprojects.com)



# Ihr Partner für den hochwertigen Innenausbau

Seit 30 Jahren sind wir zuverlässiger Partner von Architekten und Projektverantwortlichen für den gehobenen Innenausbau. Als Generalunternehmen koordinieren wir alle Gewerke. Vom Trockenbau über Fliesen- und Natursteinarbeiten bis hin zum Finishing bekommen Sie alles aus einer Hand.

Planen auch Sie ein Projekt? Dann nehmen Sie Kontakt mit uns auf:

DSH GMBH | Herzbergstraße 28 | 10365 Berlin | T +49 30 278 96 78 0 | [projects@dsh-berlin.de](mailto:projects@dsh-berlin.de)



30  
Jahre  
DSH

# Ein komplettes Umdenken kann den ganzen Betrieb retten

apaleo-Gründer Uli Pillau über die langanhaltende Talsohle bei den Buchungsanfragen und wie Hotels in Zukunft trotzdem Gewinne erwirtschaften können.

**Herr Pillau, es gibt aktuell täglich neue Entwicklungen in der Corona-Krise und Änderungen, nach denen sich Hotel und Gastronomie richten müssen. Wie sehen Sie die momentane Lage?**

**Uli Pillau:** Die Unsicherheit für die Hoteliers in Deutschland, in Europa und auch weltweit ist sicherlich gerade das Schlimmste. Dass zum Beispiel TUI auf Grund der Reisewarnung der deutschen Bundesregierung kurzfristig alle Mallorca und Spanienreisen umbuchen oder absagen musste, solche Ereignissen kommen plötzlich und unerwartet. Niemand ist dagegen gefeit in der momentanen Situation.



© apaleo

Uli Pillau

**Welche Veränderungen sehen Sie mittel- und langfristig bei der Buchungsnachfrage?**

Viele Märkte werden lange brauchen, um wieder zu dem Status von vor der Krise zu kommen. Und manche Segmente werden das wahrscheinlich nie wieder erreichen. Hoteliers bleibt nichts anderes übrig, als jetzt radikal neue Wege zu gehen. Der gesamte Event- und Konferenzmarkt, auf den sich viele Hotels vor allem in den Städten konzentrieren, wird in der Zukunft sicher anders aussehen. Sehr viele Messe- und Veranstaltungsfirmen erfinden sich gerade neu. Großveranstaltungen wie Konzerte oder Sportevents werden aus Sicherheitserwägungen auf einige Zeit nicht mehr so stattfinden können wie wir es kannten, die

meisten fallen einfach weg. Auch Geschäftsreisen werden zukünftig sicherlich nicht mehr im gleichen Rahmen stattfinden, da viele Firmen vermehrt auf Online-Meetings setzen. In anderen Markt Bereichen gibt es ähnliche Entwicklungen.

**Und wie wirkt sich das auf den gesamten Markt aus?**

Es gibt sicher einige Hotels, die auf Grund ihres Produktes oder ihrer Lage gut aufgestellt sind. Auch in den großen Weltstädten wird die Belegung irgendwann wieder akzeptable Höhen erreichen. Doch die überwiegende Anzahl von Hotels wird kämpfen müssen. Vielen bleibt nur, ihr Geschäftsmodell wirklich drastisch zu verändern. Die Alternative ist die Schließung des Betriebs oder der Verkauf. In den Nachrichten liest man fast täglich über Insolvenzen in der Hotel- und Gastronomiebranche.

**Kann man hier generalisierte Aussagen treffen?**

Das ist so natürlich nicht möglich. 5-Sterne-Häuser haben andere Voraussetzungen als Budget Hotels. Motel One wird in 2020 voraussichtlich einen Verlust von 80 Millionen Euro machen. Laut dem Gründer Dieter Müller erlebt die Gruppe so etwas zum ersten Mal. Doch es gibt etwas, das allen gemein ist: Ingo Peters, Direktor des Vier Jahreszeiten Hotels in Hamburg, sagte kürzlich in einem Interview, dass die deutlich niedrigere Belegung, sie dazu zwingt, komplett umzudenken. Eine Belegung wie in diesem Jahr ist für die meisten Häuser einfach nicht mehr kostendeckend. Allgemein sagt man, dass je nach Hotelart ein Minimum von ungefähr 60 bis

65 Prozent Belegung nötig ist, um zumindest die Kosten zu erwirtschaften. Erst danach macht man Gewinne. Die größten Kostentreiber sind die Pacht und natürlich die Personalkosten.

**Wie lange wird dieser Trend voraussichtlich anhalten?**

Das ist sehr schwer vorauszusagen. Viele auf den Hotelmarkt spezialisierte Analysefirmen prognostizieren aber, dass für 2020 und die Folgejahre an den meisten Orten und Städten noch mit Belegungen deutlich unter 50 Prozent gerechnet werden muss, oft sogar eher in die Richtung 30–40 Prozent. Dass viele Betriebe dadurch gezwungen sein werden zu schließen, das tut mir in der Seele weh. Ich bin seit

weit über 30 Jahren in der Hotelbranche, habe eine Ausbildung und die Hotelschule absolviert, arbeite seit langer Zeit eng auf der Softwareseite weltweit mit Ketten und Hotels zusammen und zähle etliche Hoteliers zu meinen Freunden. Was gerade passiert, ist mit nichts zu vergleichen, was wir bisher kannten.

**Welche Alternative empfehlen Sie, wenn man eine Schließung noch umgehen kann?**

Es gibt in einer Reihe von Ländern innovative Vorreiter für neue Hotelmodelle, die andere Wege gehen, oft durch Leute und Konzepte getrieben, die bereits in anderen Industrien erfolgreich waren. Sie setzen zum Beispiel auf voll automatisierte Hotels, die mit wenigen oder keinen Mitarbeitern vor Ort auskommen können. Solche Hotels arbeiten bereits mit Belegungen von 20, 30 oder 40 Prozent durchaus profitabel und produzieren deutliche Gewinne.

**Gibt es Hotelketten in Deutschland, die das bereits für sich nutzen?**

Hier kennen wir Limehome, Stayery oder Cosy, die auch unsere Kunden sind. Sie haben bereits bei ihrem Aufbau die komplette Riege an veralteten Legacy-Technologien ignoriert und setzen auf moderne Cloud-Plattformen, die ihre Konzepte auch wirklich unterstützen.

**Für neue Hotelgruppen und Hotels scheint das schlüssig. Aber was hilft den bestehenden Hotelbetrieben, die aktuell in Schwierigkeiten sind?**

Je länger man mit seinem Betrieb erfolgreich gearbeitet hat, desto schwieriger ist es, seine Arbeitsweise zu ändern. Für ein traditionelles Hotel ist ein komplettes Umdenken sicher ein schmerzhafter Prozess. Doch als Alternative zur Schließung oder zum Verkauf für die meisten der einzige Weg.

**Was genau schlagen Sie vor?**

Ein erster Schritt könnte sein, sämtliche F&B-Outlets und Restaurants zu schließen oder an dritte Betreiber zu geben. Außerdem alle alten Technologie-Systeme mit hohen Wartungs- oder Vertragskosten sofort zu kündigen und abzuschalten. Das alles jedoch nicht willkürlich und aktionistisch, sondern mit einem Plan, ein neues Produkt für einen veränderten Markt zu schaffen und neue Zielgruppen anzusprechen. Freigewordene, vorhandene Räumlichkeiten kann man neu definieren und wichtige Bausteine, die man für den Betrieb noch benötigt – wie das Housekeeping – outsourcen. Das alles mit dem Ziel im Kopf: Wie kann ich mein Hotel mit einer fortlaufenden Belegung von unter 40 Prozent mit Gewinn betreiben? Aus meiner Erfahrung heraus besteht der einzig mögliche Schlüssel in der Automatisierung über Technologie. Das erfolgreiche Hotel der Zukunft wird ein von Technologie getriebenes Hotel sein. Es wird nicht jedem leicht fallen, sein Hotelkonzept, das über Jahrzehnte hinweg so gut funktioniert hat, hinter sich zu lassen in allen Bereichen komplett neu zu denken. Doch dieser Weg kann den ganzen Betrieb retten.

**Welchen positiven Ausblick können Sie uns bieten?**

Da ich selbst als Hotelier gearbeitet habe, fühle ich mit der ganzen Industrie. Ich bin aber auch ein großer Optimist und sehe positiv in die Zukunft. Eine solche riesige Krise birgt immer auch große Chancen, wenn man sich auf die neuen Gegebenheiten einlässt. Um uns herum verändert sich gerade alles in einer viel höheren Geschwindigkeit als bisher gewohnt. Die Schwachstellen in den Industrien sind so sichtbar wie nie. Mit neuen Situationen, schnell lernen umzugehen, das kennen wir aus der Software-Entwicklung sehr gut. Wir erfinden uns in unseren Start-up Firmen tagtäglich neu. Deshalb kennen wir auch die Wege, die die Hotellerie in die Zukunft bringen kann.

**Uli Pillau** ist Unternehmer und Angel Investor. Er ist Gründer von apaleo, einem in München ansässigen Start-up-Unternehmen, das eine Cloud-Plattform der nächsten Generation für die Hotellerie entwickelt. Zuvor war Uli am Aufbau mehrerer sehr erfolgreicher Softwareunternehmen im Hotel- und Reisebereich beteiligt, u.a. Fidelio Software, heute das weltweit führende Property Management System für Hotelketten und Hotels. Anschließend leitete er IDEaS, ein Unternehmen, das die erste wissenschaftliche Revenue Management Software für die Hotellerie anbietet, die sich schnell zum Standard Yield & RMS System für Hotelketten und Hotels auf der ganzen Welt entwickelte.

**Über apaleo GmbH**

apaleo ist die offene Software-Plattform für die Hotellerie, die es jedem Betrieb ermöglicht, sich einen individuellen Technologie-Stack mit Property Management und integrierten Zahlungssystemen sowie kostenloser Integration von Drittanbieter-Applikationen und In-house-Lösungen zusammenzustellen. Basierend auf der Infrastruktur von apaleo kann jedes Hotel das ideale Gästeelebnis und die optimale Mitarbeitererfahrung verwirklichen. Erfahren Sie mehr unter

[www.apaleo.com/de](http://www.apaleo.com/de)  
[info@apaleo.com](mailto:info@apaleo.com)



# Interview mit Daniel Simon

OpenTable Country Manager Deutschland



Seit 2014 ist Daniel Simon als Country Manager und Vice President Global Sales & Services für OpenTable in Deutschland tätig und verantwortlich für die operative Leitung sowie den Bereich Sales & Restaurant Services.

## Zur Unterstützung der Gastronomie hat OpenTable das Preisprogramm „Open Door“ eingeführt. Wie entstand es und wie wird es angenommen?

Wir wissen, dass Restaurants mit sehr knappen Margen arbeiten, daher sind wir an diese Krise mit einem unternehmensweiten Engagement herangegangen, das sich auf effektive Lösungen zur Unterstützung unserer Partner und neuen Kunden konzentriert. Um Restaurants bei der Anpassung an

die gesundheitlichen, finanziellen und geschäftlichen Veränderungen zu unterstützen, haben wir das „Open Door“-Preisprogramm eingeführt. Sowohl neuen Kunden als auch bestehenden OpenTable-Restaurants, die sich für das Programm anmelden, erlassen wir bis Ende 2020 die monatlichen Grundgebühren und OpenTable-Netzwerkgebühren pro Gast.

In der gegenwärtigen Situation ist es für jede Branche schwierig, eine klare Vorhersage darüber zu machen, wie die Zukunft aussehen wird, da sich die Bedingungen von Tag zu Tag ändern. Deshalb konzentrieren wir uns auf durchdachte und wirkungsvolle Lösungen, die unseren Partnern helfen, diesen Sturm zu überstehen.

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

## Trotz starkem Sommer leidet die Gastronomie. Wie lange kann das gut gehen und wie hilft OpenTable?

Die gesamte Branche hat die Auswirkungen der Krise in den letzten Monaten stark zu spüren bekommen und uns ist bewusst, dass der Weg zur Erholung weiterhin schwierig sein wird - organisatorisch müssen die Restaurants ihre Arbeitsweise überdenken und die aktuell geltenden Richtlinien einhalten. Als Partner sehen wir es als unsere Aufgabe, die Restaurants optimal zu unterstützen. Wir tun unser Bestes, um ihnen zu helfen, wieder auf die Beine zu kommen. Unsere Reservierungstechnologie ist in der Lage, Restaurants, unabhängig von ihrer Größe und Location, bei der Anpassung an das neue Betriebsklima zu unterstützen. Wenn ein Restaurant noch nie zuvor Reservierungen benötigt hat und es eine Möglichkeit zur Kapazitätsverwaltung sucht oder seinen Raumplan anpassen muss, um sich an Social Distancing-Richtlinien zu halten, kann unsere Technologie helfen. Auch im Rahmen des Hygienekonzepts ist es möglich, den Gästen über das OpenTable-Profil des Restaurants aktuelle Gesundheits- und Sicherheitsinformationen zur Verfügung zu stellen und so für Transparenz zu sorgen. Wir gehen davon aus, dass viele Restaurants die Berührungspunkte mit den Gästen reduzieren werden, um die Effizienz zu steigern und das Infektionsrisiko zu senken. Laut unserer OpenTable-Umfrage gehen rund 56 Prozent der Restaurantgäste viel bewusster mit Hygienemaßnahmen im Restaurant um.\*



\*OpenTable-Umfrage zu Restaurantbesuchen und Reisezielen nach der Aufhebung der Lockdown-Regelungen, die im Zeitraum vom 15. Juni bis 18. Juni 2020 mit 1.602 Personen durchgeführt wurde.





**Wir suchen  
Verstärkung ab 2021!**

Mediaberater /  
Vertriebsmitarbeiter  
Außendienst (m/w/d)  
in Teil- oder Vollzeit

## CHECKLISTE

Zutreffendes bitte ankreuzen:

- Herz und Leidenschaft für regionale Werbung (Print & Digital)
- kompetentes, sympathisches und sicheres Auftreten
- zielorientierte und strukturierte Arbeitsweise
- Teamfähigkeit und Selbstständigkeit
- idealerweise erste Erfahrungen im Bereich Vertrieb/Verkauf
- Freude an der Betreuung von Bestandskunden & der Neukundenansprache
- sicherer Umgang mit MS Office und optional Online-Medien (Web/Social Media)
- Führerschein Klasse B

Sie haben mehr als 5 Kreuze gesetzt?

Dann haben wir Folgendes zu bieten:

- abwechslungsreiche Tätigkeit und zugeschnittenes Vertriebsgebiet
- flexible Arbeitszeiten und individuelle Vergütungsmodelle
- Büroarbeitsplatz/Homeoffice und Firmenwagen (optional)

Schicken Sie Ihre aussagekräftigen

Unterlagen (PDF) per E-Mail an:

Jürgen Blunck (Geschäftsführung),

j.blunck@tmm.de



# Wohlbefinden aus der Luft

Zufriedenere Gäste dank einer Erhöhung der Raumluftqualität

*„Gerade zu Zeiten der Corona-Pandemie ist uns die Wichtigkeit frischer und sauberer Luft bewusst geworden. Eine gute Raumluftqualität kann generell unsere Lebensbedingungen und unsere Gesundheit verbessern ...“*

... und das möchten wir natürlich gern an unsere Kunden weitergeben“, erklärt Uwe Palisch, Verkaufsleiter von Hildebrandt & Bartsch.

## Verunreinigungen der Luft

In jedem Raum wird man Hunderten von Schadstoffen ausgesetzt, seien es Feinstaub, flüchtige organische Verbindungen oder mikrobiologische Verunreinigungen. Dies kann zu gesundheitlichen Schäden wie Migräne oder Asthma führen. Dort, wo Menschen mehr Zeit verbringen, entsteht ein erhöhtes Risiko einer mikrobiologischen Verunreinigung. Der stetige Einsatz von Lufterfrischern und Reinigungsmitteln sowie Küchendämpfe erhöhen den Verunreinigungsgrad. Das ist unangenehm für die Gäste.

## Positive Auswirkungen besserer Luft

Mit einem neuen Produkt von Kenter, dem i-airPRO, möchte Hildebrandt & Bartsch seinen Kunden einen Wettbewerbsvorteil verschaffen. Der Luftreiniger mit hoher Kapazität verbessert die Raumluftqualität in mittleren bis großen Räumen und ist dabei schnell, sauber, umweltfreundlich und sicher. Er filtert feste Verunreinigungen, zersetzt flüchtige organische Verbindungen und neutralisiert alle leben-

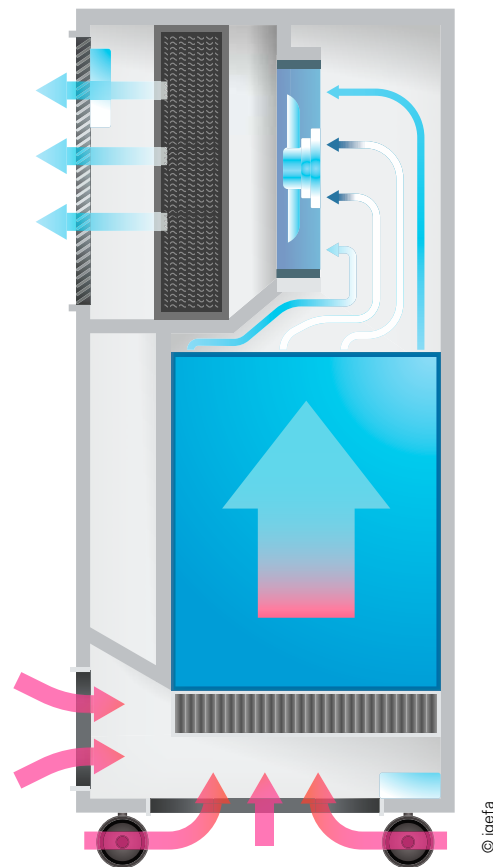
den schädlichen Mikroorganismen, darunter auch Viren wie das SARS-COV-2. Der i-airPRO hilft also dabei, der Pandemie entgegenzuwirken!

Neben einer Reduzierung von unangenehmen Gerüchen sowie der Gefahr von Kreuzkontaminationen, was auch ein sichereres und besseres Arbeitsumfeld schafft, liegen die Vorteile sauberer Luft auf der Hand: Der höhere Kundenkomfort steigert die Kundenzufriedenheit und die frische Luft zieht auch mehr Kunden an. Des Weiteren ist eine saubere und gesunde Raumluft eine wichtige Anforderung der WELL-Zertifizierung.

Neben dem i-airPRO bietet Kenter auch

noch weitere, kleinere Geräte zur Raumluftreinigung an. „Wir freuen uns, dass wir unseren Kunden so die beste Luft liefern, die sie atmen können“, freut sich Palisch, „und damit zu ihrer Gesundheit, Produktivität und ihrem Wohlbefinden beitragen können.“

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



© igefa





*Nachhaltige Textilien können im gesamten Sortiment eingesetzt werden.*

## Nachhaltige Textilbeschaffung leicht gemacht

Hildebrandt & Bartsch übernimmt Verantwortung und erweitert sein Sortiment um Produkte mit dem staatlichen Siegel „Grüner Knopf“.



*Der Hotel- und Restaurantgast hat die Gewissheit über die Einhaltung sozialer und ökologischer Standards.*

wie Funktionalität und Optik ist die Einhaltung sozialer und ökologischer Rahmenbedingungen in der textilen Fertigung. „Immer mehr Kunden wollen sicher gehen, dass die eingesetzten Textilien nachweislich hohen Standards entsprechen. Diesem Wunsch folgend haben wir jüngst unser Textil-Sortiment um industriell einsetzbare Produkte mit dem „Grünen Knopf“ erweitert“, so Palisch.

„Die Wünsche unserer Kunden haben für uns oberste Priorität. Jeden Tag versuchen wir, ihre Anforderungen in ansprechende und langlebige Textilien mit hervorragenden Wohlfühl-Eigenschaften umzusetzen“, berichtet Verkaufsleiter Uwe Palisch. Gleichzeitig greift Hildebrandt & Bartsch maßgebliche Entwicklungen des Marktes auf – wie etwa dem Bedürfnis nach nachhaltig produzierten Textilien. Denn ebenso wichtig

### Gesamtheitliche Sicht

Der „Grüne Knopf“ ist das erste staatliche Siegel, das einen nachhaltigen Textileinkauf ermöglicht. Für die Vergabe des Siegels wurde der Lieferant anhand eines umfassenden Kriterienkatalogs überprüft. Betrachtet werden nicht nur die Produkte, sondern auch das Unternehmen selbst, denn der „Grüne Knopf“ hat sich eine ganzheitliche Betrachtung verordnet. Für die Textilien legt das staatliche Siegel 26 soziale und ökologische Anforderungen fest, die dem Schutz von Mensch und Natur dienen. Mit der Zertifizierung „Global Organic Textile Standard“ (GOTS) und dem Label „Made in Green“ werden diese Vorgaben erfüllt. Diese beiden Siegel bieten eine hohe Transparenz in der Lieferkette und besitzen eine hohe Glaubwürdigkeit.

Das Sortiment umfasst Textilien wie Bettwäsche, Frottiertwaren und Tischwäsche für die Hotellerie, aber auch Tischdecken, Läufer und Servietten für die Gastronomie.

„Wir freuen uns, dass wir mit unserem innovativen Textilkonzept zu besseren Lebens- und Arbeitsbedingungen vieler Menschen im Textilsektor beitragen“, erläutert Palisch, „und gleichzeitig unseren Kunden eine Kollektion anbieten können, mit der sie sich nachhaltig engagieren.“



*Einfach ein gutes Gefühl.*

© igefa

## ROLLING PIN Convention: Deutschlands größtes Food-Symposium wird digital

Leidenschaftlichen Genuss, Inspiration und Experten Know-how: all das bietet die ROLLING PIN Convention – ehemals CHEFDAYS – seit 2017 für alle Gastro-Profis. Da eine Großveranstaltung im Sinne der Gesundheitssicherheit aller Besucher und Mitarbeiter in diesem Jahr allerdings nicht stattfinden kann,

haben sich die Veranstalter ROLLING PIN und METRO Deutschland etwas Besonderes einfallen lassen: Das digitale Event „The Worldwide First Digital Inspiration Convention for Hospitality Heroes“, vom 30. September bis 31. Dezember 2020. Damit werden die Spitzenköche dieses Mal nicht auf die Bühne, sondern vor die Kamera geholt, um dort ihr Können und Wissen mit allen interessierten Gastronomen zu teilen. Alles wird gemeinsam mit den Köchen und Experten aufgezeichnet und dann im

Videoformat als digitale Convention über die ROLLING PIN App zur Verfügung gestellt.

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

## Park Inn by Radisson Berlin Alexanderplatz feiert sein 50. Jubiläum

Zu DDR-Zeiten zählte das „Interhotel Stadt Berlin“ im Zentrum Ost-Berlins zu den spektakulärsten Hotelbauten der Stadt, welches 1970 seinen Betrieb aufnahm. In den späten 60er Jahren wurde der Alexanderplatz umfassend modernisiert und mit ihm entstand ein repräsentatives Hotel. Pünktlich zum 21. Jahrestag der Gründung der DDR wurde es mit 1.006 Zimmern eröffnet. Nach der Wende firmierte es als Forum Hotel, wurde im neuen Jahrtausend komplett renoviert und steht seit 2003 als Park Inn by Radisson Berlin Alexanderplatz unter der Flagge der Radisson Hotel Group.

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



## Mit Pagodenzelten, einem ausgeklügelten Abluftsystem und Kochboxen ist die Ganymed Brasserie bereit für die kalte Jahreszeit

Endlich ist die Ganymed-Terrasse fertig und so steht dem Urlaub am Schiffbauerdamm bis in den Herbst hinein nichts mehr im Weg. Damit Gäste auch an kalten Herbst- und Wintertagen die besondere Stimmung an der langen Spreeuferpromenade genießen können, stehen nun auch Pagodenzelte zur Verfügung, sowohl für Firmenfeiern als auch für Lunch und Dinner im kleineren, privaten Kreis. Im Restaurant selbst können Gäste ebenfalls ganz unbesorgt, ohne Angst vor Aerosolen, dinieren, denn die Abluftsysteme des Gastronomen Michael Pankow funktionieren ohne Umluft – für Frischluft ist also gesorgt.

[www.ganymed-brasserie.de](http://www.ganymed-brasserie.de)

## Zusammenhalt statt Wettbewerb

Seit 1997 zeichnet Berlin Partner jedes Jahr die besten Köche der Hauptstadt aus. Mit der Ehrung der Berliner Meisterköche profiliert Berlin Partner die gehobene Restaurantkultur und die Vielfalt der kulinarischen Szene der Hauptstadt als wichtigen Wirtschafts- und Standortfaktor. Dr. Stefan Franzke, Geschäftsführer Berlin Partner: „Das Jahr 2020 hat jeden und jede von uns, die Gastronomie aber in ganz besonderer Weise, vor unvorstellbare Herausforderungen gestellt. Angesichts dieser außergewöhnlichen Situation haben wir uns dazu entschlossen, nicht wie gewöhnlich auszuzeichnen. Stattdessen wird Berlin Partner in diesem besonderen Jahr fünf kulinarische Touren, die „Walks of Taste“, zu ehemaligen Preisträgern der Berliner Meisterköche anbieten: eine Fine Dining-Tour, eine Sterne-Tour, eine Nachhaltig & Regional-Tour, eine Szene-Tour und eine Traditionell & Modern-Tour. Zusätzlich gibt es eine Newcomer 2020-Tour, mit der Restaurants besucht werden, die erst kürzlich eröffnet haben. Die besten Neueröffnungen der Stadt hat die unabhängige Jury der Berliner Meisterköche ausgewählt.“

[www.facebook.com/BerlinerMeisterkoeche](https://www.facebook.com/BerlinerMeisterkoeche)



## Ausbildung 2.0: #seiDUAL verstärkt sein Angebot für Digitales Recruiting

Die Berliner Ausbildungsinitiative #seiDUAL veranstaltet am 10. & 11. November 2020 ein virtuelles Event für Schüler\*innen und Ausbildungsbetriebe. Kontaktlos via Videos und Chat können Betriebe sich und ihre Ausbildungsmöglichkeiten präsentieren. Besonderes Highlight: Eine Live-Vorführung praktischer Aufgaben aus dem Betrieb. Das Event soll dauerhaft das Angebot von #seiDUAL erweitern. Im Februar 2021 ist bereits das nächste virtuelle Event geplant. Mehr Informationen darüber erhalten interessierte Unternehmen unter der E-mail: [info@seidual.berlin](mailto:info@seidual.berlin)

## Mit neuer Karte präsentiert Felix Mielke frische Saisonliebliche im Schüsseldienst

Felix Mielke bringt in seinem Schüsseldienst nachhaltigen Hochgenuss als unkomplizierte Fine-Dining-Variante in den Berliner Akazienkiez. Er betreibt es gemeinsam mit seinem Cousin Christian Mielke. Der Evergreen bleibt forever und green – klar! Die beliebte, grüne Salatbowl besticht immer wieder mit Avocado, Gurke, Salat, Spinat, Pecanuss und Joghurt-Sesam-Dressing und verlässt dementsprechend nicht die Karte. Auf der ‚kalten Karte‘ gesellen sich neue Favoriten dazu: Geräucherter Wels wird mit Karotte, Curry und Passionsfrucht vereint und mit Sesam, Cashew und Kresse verfeinert. Die dazu bestellbaren Extras Ente à l’Orange, Rippchen und Lachsforelle bekommen auf der ‚warmen Karte‘ eine Hauptrolle.



© Paulphx

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

## Sunday Family Lunch im Charlotte & Fritz am Gendarmenmarkt

„Immer wieder sonntags“ heißt es ab Oktober 2020 im Charlotte & Fritz, wenn sich jeden Sonntag ab 12 Uhr die Türen des Restaurants am Gendarmenmarkt zum Sunday Family Lunch öffnen. Dann lädt das Küchenteam zum Mittagstisch für die ganze Familie ein. Traditionell, erlesen und heimisch: darum geht es beim Sunday Family Lunch im Casual Dining Restaurant. Jeden Sonntag von 12.00 Uhr bis 15.00 Uhr. Preis: EUR 69,00 pro Person, Kinder bis sechs Jahre kostenfrei, Kinder von 7 bis 12 Jahre EUR 30,00 pro Person. An Feiertagen gibt es einen Aufschlag von EUR 15,00 pro Person.

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



## Jetzt für den „Zu gut für die Tonne!“ – Bundespreis 2021 bewerben

Bundesernährungsministerin Julia Klöckner hat in dieser Woche die Bewerbungsphase für den „Zu gut für die Tonne!“ – Bundespreis 2021 gestartet. Auch dieses Jahr werden damit wieder innovative Ideen und Maßnahmen ausgezeichnet, die dazu beitragen, Lebensmittel wertzuschätzen statt wegzuworfen. Gesucht werden Projekte aus den unterschiedlichsten Bereichen entlang der gesamten Wertschöpfungskette in den Kategorien Landwirtschaft & Produktion, Handel, Gastronomie, Gesellschaft & Bildung und Digitalisierung. Eine Expertenjury bewertet die Einreichungen nach Themengenauigkeit, Kreativität, Engagement, Erfolg und Vorbildwirkung. Zudem vergibt die Jury auch 2021 wieder mit insgesamt 15.000 Euro dotierte Förderpreise für Konzepte und Projekte in der Start- oder Entwicklungsphase. Bewerbungen für den „Zu gut für die Tonne!“ – Bundespreis 2021 können [www.zugutfuerdietonne.de](http://www.zugutfuerdietonne.de) eingereicht werden. Auf der Seite sind auch alle weiteren Infos zum Wettbewerb zu finden. Die Bewerbungsfrist läuft bis zum 13. November 2020.

## Vom Gendarmenmarkt an den Potsdamer Platz: Das Pop-Up Restaurant *gemütlich* zieht ab 15. Oktober ins Grand Hyatt Berlin

Ab dem 15. Oktober serviert Chefkoch Holger Joost fünf verschiedene Käsefondue-Variationen und weitere vorweihnachtliche Gerichte im gemütlich im Grand Hyatt Berlin. Die vergangenen zwei Jahre bereicherte das Pop-Up Restaurant am Gendarmenmarkt die Kulinarik des Weihnachtsmarkts. Die Jamboree Bar im Grand Hyatt Berlin wird diesen Herbst das neue gemütlich und ist Anlaufstelle für Käsefondue und Klassiker wie heißen Winzerglühwein, Ingwer-Zitronen Punsch oder Ragout vom Berliner Dry Aged Beef. Das rustikale Interieur, die liebevollen Details und die tiefen Sessel erinnern an einen Winter in den Bergen und schaffen mitten in der Hauptstadt eine gemütliche, vorweihnachtliche Atmosphäre. Infos und Reservierungen unter [gemuendlich@hyatt.com](mailto:gemuendlich@hyatt.com)

## Medienforum mit dem Thema: „BER mit genügend Aufwind für Reisende?“ im Mercure MOA

Am 29. September 2020 lud der TourismusDialog Berlin zum Medienforum „BER mit genügend Aufwind für Reisende?“ ins Mercure MOA ein. Gerhard Kirsch, Organisator des Medienforums, hatte ein hochkarätiges Gästeklientel zu Gast: Prof. Dr.-Ing. Engelbert Lütke Daldrup, Vorsitzender Geschäftsführung, Flughafen Berlin Brandenburg, Stephan Erler, Deutschland-Chef easyJet, Norbert Kunz, Geschäftsführer des Deutschen Tourismusverbandes. Daldrup war der gefragte Referent für die Medienvertreter an dem Abend und legte sich in klaren Worten auf die Eröffnung des BER fest. Die über 14 Jahre mit Pleiten, Pech und Pannen scheinen nun endgültig vorbei zu sein. Knapp einen Monat vor der geplanten Eröffnung des neuen Airports Berlin Brandenburg in Schönefeld versicherte er kurz und bündig: „Wir werden am 31. Oktober aufmachen. Da sind wir uns jetzt sicher. Der intensive Probebetrieb läuft jetzt noch bis zum 15. Oktober. Danach gibt es noch erforderliche Abstimmungen zur Infrastruktur sowie mit den Airlines. Und am 1. November gehen die ersten Flüge von Easyjet ,raus.“

[www.journal-aus-berlin.com](http://www.journal-aus-berlin.com)

## Neuordnungsverfahrens der Hotel- und Gastronomieberufe gestartet

Nach langer Vorlaufzeit fand Anfang September 2020 die konstituierende und erste Sitzung der Sachverständigen statt. Das Neuordnungsverfahren bezieht sich auf die Berufsausbildungen im Gastgewerbe und die Berufsaus-

bildung zum Koch/ zur Köchin sowie die Erarbeitung eines neuen Berufes „Fachkraft Küche“. Ziel ist es die Berufe zukunftssicher auf die Erfordernisse der Branche und der Auszubildenden auszurichten. Sobald es hier weitere Neuigkeiten gibt, informieren wir Sie gerne.

## Martin Ecknig wird neuer Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Berlin

Der Aufsichtsrat der Messe Berlin GmbH hat Martin Ecknig (53) zum neuen Vorsitzenden der Geschäftsführung bestellt. Herr Ecknig nimmt zum 1. Januar 2021 seine Tätigkeit auf. Ecknig wechselt von Siemens zur Messe Berlin. Beim Technologiekonzern sammelte er in seiner Laufbahn viel Erfahrung bei der Geschäftsentwicklung in einem internationalen Konzernumfeld. Seine Aufgaben in unterschiedlichen Geschäftsführungspositionen führten den gebürtigen Berliner unter anderem mehrere Jahre nach Peking, Schanghai und Hongkong. Zuletzt arbeitet er als Real Estate Business Partner innerhalb von Siemens und gestaltete dabei den Transformationsprozess in Zeiten grundlegender Veränderungen. Ecknig folgt in seiner neuen Funktion auf Dr. Christian Göke, der Ende Dezember 2020 nach mehr als 20 Jahren an der Spitze der Messe Berlin das Unternehmen verlässt.

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

## „Sake Empassy Germany“ in Berlin gegründet

Anlässlich des World Sake Day, der in Japan den Beginn der Sake Produktion einläutet, wurde am 1. Oktober die „Sake Embassy Germany“ als gemeinnütziger und unabhängiger Branchenverband vorgestellt. Der Verband möchte der Gastronomie und Hotellerie, aber auch Endverbrauchern das Thema Sake anschaulich näher bringen und stellte konkrete erste Projekte vor. →



So soll es erstmalig eine Sake Week Berlin geben, die am World Sake Day 2021 startet. Ab 2022 soll es diese Veranstaltung auch in Düsseldorf und Frankfurt a.M. geben. Im Rahmen einer Gastro-Promotion wird für Gastronomen, Hoteliers und Bar-Betreibern im Olympiejahr (Tokio 2021) eine inhaltliche Brücke nach Japan gebaut und es werden konkrete Getränkerezepte ausgearbeitet. Die Sake-Week-Berlin ist aber nur ein Teil jener Maßnahmen, die Gründer Alexander van Hessen in der Japanischen Botschaft in Anwesenheit des Botschafters Takeshi Yagi vorstellte.

[www.sake-embassy.com](http://www.sake-embassy.com)

## LagenCup Weiß 2020 – Ein Berliner Weinwettbewerb

Wenn Deutschlands Weißweinkultur bis heute auf der ganzen Welt für seinen Riesling gelobt wird, passiert das völlig zu Recht. Nur dürfen der Silvaner und die Burgundersorten dabei nicht außer Acht gelassen werden. Die Ergebnisse des Berliner Weinwettbewerbs »LagenCup Weiß 2020« machen das nur allzu deutlich.

Berliner Sommelier Serhat Aktas, Inhaber des neuen Weinbistros »der Weinlobbyist«, organisiert jährlich zwei Mal den Weinwettbewerb, im Winter mit ausschließlich roten

und im Sommer mit weißen Lagenweinen. Der LagenCup richtet sich an deutsche Weine, die ausschließlich aus einer bestimmten Weinbergslage stammen dürfen. Rund 700 Weißweine aus allen bedeutenden deutschen Anbaugebieten standen zur Verkostung bereit.

An der Spitze diesjährigen LagenCups steht ein Riesling, dessen Heimat sich gewiss zu den Profiteuren der Klimaerwärmung zählen darf. Angrenzend an den legendären Scharzhofberg an der Saar befindet sich der Wiltinger Braunfels, zu dessen wertvollsten Parzellen der »Volz« zählt. Seit 20 Jahren investiert der Inhaber Roman Niewodnicza ski in diese alten und vor rund hundert Jahren besonders gesuchten Lagen. Die schattigen und mit ausreichend Grundwasser versorgten Schiefer-Parzellen bieten beste Voraussetzungen, um auch in heißen und trockenen Jahren bestens ausgereifte Trauben hervorzubringen. Der 2019er »Volz« ist ein graziöser Monolith, der die Jury einhellig begeisterte und mit 97 Punkten bewertet wurde. Mehr über den Cup unter

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



# clever LESEN

[www.medien-palette.de](http://www.medien-palette.de)



- kein Abo und keine Vertragsbindung
- große Auswahl aus über 400 Zeitschriften
- garantierte Zeit- und Kostenersparnis
- kostenloser Zustell- und Abholservice
- umweltgerechtes Altpapier-Recycling

**Zeitschriften mieten statt kaufen –  
schont die Umwelt und den Geldbeutel**



**MEDIEN-PALETTE**

**LESEZIRKEL**

Wir bringen Vielfalt!

Tel. 0800-633 43 67

[www.medien-palette.de](http://www.medien-palette.de)

[info@medien-palette.de](mailto:info@medien-palette.de)

WhatsApp: ☎ 0171-300 86 44

Facebook/Instagram:   ihr.lesezikel

## Deutsche Hotelklassifizierung



Folgeklassifizierungen:

★★★★★ *Superior*

Grand Hyatt Berlin

★★★★★

Centrovital

Domicil Berlin by Golden Tulip

Holiday Inn Berlin City East Side

Inside by Melià Berlin Mitte

Novotel Berlin am Tiergarten

★★★★★ *Garni*

Ku'Damm 101 Hotel

★★★★ *Garni*

Airporthotel Berlin Adlershof

Hotel B!RGIT!

Rewari Hotel Berlin

★★★ *Standard Garni*

Hotel Comenius



### ► Betriebsjubiläen im November

Badenscher Hof 35 Jahre ■ Berlin Cuisine 5 Jahre ■ Bowling  
Hellersdorf 25 Jahre ■ Cityhotel am Gendarmenmarkt 20 Jahre  
■ Enoiteca Il Calice 30 Jahre ■ Finest's The Irish Pub 5 Jahre ■  
ibis Styles Berlin Mitte 10 Jahre ■ Junckers Hotel Garni 10 Jahre  
■ La Castellana 25 Jahre ■ Nhow Berlin 10 Jahre ■ Restaurant  
Cenacolo 20 Jahre ■ Restaurant Siena 10 Jahre ■ Riverside Royal  
15 Jahre ■ Schultheiss im Zentrum 5 Jahre ■ tulus lotrek 5 Jahre

### ► Mitgliedschaftsjubiläen im November

Berlin Cuisine 5 Jahre ■ Gold Hotel am Wismarplatz 25 Jahre  
■ Hotel Augustinenhof 10 Jahre ■ Hotel Bristol Berlin 25 Jahre ■  
ibis Styles Berlin Mitte 10 Jahre ■ Jugendhotel berlincity 25 Jah-  
re ■ Junckers Hotel Garni 10 Jahre ■ Palais in der Kulturbauerei  
15 Jahre ■ Pizza & Bulls Franchise GmbH 5 Jahre

### Der Verband begrüßt herzlich seine neuen Mitglieder

- Chez Maurice
- Englers Restaurant
- FITERY
- Gainsbourg Bar
- Kulturhafen Rummelsburg Veranstaltungs GmbH
- Ngon Restaurant Berlin
- Prinzpal Kreuzberg
- Die Eselin von A.
- Restaurant Mylos
- Restaurant VOLT
- Tenzan Lab.
- Witty's



## Save the Date

WICHTIGE TERMINE FÜR MITGLIEDER

Donnerstag, 26. November 2020

Vollversammlung

SANA Hotel Berlin

Donnerstag, 26. November 2020

Partnertreffen

„The CORD“ auf dem EUREF Campus





**prime  
time  
theater**



**DU BIST  
BERLIN?**  
wir ooch.  
[www.primetimetheater.de](http://www.primetimetheater.de)



# 2020 – The Year of Imagination

oder wenn sich Branchenanforderungen über Nacht ändern



© Mercure Hotel MOA Berlin

## Corona als Game-Changer.

Seitdem Zusammenkünfte und Veranstaltungen aufgrund der Corona-Pandemie massiv eingeschränkt worden sind, werden Formate wie hybride Veranstaltungen, Live-Streaming-Events und virtuelle Meetings immer gefragter. „Als Businesshotel und vielseitig genutzte Eventlocation ist Corona auch ein Startschuss für Neues. Wir wollen nicht nur unsere digitale Infrastruktur weiter ausbauen, sondern aktiv mit unseren Kunden und Partnern neue, unkonventionelle Formate erarbeiten“, so Hanka Walde, Assistant Director Convention Sales.

## Wichtige Differenzierungsfaktoren (Eventlocationgröße & technische Infrastruktur)

Zunächst stellten wir 270 der insgesamt 336 Zimmer den medizinischen Absolventen für Ihre Abschlussprüfungen zur Verfügung, die auf den Fluren von den Prüfern überwacht wurden. Nach einem großen Coaching-Event im Juli, an welchem wir den Redner via Live-Broadcast in die verschiedenen Eventräume gestreamt haben, waren wir im September mit 150 Teilnehmern im MOA Berlin der Hauptveranstaltungsort des HSMA e-days. Das hybride Konferenz-Format war an allen vier Standorten in Hamburg, Düsseldorf und München zeitgleich zu erleben und hat so vielen Teilnehmern eine ortsunabhängige Teilnahme ermöglicht. „Gerade jetzt schätzen Kunden unsere große Gigabit-Bandbreite, da wir virtuelle Webinare, Konferenzen und Media Rooms zur Übertragung anbieten und vor allem erfolgreich umsetzen können. Allerdings merken wir auch, dass unsere Größe und Raumflexibilität dabei eine mindestens genauso große Rolle spielt. Großzügige 7.500m<sup>2</sup> finden sich auf 3 Ebenen in über 40 verschiedenen kombinierbaren Eventräumen wieder und schenken viel gestalterischen Freiraum.

Online, hybrid oder live – alles geht und noch viel MOA! „Wir glauben daran, dass besonders die digitalen Formate eine große Zukunft haben und investieren viel Zeit und Energie in die Umsetzung neuer, innovativer Ideen und Umsetzungen“, so Hanka Walde.

## Erfolgsfaktor Erlebnis

Unser Antrieb ist es, Menschen zusammenzubringen, denn wir erleben täglich, dass ein direkter Austausch ein bereicherndes Erlebnis ist – ganz besonders in diesen Zeiten. Wir präsentieren uns zu Ende des Jahres zum Beispiel selbst als Teilnehmer & Speaker einer rein virtuellen Digitalmesse. Dort machen wir uns von der Einladung, der Interaktion mit unseren Gästen, und selbst in unserem Live-Streaming-Vortrag aus dem MOA Berlin in 360° erlebbar. Diese und noch mehr Möglichkeiten wollen wir im MOA Berlin vermehrt ausschöpfen und unsere Kunde nicht nur für neue, innovative Formate begeistern, sondern sie auch dazu ermutigen.

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





# 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)





DIESER MOMENT  
VERDIENT EIN JUBI.

