



2 | 2021

hoga *AKTIV*

Das Magazin für Berliner Gastgeber

Ausbildung im Lockdown?

Wie Azubis ihre
aktuelle Situation beurteilen

Statt Friedrich, dem Flaneur, kam Fritz, der Flitzer

Brief an die Politik
zum Verkehrsversuch
Friedrichstraße



EINMAL TALK MIT ALLES

Unsere wöchentliche Podcast-Serie

Immer wieder **SAMSTAGS** gibt's neue Folgen!

mehr unter www.primetimetheater.de





5

8

12

AKTUELL

Fachkräftesicherung: langfristig denken	4
Statt Friedrich, dem Flaneur, kam Fritz, der Flitzer	5

WIR IN BERLIN

Ausbildung im Lockdown? Interviews mit Berliner Azubis	8
TOP-Ausbildungsbetrieb: Berliner Eventlocation AXICA	12
Zwischen Büchern & Baguette: Ausbilden im Außerhausverkauf	14
OSZ Gastgewerbe digital Jetzt auch für Ausbildungsbetriebe	15
Fairmas: Auf Gäste warten	16
Insolvenz: Der Worst-Case als Grundlage des Krisenmanagements	17
ITB Berlin NOW: Das digitale Event der globalen Tourismuswirtschaft	20

SOCIAL MEDIA

19

DEHOGA BERLIN-PARTNER

hotelkit: Hotel Tech Awards	21
KADEA: Neuer Partner des DEHOGA Berlin	22
Friesenkrone: Pure Lust auf Meer	23
igefa: Plastikverbot ab Juli 2021	24

NEWS

25

MITGLIEDER

Deutsche Hotelklassifizierung, Jubiläen im März, Neue Mitglieder	26
Sheraton Berlin Grand Hotel Esplanade	27

RECHT & RAT

Überbrückungshilfe III – Ein Überblick	28
--	----

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: RAZ Verlag und Medien GmbH, Am Borsigturm 15, 13507 Berlin, www.raz-verlag.de; hogaaktiv@tmm.de, Tel: +49 30. 4377850,
Geschäftsführer: Tomislav Bucec, Layout: Astrid Güldemann, Titelbild: © Claus Schulte/The Student Hotel Berlin
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 2021

Fachkräftesicherung: langfristig denken

**Liebe Mitglieder und Partner
des DEHOGA Berlin,
liebe Leserinnen und Leser,**

bereits vor der Krise war das Thema Fachkräftesicherung ein Dauerbrenner, das auf unserer Verbandsagenda stets ganz oben stand. Die Pandemie mit ihren Folgen wird dies nach unserer Einschätzung enorm verschärfen. Eine Zahl verdeutlicht dies exemplarisch: Während laut OSZ-Gastgewerbe im Sommer 2019 rund 1.600 Anmeldungen für eine Ausbildung in Gastronomie und Hotellerie vorlagen, waren es im Corona-Jahr 2020 gerade mal 600. Diese 1.000 Jugendlichen werden uns mittelfristig als Fachkräfte fehlen (und das sind nur die Zahlen aus Berlin)! Ein Blick auf die aktuellen Azubi-Zahlen im Februar/März vertiefen die Sorgenfalten. Unklar ist auch, wie sich das Ganze im Sommer 2021 entwickelt. Umso wichtiger ist es, den Auszubildenden, die gegenwärtig in unseren Betrieben lernen, auch im Krisenmodus Lehre, Abschluss und Perspektive zu bieten. Wir als Verband sind hier zusammen mit verschiedenen Partnern vielfältig aktiv. Das reicht vom Überbrückungsprojekt „Ausbildungshotel“ (ausführlich vorgestellt in der Dezember-Ausgabe der **hogaAKTIV**) über verschiedene Maßnahmen der Berufsfachschule oder die Azubi-Seminare des DEHOGA Berlin und hört bei den Zusatzangeboten der IHK nicht auf. Das ist viel, aber Wunder sind es nicht.

Doch die Fachkräfte-Problematik greift weiter. Die Pandemie ist Ursache, dass im Zeitraum von April bis Dezember vergangenen Jahres 14.150 Menschen, die in der Berliner Gastronomie und Hotellerie tätig waren, aus sozialversicherungspflichtiger Beschäftigung in die Arbeitslosigkeit gingen (im Vergleichszeitraum des Vorjahres waren es 9.010). Kehren sie nach der Krise zurück? Wandern sie in andere Branchen ab? Wie viele haben generell schon der Branche den Rücken gekehrt? Antworten auf diese Fragen gleichen dem Blick in die Glaskugel. Deshalb braucht die Bindung der Fachkräfte an den Betrieb und Branche gerade in der Krise viel Aufmerksamkeit und Mühe. Natürlich ist das in dieser existenziell bedrohlichen Situation für viele extrem schwierig und trotzdem ist es – gerade auch mit dem Blick auf die Zeit da-



© DEHOGA Berlin

nach – wichtig, dass die Betriebe mit ihren Mitarbeiter*innen in Kontakt bleiben. Hier ist jede/r einzelne Unternehmer*in und wenn möglich jede Führungskraft gefragt. Die Wege und Mittel können einfach sein: ein wöchentliches Telefonat, eine WhatsApp-Gruppe, eine digitale Kaffeerunde ... Beziehen Sie dabei unbedingt auch Ihre Auszubildenden ein. Ein fruchtbarer Weg der Fachkräftebindung ist die Qualifizierung während der Kurzarbeit. Wir als Verband planen aktuell zum Thema Mitarbeiterbindung/Kontakt ein Format, das Impulse gibt und Methoden vermittelt. Vielleicht ein Webinar oder ein Thema in unserem Newsletter. Dabei werden wir bewusst schon jetzt auch auf die Zeit NACH der Krise schauen. Für manchen wird es nach gut einem Jahr in Kurzarbeit garantiert nicht einfach, von einer sehr niedrigen Drehzahl auf 100 zu beschleunigen. Da sind Motivationshilfen gefragt. Angesichts der aktuellen Existenzängste hält das manche/r sicherlich für eine Art Luxusproblem. Aber wer den Restart nicht im Auge hat und/oder seine Mitarbeiter*innen auf die neue Reise nicht vorbereitet, wird schwer vom Start wegkommen. Mit Blick auf den Arbeitsmarkt bin ich mir sicher, dass das Thema Fachkräftesicherung uns in Zukunft noch mehr beschäftigen wird.

Gut, wer da die Zwangspause nutzt(e), um sich durch Prozessoptimierung, z. B. durch Digitalisierung (ohne Qualitätseinbußen beim Service) oder durch Neupositionierung als Arbeitgeber gemeinsam mit seinen Mitarbeiter*innen auf die Zeit nach der Pandemie vorbereitet.

Gerrit Buchhorn
*stellv. Hauptgeschäftsführer
des DEHOGA Berlin*

Statt Friedrich, dem Flaneur, kam Fritz, der Flitzer

Brief an die Politik:

DEHOGA Berlin, IHK Berlin, HBB und Die MITTE zum Verkehrsversuch Friedrichstraße

Seit Ende August ist in der Friedrichstraße der Abschnitt zwischen Französischer Straße und Leipziger Straße für den Autoverkehr gesperrt. Eine Flaniermeile zwischen Bäumen, Sitzgelegenheiten und Gastronomie sollte hier entstehen. Erklärtes Ziel des vom Bezirk Mitte und dem rot-rot-grünen Senat initiierten Modellprojekts ist der Test, wie der öffentlichen Raum neu aufgeteilt und der Aufenthalt in der Innenstadt an Qualität gewinnen kann. Das klingt erst einmal gut. Aber wie sieht die Realität aus? „Die Friedrichstraße bietet gegenwärtig mit ihren lächerlichen Provisorien ein Bild des Jammers. Der 500 Meter lange Abschnitt zwischen Französischer und Leipziger Straße ist ungepflegt, halbherzig umgestaltet und ein rundum trauriger Anblick. Ein Boulevard? Es ist nicht mal eine Fußgängerzone, denn nichts lädt zum Bummeln oder gar Flanieren ein“, so Nils Busch-Petersen, Hauptgeschäftsführer des Handelsverbandes Berlin-Brandenburg e. V., der von Beginn

das Projekt beobachtete und analysierte. „Ich kenne nirgends auf der Welt eine Fußgängerzone, in der der Fahrradweg in der Mitte der Straße verläuft und die Straße in zwei Teile schneidet. Durch diese Verkehrsführung bleiben die Fußgänger wie eh und je auf dem Bürgersteig. Kein Kunde läuft Schlangenlinien. Die Senatsverwaltung hat Friedrich, den Flaneur, versprochen. Bekommen haben wir Fritz, den Flitzer“, urteilt Nils Busch-Petersen.

Handelsplatz und Vergnügungsmeile

Die Friedrichstraße ist eine der wichtigsten Hauptstraßen der Metropole. Benannt nach Kurfürst Friedrich III. von Brandenburg (1657–1713) bestimmten zu seinen Lebzeiten noch Felder, Wiesen und Äcker das Bild. Das änderte sich mit der Industrialisierung nach 1850. Berlin platzte aus allen Nähten, überall wurde gebaut. Seitdem ist die Friedrichstraße Handelsplatz, Amüsiermeile und Verkehrsknotenpunkt.

*Blick in die 3.300 Meter lange Friedrichstraße,
eine der bekanntesten Straßen im historischen Zentrum Berlins*



Bis zum Zweiten Weltkrieg waren hier große Hotels, Restaurants und Modegeschäfte genauso zu finden wie Vergnügungspaläste, Theater, das berühmte Variété Wintergarten und Etablissements für allerlei Vergnügungen. Nach dem 13. August 1961 durchschnitt die Berliner Mauer auch die Friedrichstraße. Nach der Wiedervereinigung kehrte die Friedrichstraße zu neuem alten Glanz zurück. Große Labels, die Friedrichstadtpassagen mit Boutiquen, Büros und Restaurants, das Kulturkaufhaus Dussmann oder die einzige Galeries Lafayette außerhalb Frankreichs, Friedrichstadt-Palast und Admiralspalast sowie die räumliche Nähe zum Gendarmenmarkt, der Museumsinsel und zur Humboldt-Universität sorgen dafür, dass die Straße – ganz wie Berlin – scheinbar nie zur Ruhe kommt. Zeitweise wurden um die Jahrtausendwende hier und da Befürchtungen laut, dass die Straße zwischen Mitte und Kreuzberg dem Kurfürstendamm den Rang ablauft. In den letzten Jahren mehren sich Leerstand und in so manchem Geschäft verschwinden die Luxusmarken und Billigketten ziehen ein.

Weltstadtflair oder missglücktes Provisorium?

Schon allein um diese Entwicklung zu stoppen musste ein Plan her. Aber ist es wirklich dieser? Grob gezimmerte Sitzpodeste mit Spitzahornbäumchen, dazu Podeste, Vitrinen, Schautafeln und letzte Holzbuden vom Weihnachtsverkauf. Weltstadtflair? Die durch die Pandemie geschlossenen Geschäfte und Restau-



rants multiplizieren gegenwärtig den tristen Eindruck. Zur Erklärung erinnert das kleine Plakat mit der Aufschrift „Flaniermeile“ an das Ziel dieses Versuchs, den Wirtschafts- und Handelsverbände von Beginn an als konzeptionslos kritisierten. Umso größer war das Erstaunen, als die Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz und der

„Flaniermeile“ Friedrichstraße



© Brigitte Kluttig

Bezirk Mitte am 22. Januar 2021 per Pressemitteilung informierten, das Projekt „Flaniermeile Friedrichstraße“ bis Ende Oktober 2021 fortzusetzen: „Diese Entscheidung fiel nach Gesprächen mit Anrainern und Vertreter*innen der Zivilgesellschaft sowie Beratungen auf Grundlage einer Auswertung der bisher vorliegenden Daten. Die Friedrichstraße bleibt damit – wie bisher auf dem Abschnitt zwischen Französischer und Leipziger Straße – auch in der kommenden Saison von Frühjahr bis Herbst autofrei.“ An eines dieser Gespräche kann sich HBB-Hauptgeschäftsführer Busch-Petersen sehr genau erinnern. „Am 17. Dezember 2020 hatte die Senatsverwaltung zu einer Zusammenkunft mit den Anrainern und Vertretern der Verbände eingeladen. Mit einer einzigen Ausnahme sprachen sich alle Einzelhändler sowie die meisten der Bürger gegen eine Verlängerung des Projekts aus. Einige Gewerbetreibende forderten sogar ein frühzeitigeres Beenden dieses misslungenen Versuchs, da ihre Umsätze seit Start des Versuchs drastisch zurückgingen. Einzelhändler in den angrenzenden Straßen verwiesen auf das anhaltende Verkehrschaos, das die Sperrung hervorruft. Und die Senatorin? Sie ignorierte komplett die Meinungen der Anwesenden und äußerte wörtlich, dass sie ‚sowieso verlängern‘ wird. Sie hätte ‚mehr Dankbarkeit erwartet‘, weil sie sich so viele Gedanken um dieses Projekt gemacht habe. Als die Diskussion daraufhin hohe Wellen schlug, legte Frau Günther fest, dass ab diesem Zeitpunkt die Wortmeldungen quotiert werden, d. h., nur wenn eine Frau gesprochen habe, könne

ein Mann folgen. Das alles zeigt mir, dass Senatorin Günther eine Kommunalpolitik betreibt, die Beteiligung nicht nur nicht ernst nimmt, sondern ignoriert. Das habe ich an diesem Abend klar und deutlich gesagt und betont, dass ich geholfen habe, diese bürgerverachtende Ignoranz vor 32 Jahren abzuschaffen“, so Busch-Petersen.



Thomas Hattenberger,
General Manager The Westin Grand Berlin

Hattenberger: den Wirtschaftsstandort beleben!

Auch Thomas Hattenberger, General Manager The Westin Grand Berlin an der Ecke Friedrichstraße/Unter den Linden, vermisst die Diskussion: „Eine Fortsetzung der sogenannten Flaniermeile Friedrichstraße wurde mit uns als Hotel nicht diskutiert, vielmehr wurden wir von Bezirk und Senat vor vollendete Tatsachen gestellt. Nicht erst aus aktuellem Anlass, sondern von Anfang an wurde hier ein politisch gewollter und bereits feststehender Idealismus durchgedrückt. Für uns Anrainer ist jedoch ein Wirtschaftskonzept für die Straße ein Muss, kein Kappen der wichtigen Nord-Süd-Ader oder die Installation eines Fahrradschnellweges in einer ‚Fußgängerzone‘. Zu einer Straßenberuhigung mit Tempo 30 und Zebrastreifen zur Attraktivitätssteigerung, zu einer generellen Verbesserung der Aufenthaltsqualität sage ich ja, zu einer Sperrung nein.“ Und wie sieht der Hotelchef die möglichen Folgen für sein Haus? „Mögliche Auswirkungen der Sperrung auf uns als Hotel kann ich aktuell aufgrund einer losgelösten Gesamtsituation durch die Corona-Pandemie nicht valide benennen, jedoch betrachten wir mit Sorge das Schwinden attraktiver Einzelhandelsgeschäfte in der Friedrichstraße, welches durch eine Straßensperrung nicht verhindert, möglicherweise eher gefördert wird. Darüber hinaus beklagen wir erneut das Fehlen eines touristischen Leitsystems zwischen Brandenburger Tor, Gendarmenmarkt und Museumsinsel. Dass große Geldsum-

men aus der Citytax in die Straßensperrung fließen, betrübt uns. Diese wären doch viel sinnvoller in einer Belebung des Wirtschaftsstandortes Friedrichstraße angebracht. Darum ging und geht es dem Senat bei dieser Aktion allerdings leider nicht.“

Brief der Verbände an Senat und Bezirk

Die Entscheidung über die Verlängerung des Verkehrsversuchs in der Friedrichstraße veranlasste zu einem Brief an Verkehrssenatorin Günther (Bündnis 90/Die Grünen) und Bezirksbürgermeister von Dassel (Bündnis 90/Die Grünen). Der Brief trägt die Unterschriften von Jan Eder, Hauptgeschäftsführer IHK Berlin, Nils Busch-Petersen, Hauptgeschäftsführer Handelsverband Berlin-Brandenburg e.V., Guido Herrmann, Vorstandsvorsitzender DIE MITTE e.V. und Thomas Lengfelder, Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Berlin. Im Brief heißt es u.a. „Schade, dass wir uns auch dazu inhaltlich nicht vorher austauschen konnten. Gerne hätten wir Sie in der Vorbereitung dieser Entscheidung unterstützt und die Weiterentwicklung der Friedrichstraße als gemeinsames Projekt mit Ihnen verstanden und besprochen. ... Die hohen Ansprüche, die der Berliner Senat an die Transparenz seiner Entscheidungen sowie die Beteiligung der Stadtgesellschaft stellt, scheinen hier wiederholt nicht zu gelten. Zwar finden Gesprächsrunden (auch auf höchster Ebene) statt. Aber die Anregungen der Gesprächspartner werden selten berücksichtigt. Die Akteure stehen häufig vor vollendeten Tatsachen. Möglichkeiten zur Mitsprache sind wenig vorhanden, obwohl es auch um ihre Geschäftsgrundlage und – in der Corona-Pandemie verschärft – um ihre Existenz geht.“

Und weiter: „Unter den gegebenen Umständen lehnen wir die Verlängerung des Verkehrsversuches ab. ... Die Friedrichstraße braucht als bedeutender Einzelhandels- und Tourismus-Hotspot ein tragfähiges Konzept, das über die Frage der Verkehrssituation und provisorische Pflanzenkübel hinausgeht, um mit eigenem Image und Qualität mit Perspektive in die Zukunft zu schauen. Wir wünschen uns deswegen einen klar erkennbaren Prozess, der qualifizierte Beteiligung zusichert und der zu einem abgestimmten Konzept für die Zukunft der Friedrichstraße führt.“

Zum offiziellen Start des Projekts Friedrichstraße sagte Regine Günther gegenüber dem Inforadio vom rbb, dass weitere autofreie Straßen in der Hauptstadt in Arbeit seien.

„Um es eindeutig zu sagen: Wir als Verband sind für verkehrsfreie Orte in der Stadt, die zum Flanieren, Genießen und Relaxen einladen. Das braucht kluge Konzepte und einen breiten Konsens, der nicht ideologiegeprägt ist“, fordert Thomas Lengfelder, Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Berlin. „Eine halbherzige Lösung mit einer störungsfreien Fahrradtrasse kann nicht der Maßstab sein.“

von Brigitte Kluttig

 www.dehoga-berlin.de

 www.berlin.de/sen/uvk

Ausbildung im Lockdown?

Stolpersteine, Stillstand, Sicherheiten – wie Azubis ihre aktuelle Situation beurteilen

Die Corona-Krise bewegt alle – Gastgeber ganz besonders. Mangelnde Perspektiven und Existenzangst verunsichern alte Hasen und Berufseinsteiger. Wie lernt es sich hinter verschlossenen Hotel- und Restauranttüren? Wer und was motiviert den Berufsnachwuchs? Wie beurteilen die Auszubildenden ihre Zukunftsaussichten? Wir sprachen mit fünf Azubis in Betrieben, die seit vielen Jahren erfolgreich ausbilden.



Tim Langmack, Mathis Blenck und Willy Breitlow (v.l.) sind zufrieden mit ihrer Ausbildung im The Mandala Hotel

© Manuel E. Finster, The Mandala Hotel

Natürlich haben wir uns sehr bewusst für Azubis entschieden, die mit ihrer Lehre trotz Zwangspause zufrieden sind und ihre Zukunft in der Branche sehen. Nicht weil wir die Augen verschließen vor Lehrabbrüchen, Insolvenzen in Ausbildungsbetrieben oder pandemiebedingten Zwangspausen, sondern weil diese Auszubildenden mit ihrem Leistungswillen Zukunftsoptimismus vermitteln und zeigen, dass und wie sich die ausbildenden Betriebe enorm ins Zeug legen, um auch unter diesen Bedingungen einen guten Weg ins Berufsleben zu ermöglichen.

Die Gespräche führte Brigitte Menge.



© Claus Schulte/The Student Hotel Berlin

Die angehende Hotelfachfrau Rihane Rezai weiß, dass ihr mit diesem Beruf die große weite Welt offen steht

„Man muss es durchziehen“

Rihane Rezai, Ausbildung zur Hotelfachfrau im The Student Hotel Berlin

„Es ist einfach supertraurig, dass wir so wenig Gäste haben“, klagt Rihane Rezai, die im Oktober 2020 ihre Ausbildung zur Hotelfachfrau im The Student Hotel Berlin begann. Da hatte Rihane ihre Fachhochschulreife in der Tasche und eine Ausbildung im Immobilienbereich abgebrochen: „Ich merkte ziemlich schnell, dass das nicht mein Ding ist“, begründet sie die Neuorientierung. Am Ausbildungsberuf Hotelfachfrau imponierte der selbstbewussten, kommunikativen und offenen jungen Frau vor allem die Vielseitigkeit der Perspektiven. Das wusste sie aus erster Hand, denn zu den Freunden der Familie Rezai gehört Philip Ibrahim, General Manager des Hauses unweit des Alexanderplatzes. Als sie sich dann das große, innovative Haus, das klassisches Hotel mit studentischem Wohnen und Arbeiten verbindet, anschaute, war ihre Entscheidung schnell gefallen. Noch in den ersten Wochen nach dem Beginn der Ausbildung hofften alle auf baldige Normalität. Doch es kam anders ... „Ich versuche, mich selbst zu motivieren, denn manchmal ist es einfach langweilig, weil so wenig los ist“, berichtet Rihane Rezai. „Ich habe tolle, supernette und hilfsbereite Kolleg*innen, die mir im Arbeitsalltag viel erklären“, so die angehende Hotelfachfrau, die fünf Monate praktische Erfahrungen im Service gesammelt hat. Im März steht die Küche auf dem Ausbildungsplan. „Ich hoffe, dass da mehr Action ist“, so Rihane. Gekocht wird allerdings auf Sparflamme, denn Essen to go gibt es nur für die Gäste des Hauses.

„Ich bin zufrieden mit der Ausbildung“, resümiert Rihane. Wie sieht sie ihre Perspektiven? „Natürlich möchte ich meine Ausbildung erfolgreich beenden, aber ich denke nicht, dass ich hierbleibe“, so die Antwort. „Als Hotelfachfrau steht mir die Welt offen. Ich möchte reisen und an vielen verschiedenen Orten der Welt arbeiten.“ Und die junge Frau mit den afghanischen Wurzeln hat für die Auszubildenden ihrer Generation einen guten Rat: „Auch in Zeiten, die nicht so motivierend sind, muss man sein Ziel im Auge behalten. Man muss das durchziehen.“

„Das werde ich mal können!“

Mathis Blenck, Ausbildung zum Koch
im 2-Sterne-Restaurant FACIL im The Mandala Hotel

Da sage noch mal einer, Kochsendungen seien pure Unterhaltung. Mathis Blenck schaute während der Abiturzeit begeistert die Netflix-Serie „Chef’s Table“. Dabei wuchs der Wunsch: Das werde ich mal können! Doch bevor der junge Kieler im Jahr 2019 in der sternengekrönten Küche von Michael Kempf die Höhen der Gourmetküche erklimmen lernte, standen erst einmal das Abitur und ein Jahr Welt-erkundung auf dem Lebensplan. Von Neuseeland aus bewarb sich Mathis Blenck im FACIL und war überglücklich über die Zusage aus einem der besten Restaurants des Landes. Mit viel Elan stürzte er sich in die Ausbildung. Und dann kam Corona ... „Als die Nachricht eintraf, war ich gerade auf Klassenfahrt in Venedig. Kaum zurückgekehrt,

musste das Restaurant geschlossen werden“, erinnert sich der angehende Koch. Umgehend folgte ein Meeting der Geschäftsführung des The Mandala Hotel mit den Azubis des Hauses, um gemeinsam zu beraten, wie unter diesen Umständen die Ausbildung erfolgreich fortgeführt werden kann. „Nicht arbeiten war keine Option. Und so fand sich eine Lösung. Wir Auszubildenden arbeiteten einen Monat lang im Housekeeping mit. In dieser Zeit haben wir das ganze Haus – einschließlich der Küche – auf den Kopf gestellt und jede Ecke

geputzt.“ Für alle ein Glücksgefühl war die Öffnung der Restaurants Mitte Mai. „Wir hatten dann wieder – trotz weniger Gästen – krass und viel zu tun im FACIL. Ein toller Sommer, das hat so viel Spaß gemacht“, so Mathis Blenck. „Im November kam der zweite Lockdown. Wir begannen umgehend, einen Take-Away-Service aufzubauen. Da waren wir Auszubildenden mit von der Partie und haben in den letzten beiden Wochen ein eigenes Azubi-Menü auf die Beine gestellt und auf die Karte gesetzt.“ Und was gibt’s gerade? „Als Vorspeise eine Kürbissuppe, im Hauptgang gibt es Kalbshaxe mit Polenta und als Dessert Panna cotta.“ Die Menüs wechseln. Anders gesagt: Hier setzt sich die praktische Ausbildung nahtlos fort.

Und wie wirkte sich die Pandemie auf die Berufsschule aus? „Im ersten Lockdown hatten die Lehrer durchaus Schwierigkeiten, Online-Lernformen zu entwickeln. Inzwischen gibt es klare Lernpläne, die mit großer Strenge umgesetzt werden.“ So fühlt sich der 21-Jährige gut vorbereitet auf die Prüfungen im Frühsommer dieses Jahres. Und danach? „Es ist Konzept des FACIL, dass Azubis nicht übernommen werden. Gourmetküche braucht Welterfahrung.“ Mathis Blenck wird – wenn alles gut geht – im August in einem der besten Restaurants in Kopenhagen arbeiten.



Viviane Stoltzmann an der Rezeption des Mercure Hotel MOA

Vielfältige Ausbildungs- und Karrierewege

Viviane Stoltzmann, Ausbildung zur Hotelfachfrau im Mercure Hotel MOA

Ausbildungswege in der Hotellerie sind so vielfältig wie die Branche selbst. Viviane Stoltzmann begann 2018 im Mercure Hotel MOA ihre Ausbildung zur Hotelfachfrau und drückt parallel die Schulbank, um ihr Abitur abzulegen. Konkret wechselt sich ein Monat praktischer Ausbildung mit einem Monat Schule ab. „Wenn ich 20 bin, werde ich eine abgeschlossene Berufsausbildung und ein Abitur haben“, begründet sie ihren Weg, der der zielstrebigsten jungen Frau viel Disziplin abverlangt. „Es ist super für mich. Manchmal muss ich eben die Zähne zusammenbeißen“, meint sie lächelnd und verweist darauf, dass sie im MOA Unterstützung und Verständnis findet. Als sie ihre Ausbildung im 4-Sterne-Haus mit dem großen Kongress- und Meetingbereich begann, „war die Welt noch in Ordnung. Ich kenne das Hotel, wenn alle Zimmer belegt sind und der Bankettbereich Ort großer Veranstaltungen ist. In dieser Zeit konnte ich sehr viele praktische Erfahrungen sammeln. Und ich kenne das Haus leider auch, wenn drei Zimmer belegt sind“, so Viviane Stoltzmann. Ausbildungs-Defizite kann sie nicht feststellen, „weil die Chefs und Facharbeiter momentan mehr Zeit für uns Auszubildende haben und wir lernen, uns intensiv um einzelne Gäste zu kümmern.“ Für die Kommunikation untereinander nutzt das MOA die interne Plattform „Hotelkit“, auf der monatlich ein Update – meistens von Seiten der Geschäftsführung – gepostet wird. Dies sorgt dafür, dass Mitarbeiter*innen, die in Kurzarbeit sind, die Chance haben, den neusten Stand der Dinge zu erfahren und in Kontakt bleiben.

Einschränkungen sieht Viviane auf einem ganz anderen Feld: der beruflichen Perspektive, denn nicht alle Auszubildenden des MOA fanden nach erfolgreichem Abschluss ihrer Lehre im Krisen-Sommer 2020 eine Arbeitsstelle. Arbeitslose, gut ausgebildete Hotelfachkräfte gab es in dieser Stadt über Jahre hinweg nicht. Viviane hofft auf das Ende der Krise, auf bessere Zeiten, denn mit dem Abitur hat sie die Hochschulreife. „Ja, ich möchte studieren, gern Tourismus-Management, gern in der Schweiz“, bekennt sie. „Zugleich weiß ich, dass ich mit meiner abgeschlossenen Ausbildung gute Voraussetzungen habe, mein Studium zu finanzieren.“ Das Ziel, eines Tages Geschäftsführerin eines Hotels oder Pressesprecherin zu werden, lässt sie dabei nicht aus den Augen. Die Karrierewege in der Hotellerie sind so vielfältig wie die Branche selbst.

Inka Steinig, Ausbildung zur Hotelfachfrau im Hotel Albrechtshof, möchte auch nach ihrer Ausbildung in der Branche arbeiten

© privat

Chefin für einen Tag

Inka Steinig, Ausbildung zur Hotelfachfrau im Hotel Albrechtshof

Zweimal jährlich übernehmen die Auszubildenden im Hotel Albrechtshof unweit des Bahnhofs Friedrichstraße das Haus komplett. Sie managen die Abläufe und zeigen, was sie können. „Das wird Ende Februar sein und findet natürlich auch unter Pandemie-Bedingungen statt“, berichtet Inka Steinig, Auszubildende im 2. Lehrjahr. Die angehende Hotelfachfrau wird dann einen Tag lang Chefin der Rezeption sein. Dafür bringt sie reichlich Erfahrung mit, denn ihre Ausbildung begann an der Rezeption in „normalen“ Zeiten im trubeligen Berliner Hotelalltag. „Ich merkte sehr schnell, dass mir die vielen Begegnung mit Menschen aus verschiedenen Ländern großen Spaß machen, dass meine Entscheidung für diese Ausbildung die Richtige war“, erinnert sich die 22-jährige, die nach dem Abitur zuerst ein duales Studium im Finanzbereich begann, aber ziemlich schnell merkte, dass sie die trockenen Zahlen von morgens bis abends nicht glücklich machen. Das Jobcenter empfahl ihr mehrere Hotels und nach einem Gespräch mit Ausbildungsleiterin Anne Kahlich sowie Probearbeiten entschied sich Inka Steinig für das gastfreundliche 3-Sterne-Haus in Berlins Mitte, das neben Touristen viele Stammgäste aus dem Business-Bereich hat. „Das ist gut, denn so haben wir weiterhin geöffnet.“ Die Arbeitsabläufe haben sich verändert, „mir fehlen die Gäste. Aber als Auszubildende nutze ich zugleich die Chancen, die sich aus der gegenwärtigen Situation ergeben. Ich kann sehr selbstständig arbeiten, mehr Aufgaben und damit größere Verantwortung übernehmen“, so Inka Steinig.

Das Hotel Albrechtshof plant gegenwärtig für seine Auszubildenden spezielle Seminare, um Ausbildungsinhalte, die durch die Pandemie vernachlässigt werden mussten, aufzuholen. „Aber eigentlich hoffe ich, dass wir bald zu einem ganz normalen Arbeitsalltag zurückkehren können, um vernünftig arbeiten und vernünftig lernen zu können“, ersehnt Inka Steinig. „Ich jedenfalls bleibe optimistisch.“ So positiv sieht die junge Frau auch ihre Zukunft in der Branche, denn nach dem erfolgreichen Abschluss ihrer Ausbildung sieht sie ihren Platz im Hotel – wo sonst?!

Mit Freude und Freunden kochen

Rinesa Duraku, Ausbildung zur Köchin in der Ständigen Vertretung (StäV)

Während ihrer Ausbildung zur Medizinischen Fachangestellten bummelte Rinesa Duraku eines schönen Sommerabends mit einer Freundin über den Schiffbauerdamm. Ihr gefiel die Atmosphäre der beliebten und belebten Gastronomie direkt am Ufer der Spree. Noch mehr gefiel ihr der Anblick der Gerichte auf den Tellern. „Ich habe früh begonnen, gemeinsam mit meiner Mama zu kochen. Später kam das Interesse an Ernährung und Lebensmitteln hinzu und natürlich der Spaß, gutes Essen schön anzurichten“, berichtet die 17-jährige. Der Bummel auf dem Schiffbauerdamm war die Initialzündung, sich auf diese Leidenschaft zu besinnen. „Dann ging alles ganz schnell“, erinnert sich Rinesa. „Ich fand auf ebay eine Stellenanzeige der Ständigen Vertretung, die Ausbildungsplätze für Koch/Köchinnen anboten. Auf meine Mail antwortete Herr Brinkmann schon am nächsten Tag. Wir telefonierten und vereinbarten einen Probetag. Der hat seine und meine Erwartungen erfüllt.“

Mitten im Corona-Herbst 2020 begann Rinesa Duraku ihre Ausbildung als eine von drei angehenden Köchen in der StäV. „Ich hatte schon ein bisschen Angst, ob ich mich als einzige Frau in dieser Männer-Domäne behaupten kann. Aber diese Furcht war unbegründet, denn wir sind ein tolles Team und haben viel Spaß an unserer Arbeit. Es ist, als koche ich mit Freunden. Alle ringsum sind bestrebt, dass wir das praktische Pensum trotz fehlender Gäste schaffen. Wir Auszubildenden haben bereits an einigen Tagen allein gekocht“, so die angehende Köchin. Anders die Theorie, denn die Lerninhalte der Berufsschule werden ausschließlich online vermittelt. „Da fehlt mir die Lernatmosphäre der Schule und der Lehrer. Das kann

keine Videokonferenz ersetzen“, stellt Rinesa fest und hofft, dass geschlossene Restaurant- und Schultüren bald überstanden sind. Ihre Ausbildung möchte die junge Frau auf alle Fälle beenden und in diesem Beruf arbeiten: „Ich bin glücklich, dass ich einen Beruf gefunden habe, bei dem ich alles zeigen kann, was in mir steckt. Und dazu so ein tolles Team, dass auch in schwierigen Zeiten uns Azubis einen Weg öffnet.“



Rinesa Duraku ist eine der drei Jugendlichen, die im Herbst 2020 ihre Ausbildung zum/r Koch/Köchin in der StäV begonnen.

© Joffrey Pyritz/StäV

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

*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!**

Eine Initiative des
DEHOGA

Berliner Eventlocation AXICA ist TOP-Ausbildungsbetrieb

Ausbildung in Eventmanagement und Küche



Ausbildung ist immer eine Investition in die Zukunft. Mehr denn je, ist die Qualität der Ausbildung entscheidend nicht nur für den Lebensweg eines jungen Menschen – er ist mehr noch auch ein Gradmesser, wie sich Unternehmen auf sich verändernde Bedingungen einstellen können – gerade in schwierigen Zeiten wie diesen. Die AXICA bildet bereits seit einigen Jahren in den Fachbereichen Eventmanagement und Küche aus. Und auch im für die Veranstaltungsbranche sehr herausfordernden Jahr 2020 übernahm das AXICA-Team Verantwortung für die Zukunft und stellte drei neue Azubis ein. Dabei können die Auszubildenden auf qualifizierte Lehrkräfte wie Dewiyana Fauzan und Michael Temnitz und Kolleg*innen bauen, die nicht nur ihr Handwerk verstehen, sondern es auch mit Hingabe und Fachwissen weitergeben.

Die AXICA wurde nun kürzlich vom DEHOGA als TOP-Ausbildungsbetrieb zertifiziert. Das bedeutet, dass sowohl die fachliche als auch die menschliche Förderung der Auszubildenden einen hohen Stellenwert im Unternehmen hat. Die Teilnahme an Wettbewerben wie z. B. dem Creative Cup für die Köche werden unterstützt und eigene Projekte wie AXICA Kundenveranstaltungen von den Auszubildenden übernommen. Die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen, des Ausbildungsrahmenplanes, der Arbeitszeiten und eine tarifliche Ausbildungsvergütung sind selbstverständlich.

Ausbildung in Corona-Zeiten

Natürlich geht die Krise auch an den Azubis nicht spurlos vorbei. Die Kolleg*innen in Kurzarbeit, keine spannenden Veranstaltungen, die es zu organisieren und durchzuführen gilt – daneben die Berufsschule zeitweise nur online. In der AXICA wurden eigens für die Azubis kleine Projekte wie Pizzabacken und Team-Lunches organisiert, bei denen Lernen und Spaß Hand in Hand gingen. Bei den wenigen Veranstaltungen, die tatsächlich stattfanden, wurden die Azubis natürlich immer eingebunden und geschult. Neben den Ausbilder*innen ist auch der Geschäftsführer Marc Mundstock als Ansprechperson immer an der Seite der Azubis, wenn es zu Fragen und persönlichen Anliegen kommt.

Nachwuchskräfte ausbilden, ihre Talente entdecken und fördern und sie von Beginn an bei ihrem Werdegang zu unterstützen und dabei verborgene Fähigkeiten freizulegen – das ist dem Team nicht nur ein wichtiges Anliegen sondern auch Teil des AXICA Code of Conduct. Gerade in schwierigen Zeiten.

 www.axica.de

 **AXICA**
EIN UNTERNEHMEN DER DZ BANK



Die AXICA ist eine nachhaltig agierende Eventlocation mit Premium-Catering direkt am Brandenburger Tor. In der ausdrucksvollen Architektur des preisgekrönten Architekten Frank O. Gehry finden Kongresse und Tagungen, Preisverleihungen und Galas für bis zu 600 Personen Platz. Das AXICA Team begleitet jede Veranstaltung von der Idee bis zur Durchführung und setzt kulinarische, technische und dekorative Konzepte in der DZ BANK am Brandenburger Tor sowie als Caterer an weiteren ausgesuchten Veranstaltungsorten um. Die AXICA ist „Sustainable Meeting Partner“ von *visitBerlin*.



GREIFF
SINCE 1802

**Nachhaltig.
Transparent.
Fair.**

**Berufsbekleidung
von GREIFF.**



greiff.de



WIR FÜHREN PRODUKTE MIT DEM SIEGEL:

**GRÜNER
KNÖPF**

SOZIAL. ÖKOLOGISCH. STAATLICH
UNABHÄNGIG ZERTIFIZIERT.



**Vom Anzug bis zur
Kochjacke –
Fliegel Textilservice
verkauft, vermietet
und pflegt die
Kleidung Ihres
Personals.**



Ihr GREIFF Händler:

Fliegel GmbH & Co. KG Textilservice

Weserstraße 118 | 12059 Berlin

Tel. +49 (0)30 3116290 - 20

info@fliegel-textilservice.de

www.fliegel-textilservice.de



Zwischen Büchern & Baguette

Ausbilden im Außerhausverkauf

In Berlin-Köpenick präsentiert sich das familiengeführte Bett & Buch Hotel. Liebevoll restauriert, sind die Zimmer Schriftsteller*innen gewidmet. Dieser Bezug kommt nicht von ungefähr. Viele Jahre war das heutige Hotel die Volksbücherei von Köpenick.

Alexandra Zinnkann ist die buchbegeisterte Geschäftsführerin und Ausbilderin. Gemeinsam mit ihren Eltern betreibt sie das Hotel seit 2017. Schon zwei Jahre später – nach einem Kontakt im Regionalen Ausbildungsverbund Treptow-Köpenick – begann sie mit der Ausbildung von Denise Zwick zur Fachkraft im Gastgewerbe. Mit Unterstützung der Verbundberatung Berlin beantragte sie die Förderung des Landes Berlin. Dem Betrieb werden so z. B. 30–70 Prozent der Ausbildungsvergütung in der Erstausbildung erstattet, wenn die Auszubildenden keinen Schulabschluss oder die einfache Berufsbildungsreife besitzen.

„Denise besuchte die Schule an der Dahme und absolvierte ihr Praktikum bei uns. Wir waren zu diesem Zeitpunkt allerdings noch gar kein Ausbildungsbetrieb. Diesen Prozess haben wir extra für sie begonnen. Die geförderte Ausbildung ermöglicht es uns, sie trotz Schließung weiterhin zu beschäftigen“, so Alexandra Zinnkann.

Aktuell ist ihnen die Beherbergung von Gästen nicht möglich, doch mit der hauseigenen Baguetterie integriert die Familie ein wenig französisches Flair und „Je ne sais quoi“. So kann die Ausbildung im Außerhausverkauf weitergeführt werden.

Alexandra Zinnkann



Unter anderen Umständen ist Alexandra Zinnkann offen für die Verbundausbildung. Interessierte Lehrlinge könnten in ihrem kleinen Hotel Erfahrungen sammeln, die sie in einem großen Haus nicht vermittelt bekommen. Wie auch bei der Beantragung der Fördermittel nimmt sie für die Organisation gern die Hilfe der Verbundberaterinnen in Anspruch. So bleibt ihr die Zeit, sich dem alltäglichen Geschäft zu widmen.

Treffend beschreibt sie: „Eben weil wir ein Familienunternehmen sind, wäre es für uns unvorstellbar, diesen Betrieb aufzugeben. Für die Zeit nach Corona können wir uns gut vorstellen weitere Auszubildende aufzunehmen.“ Sowohl für die Zeit danach als auch jetzt bieten handverlesene Betriebe Kooperationen auf marktplatz-verbundausbildung.de. Das Wellnesshotel centrovital, Vienna House Andel's Berlin und viele weitere sind Partner der Verbundberatung. Melden auch Sie sich an!

📞 Anika Harnoth Verbundberatung, Tel: 030. 63415201

@ harnoth@verbundberatung-berlin.de

Alexandra Zinnkann
und Denise Zwick



OSZ Gastgewerbe digital

Das Oberstufenzentrum Gastgewerbe bietet allen Ausbildungsbetrieben die Möglichkeit, an der neuen digitalen Kommunikationskultur teilzuhaben.



Bei Interesse melden Sie sich gern bei unserem Administrator!

@ Niels.Schirrmeister@osz-gastgewerbe.de,

Tel: 030. 914266219

www.osz-gastgewerbe.de

Jetzt auch für Ausbildungsbetriebe!

Sie möchten:

- ein Teil des digitalen Informations- und Kommunikationsnetzwerkes werden?
- erfahren, wie der Onlineunterricht mit der schul.cloud, Videokonferenzen und dem DSBmobile organisiert ist?
- allgemeine Schulinformationen erhalten?
- schnell an relevante Informationen für Ausbildungsbetriebe im Gastgewerbe gelangen?
- mit Ihren Auszubildenden Ende-zu-Ende verschlüsselt via Channel und/oder Chat kommunizieren?
- mit den Mitarbeiter*innen, sowie weiteren externen Partnern und unseren zahlreichen Unterstützungsteams Ende-zu-Ende verschlüsselt kommunizieren?
- einen Zugang zu relevanten Schuldateien und/oder Materialien erhalten?

clever LESEN

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**



Tel. 0800-633 43 67

www.medien-palette.de

info@medien-palette.de

WhatsApp: ☎ 0171-300 86 44

Facebook/Instagram: 📺 @ihr.lesezirkel

Auf Gäste warten

Berliner Hotelmarkt im Januar 2021 und der Trend

Berlin wird es ganz sicher nicht so ergehen wie dem Protagonisten in dem berühmten Theaterstück »Warten auf Godot«. Der Berliner Hotel-Gast wird kommen. Aber es ist eine Geduldsprobe, die an den Nerven und an der wirtschaftlichen Gesundheit vieler Hotelunternehmen zerrt.

Da noch kein Ausstiegsszenario für den aktuellen Lockdown verabschiedet ist, richtet sich unser Blick an dieser Stelle in die Vergangenheit. Anfang Februar 2020 bereitete sich gefühlt die ganze Stadt auf das Großereignis ITB 2020 vor. Der vorherige Januar verlief ganz nach Plan. Über alle Hotelkategorien erhöhte sich die Belegung leicht und auch die durchschnittliche Zimmerrate stieg auf 85,50 Euro. Vor allem die 5-Sterne-Hotels nutzten den Januar 2020 für Preissteigerungen. Die Wachstumsraten lagen hier zwischen +5,0 % (City West) und +2,7 % (City Ost). Die Grüne Woche bilanzierte mit einem Plus über alle Hotelkennzahlen, das gleiche galt für das 6-Tage Rennen vom 23. bis 28. Januar.

Wie geht es weiter?

Das Trendbarometer für März und April

Hoffnungen machen die Ergebnisse der vielen Umfrage und Erhebungen zum Thema Urlaubsplanung der Deutschen. Da ist von Nachholbedürfnis die Rede, inländische Reiseziele, Kurztrips etc.

Die am Trendbarometer teilnehmenden Berliner Hotels rechnen im März mit einem erneuten Rückgang bei der Belegung im Vergleich zum Vorjahr in Höhe von –34,5 % und

Hotelkennzahlen Berlin

Monat	Belegung				ADR			
	2018	2019	2020	2021	2018	2019	2020	2021
Januar	57,4%	63,5%	63,9%	9,0%	81,8	84,2	85,5	63,7
Februar	70,1%	72,2%	71,1%		98,2	100,3	101,6	
März	74,0%	75,8%	24,4%		95,0	98,9	108,9	
April	77,6%	79,4%	4,3%		95,1	94,3	81,6	

Mit dem Februar kamen die ersten Corona-Vorboten – deutlich erkennbar in der Eventanalyse der Fruit Logistica. Die Leistungskennzahlen und die Wachstumsraten 2020 vs. 2019 gehen deutlich ins Negative: Belegung –9,6 %, ADR –13,10 %, RevPar –25,2 %.

Ein Jahr später landet die Januar-Belegungsrate bei 9,0 %, der RevPar bei 5,70 €. Auch wenn der Vergleich hinkt: Die Belegungsrate im Januar 2021 ist doppelt so hoch wie die im April 2020 mit 4,3 %.

im April mit einem Wachstum von +678 %. Doch was bedeutet das? Unter Nutzung der mathematischen Formel für Varianzberechnung, errechnet sich hieraus eine erwartete Belegung um 15,9 % für den März (Anfangswert: 24,4 % Belegung März 2020) sowie eine Belegungsrate im April um 34 % (Anfangswert: 4,3 % Belegung April 2020).

Sicher ist, dass die kommende ITB NOW vom 9. bis 12. März keinen nennenswerten Einfluss auf die Hotelperformance haben wird. Sie findet virtuell statt. Die Aprilwerte unterliegen der Annahme, dass das Beherbergungsverbot aufgehoben ist und die Deutschen die Osterfeiertage und –ferien nutzen, um endlich wieder ein wenig zu reisen. Wenn dann noch das Wetter mitspielt ... Bleiben Sie gesund!



i DEHOGA Berlin angeschlossene Unternehmen können sich immer tagesaktuelle Auswertungen von der Verbands-Website downloaden:
www.dehoga-berlin.de/brancheninfos/daten-fakten/fairmas-cityreport/

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

Der Worst-Case als Grundlage des Krisenmanagements

Das grundlegende Problem in der Pandemie

Planung ist die Grundlage für eine erfolgreiche Unternehmung. Ob man den Mount Everest besteigen, einen Kuchen backen, seine Steuererklärung pünktlich beim Finanzamt einreichen oder ein Unternehmen führen will; unterteilt in eine Kurz-, Mittel- und Langfristplanung werden verschiedene Wirtschaftsszenarien prognostiziert, um das Unternehmen für die Zukunft auszurichten. In der aktuellen Pandemie-Situation kann man die klassische Planungslehre allerdings knicken.

Die Strategie der Stunde ist das Krisenmanagement. Die Kurzfristigkeit dieses Managements ist abhängig von den Veränderungen der politischen Rahmenbedingungen. Auch wenn die November-Hilfen aufgrund ihrer Auszahlung im Januar und Februar eine gewisse Mittelfristigkeit assoziieren und die Dezember-Hilfen auch Faschingshilfen genannt werden können, werden die Inhalte der Zuschüsse teilweise täglich verändert. Doch ein Krisenmanagement von Tag zu Tag erfordert die Kenntnis, was im Worst-Case auf den Betrieb und die Verantwortlichen zukommt, wenn alle Krisen-Maßnahmen nicht zum Erfolg führen. Was sind also die Vor- und Nachteile eines Insolvenzverfahrens und den damit verbundenen Sanierungsmöglichkeiten?

Die (eingeschränkten) Möglichkeiten des Insolvenzrechts

Obwohl vor jedem Linienflug das Board-Personal über die Sicherheitsvorkehrungen bei einer Wasserlandung informiert, haben die wenigsten Selbstständigen ausreichend Ahnung über ihren Notausgang und was sich dahinter verbirgt. Die Insolvenzordnung bietet für natürliche Personen die Möglichkeit, die persönlichen Schulden, die durch das Scheitern des Betriebes entstanden sind, wieder loszuwerden. Zusätzlich stehen verschiedene Sanierungsinstrumente zur Verfügung, die es sowohl Kapitalgesellschaften als auch inhabergeführten Unternehmungen unter bestimmten Voraussetzungen ermöglichen, das Unternehmen zu sanieren und wieder damit zu arbeiten. In planbaren Zeiten haben diese Instrumente regelmäßig funktioniert. Doch aktuell ist noch nicht einmal klar, wann überhaupt wieder Kunden in ein Restaurant kommen können. Wie soll unter diesen Bedingungen ein Sanierungsplan aufgestellt werden?

Vor einem weiteren Dilemma stellt die aktuelle Änderung des COVID-19-Insolvenzaussetzungsgesetzes die Geschäftsführer und Vorstände von Kapitalgesellschaften:

 www.bmjbv.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2021/0120_Insolvenz.html

Insolvenzrechtsexperten halten die dargestellten Bedingungen für ein wenig kompliziert. Eine „Aussetzung der Insolvenzantragspflicht“ kann man das nicht mehr nennen. Die Einhaltung dieser „Vorgaben“ entscheidet aber später über die Haftung der Verantwortlichen. Zusätzlich ist gerade der alte § 64 GmbHG im neuen § 15b InsO aufgegangen. Die dort dargestellten Haftungsansprüche sind in der Vergangenheit bei Vorliegen von Verschleppungstatbeständen auch konsequent verfolgt worden.

*Gerade Inhaber*innen
müssen sich
bei der Beantragung
ihres Insolvenzverfahrens
über die Kollateral-Schäden
im Klaren sein.*

Neu im Portfolio der (vorinsolvenzrechtlichen) Sanierungsmöglichkeiten ist das Unternehmensstabilisierungs- und -restrukturierungsgesetz (StaRUG). Dieses Gesetz soll eine Außergerichtliche Sanierung von Selbstständigkeiten ermöglichen, ohne die negativen Folgen eines Insolvenzverfahrens. Das Problem ist, dieses neue Gesetz ist so neu, dass es bisher noch niemand angewandt hat. Und so, wie man nicht unbedingt die erste Baureihe eines Autos kaufen sollte, hat es Vorteile, zunächst zu gucken, wie die praktische Anwendung dieses Verfahrens funktioniert.

Gerade Inhaber*innen müssen sich bei der Beantragung ihres Insolvenzverfahrens über die Kollateral-Schäden im Klaren sein. Die Eröffnung des Verfahrens wird in der Schufa und weiteren Bonitätsdatenbanken eingetragen. Dieser Negativeintrag sorgt dann dafür, dass z. B. Mobilfunk-Unternehmen einen Telekommunikationsvertrag verweigern, die Kreditkarte eingezogen wird und ein Wohnungswechsel drastisch erschwert wird. Aktuell bleibt dieser Eintrag nach Erteilung der Restschuldbefreiung nach drei Jahren weitere drei Jahre in der Schufa bestehen. Eine neue Existenzgründung nach Beendigung einer persönlichen Insolvenz ist damit kaum möglich.



Ein weiteres Problem, gerade in den Insolvenzverfahren natürlicher Personen, ist der mangelnde Schutz der Altersvorsorge. Aktuell besteht die Möglichkeit nach § 851c ZPO eine vertragsbasierte Altersvorsorge unter bestimmten Bedingungen in einer festgelegten Höhe insolvenzfest anzupassen. Damit ist in der Regel nur die klassische Lebensversicherung gemeint.

Sofern allerdings nichts mehr geht, eine Sanierung gar nicht gewünscht ist und man eigentlich nur noch mit dem Abenteuer „Selbstständigkeit“ abschließen will, kann weiterhin die Insolvenz als Liquidierungsinstrument genutzt werden. Aber auch hier gilt, dass man sich hierzu beraten lassen sollte. Man wandert auch nicht, nur mit der Machete bewaffnet, ohne Kenntnis der örtlichen Gegebenheiten durch den brasilianischen Regenwald.

Ein Insolvenzverfahren kann helfen ein Unternehmen zu retten, verantwortliche Personen sollten die Grundzüge, die Vor- und Nachteile der verschiedenen Möglichkeiten kennen, aktuell sollte es aber die letzte Option sein, wenn alle anderen Möglichkeiten ausgeschöpft sind. Aus der Erfahrung, dass die Bundesregierung in der jetzigen Situation sehr schnell Gesetze verändert oder neue auflegt, ist nicht auszuschließen, dass im Hinblick auf die Sicherung der

Altersvorsorge und der negativen Eintragungen in Bonitäts-Dateien etwas geändert wird. Auch hier sollte zumindest wöchentlich nach neuen „Trends“ Ausschau gehalten werden. Dass dieses Jahr ein Super-Wahljahr ist kann zusätzlich als Katalysator wirken, positive Veränderungen zu veranlassen.

Das Team unserer Beratungsstelle kann Ihnen helfen, die richtige Strategie im Falle einer Krise für Ihre Selbstständigkeit zu entwickeln. Finanziert durch die Senatsverwaltung für Wirtschaft ist die Beratung vollständig kostenlos.

Frank Wiedenhaupt Dipl. Kfm.

Berliner Stadtmission | Evangelische Kirche (EKBO)
Schuldner- und Insolvenzberatung
für Kleinstselbstständige

[Anerkannt als geeignete Stelle gemäß § 305 InsO durch die
Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales, Berlin]

Tel: 030. 690333107

@ sib-kleinstselbststaendige@berliner-stadtmission.de

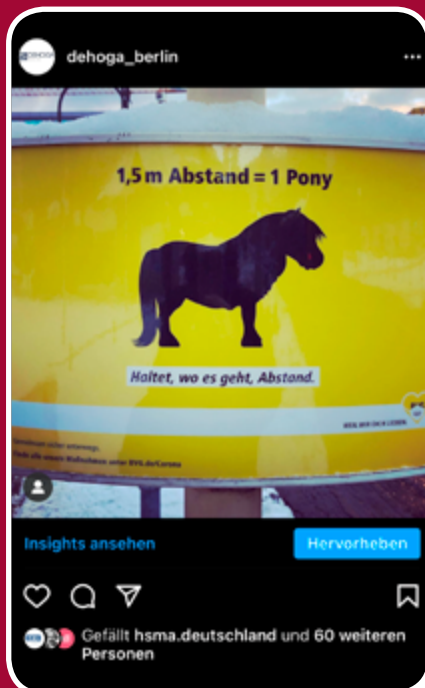
www.berliner-stadtmission.de

#socialmedia

Ansprache des DEHOGA Berlin-Präsidenten Christian Andresen.



Das Gastgewerbe braucht Hilfe!



So geht's auch 😊
und Maske nicht vergessen.



Ohne geht nicht 😊



Das Azubi-Menü
im Sterne-Restaurant FACIL.

DEHOGA
BERLIN



dehoga_berlin – werde Follower!



ITB Berlin NOW: Das digitale Event der globalen Tourismuswirtschaft

Mit der virtuellen Plattform beschreitet die Messe Berlin dieses Jahr neue Wege

Die Corona-Pandemie hat dazu geführt, dass die weltweit führende Reisemesse vom 9. bis zum 12. März 2021 an vier Tagen rein digital stattfindet. Als Innovationstreiber beweist sie auf einer neu geschaffenen, zentralen Online-Plattform, wie die Mehrwerte eines Messebesuchs auch im virtuellen Raum genutzt werden können. Aussteller und Fachbesucher aus aller Welt kommen unter dem Motto „Der digitale Treffpunkt der Reiseindustrie. Jederzeit. Überall.“ zusammen. Business, Networking, Content und News – die vier Kernelemente von ITB Berlin NOW, die die weltweite Reisebranche dieses Jahr komplett digital vernetzt. An den virtuellen Ständen im Showfloor präsentieren Aussteller anhand individuell gestalteter Brand Cards neue Produkte oder unterhalten sich via Video-Funktion mit Geschäftspartnern. Neue Kontakte lassen sich mit einem speziellen Algorithmus-Discovery-Graph verknüpfen, der auf Basis übereinstimmender Interessen, interessante Personen vorschlägt. In den Cafés können aktuelle Themen und Anknüpfungspunkte mit neuen oder bestehenden Kontakten dann gleich diskutiert werden.

Die Pandemie stellt auch die Hotelbranche immer stärker vor neue Herausforderungen. Orientierung in einem schwierigen und sich ständig wandelnden Marktumfeld gibt der ITB Berlin NOW Kongress, der unter dem Motto *Rethink, Regenerate, Restart – Tourism for a Better Normal* steht. Er widmet sich in sechs Sessions den brennendsten Hospitality-Themen: Nachhaltigkeit, Luxus und Post-Corona-Trends. Highlights sind unter anderem das Hyatt CEO-Interview über die Zukunft der Branche oder Googles spannende Masterclass. Aussteller und Fachbesucher können auf der neuen Plattform ausgewählte Sessions vormerken und im Livestream oder on demand mitverfolgen.

Nutzer können sich bereits jetzt anmelden, Termine vereinbaren und ihr Profil ins rechte Licht rücken. Und das Beste: ITB Berlin NOW geht in die Verlängerung. Bis Ende Mai 2021 bleiben ausgewählte Inhalte der Plattform online, so dass jeder noch länger von der weltweit führenden Reisemesse profitieren kann.

 www.itb.com

Hotel Tech Awards

hotelkit erneut in 4 Kategorien mit internationalem Award ausgezeichnet!

Bereits 2020 konnte hotelkit in vier Kategorien den Hotel Tech Award für sich entscheiden. Nun setzt sich das Salzburger Softwareunternehmen erneut gegen die internationalen Mitbewerber durch und wird in vier Kategorien zur Nummer Eins des Jahres 2021 gekürt!



Hotel Tech Report ist die führende Plattform für Technologien in der Hotelbranche und zeichnet jährlich mit den Hotel Tech Awards die weltweit besten Hotelsoftware-Unternehmen und -Produkte aus. Aus über 1.760 Software-Unternehmen wurde hotelkit in den Kategorien Best Employee Engagement Software, Best Housekeeping Software, Best Preventive Maintenance Software und Best Staff Collaboration Tool zur Nummer Eins des Jahres 2021 gekürt. Somit entschied das Salzburger Softwareunternehmen jede seiner vier Nominierungen für sich. Zudem schaffte es hotelkit mit Platz 3 aufs Podest der Best Places to Work und erhielt zusätzlich noch den People's Choice Award!

„Eine Auszeichnung bei den Hotel Tech Awards, und in unserem Fall gleich vier, sind eine unglaublich große Ehre! Unsere Mission ist es, Kommunikation und Zusammenarbeit innerhalb von Hotelteams zu revolutionieren und den Hotelalltag mit unserer Plattform für jeden Hotelier und Hotelmitarbeiter zu vereinfachen. Diese Auszeichnung bestätigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind und die Hotelbranche und unsere Kunden unser Produkt zu schätzen wissen. Das ist einfach großartig und motiviert uns noch mehr!“

Marius Donhauser, Gründer & CEO von hotelkit

Ursprünglich wurde die Hotel Operations Plattform von Marius Donhauser (Gründer & CEO von hotelkit) für den eigenen Familienbetrieb entwickelt. Mittlerweile ist die Lösung für Collaboration, Service Optimization und Housekeeping in 23 verschiedenen Sprachen verfügbar und wird von 60.000 Hotelmitarbeitern in mehr als 1.500 Hotels weltweit täglich genutzt.

hotelkit-Nutzer unterstreichen in ihren Bewertungen auf Hotel Tech Report immer wieder die verbesserte Zusammenarbeit und Kommunikation dank hotelkit, den guten Support sowie die intuitive Bedienung und Nachhaltigkeit der Software:

„hotelkit hat unsere interne Kommunikation erleichtert und optimiert. Egal mit welchem Tool, alle Bereiche unterstützen die Mitarbeiter in ihrer täglichen Arbeit. Perfekt abgestimmt für die Vorgänge im Hotel! Das Programm ist simpel zu bedienen und bietet breitgefächerte Funktionen. Anregungen zu Anpassungen werden immer gerne aufgenommen und wurden sogar bereits umgesetzt. Der Kundenservice und Support ist wirklich spitze!“

Der Öschberghof | 5-Sterne Superior Resort
Donaueschingen, Deutschland

Sich auf seinen Lorbeeren auszuruhen ist jedoch nie eine Option für hotelkit. Positive Rückmeldungen wie diese und vier Auszeichnungen bei einem der renommiertesten Awards der Branche spornen das Team noch mehr an:

„Wir entwickeln unser Produkt ständig weiter, setzen Feedback um und arbeiten an neuen Schnittstellen. Es gibt immer etwas zu verbessern und es macht Freude, unsere Tools gemeinsam mit meinem Team und unseren Kunden zu perfektionieren!“

Marius Donhauser, Gründer & CEO von hotelkit



2021 war eines der wettbewerbsintensivsten Jahre in der Geschichte der Hotel Tech Awards. Mehr als 300.000 Hoteliers besuchten die HTR Plattform während der diesjährigen Wettbewerbsphase und trugen mit über 10.000 neuen, verifizierten Produktbewertungen zur Auswertung bei.

„Dies ist keine subjektive Liste, die auf den Meinungen einiger weniger Personen basiert. Einen Hotel Tech Award zu gewinnen ist die höchste Auszeichnung in der Branche, weil sie auf realen Daten basiert“

Jordan Hollander, CEO von Hotel Tech Report

 www.hotelkit.net

KADEA ist neuer Partner des DEHOGA Berlin



Das **KADEA**® (Kaufhaus des Autos) gehört zu den größten Automobilanbietern in Berlin und ist an mittlerweile vier Standorten zu finden. Neben dem Hauptbetrieb **KADEA**® Tempelhof in der Bessemerstraße, dem **KADEA**® Köpenick in der Lindenstraße, dem **KADEA**® Wilmersdorf in der Seesener Straße ist mit dem Standort **KADEA**® Neukölln in der Buschkrugallee eine weitere Filiale mit attraktiven Verkaufs- und Serviceangeboten entstanden.

Ihr DEHOGA Ansprechpartner **Dirk Walther** ist für Sie stets über seine Handynummer 0171. 6891793, per Mail dirk.walther@ka-de-a.de oder über seine Business WhatsApp 0171. 6891793 erreichbar. Durch die enorme Modellvielfalt und hochmoderne Dienstleistungen bietet das **KADEA**® den Kunden alles rund um das Thema „Automobile“ unter einem Dach.

Vom Stadtflitzer über die klassischen Limousinen und Kombis bis hin zu SUV und Transportern sowie edlen Shuttle-Fahrzeugen bietet Ihnen unser Premium Automobil-Partner **KADEA**® das komplette Paket. Selbstverständlich werden Ihnen alle Dienstleistungen wie Finanzierung, Full-Service-Leasing, Versicherungen sowie alle Werkstattleistungen einschließlich Karosserie und Lackzentrum aus einer Hand angeboten.

Das **KADEA**® ist mit seinem Opel-Professional-Center der Berliner Behördenlieferant.

Eine Besonderheit des denkmalgeschützten Gebäudes in der Bessemerstraße ist die großflächige Glasfront, welche den Verkaufsraum von der ähnlich großen Werkstatt und Servicefläche trennt. Jeder Besucher kann sich live ein Bild davon machen, wie sein Auto gerade in der Werkstatt gewartet wird.



© KADEA

Mit seinen Marken Opel und Hyundai deckt das **KADEA**® sowohl im Bereich der PKW vom Kleinstwagen bis hin zum 4,5t Transporter alle Bereiche der Mobilität ab. Als e-Mobility-Center bietet **KADEA**® in nahezu allen Klassen Hybrid und vollelektrische Mobilitätslösungen für ihr Unternehmen an. Das beginnt beim Opel Corsa-e dem Gewinner des goldenen Lenkrads 2020 geht über die elektrischen und Hybridlösungen von Hyundai wie dem Kona oder dem Ioniq sowie den Hybrid SUV Opel Grandland X und Tucson Mildhybrid bis hin zum International Van oft the Year 2021 dem Opel Vivaro-e und dem Zafira Life-e.

Und auch in Sachen Zuverlässigkeit können sich beide Marken sehen lassen, so hat der Insignia aktuell die Trophäe als zuverlässigster Mittelklassewagen 2020 vor allen Wettbewerbern errungen.

KADEA® garantiert Ihnen beste Preise, exklusive Betreuung, immer einen kompetenten Ansprechpartner und schnelle Lösungen für Ihre Anforderungen.

Spezielle Angebote für Mitglieder des DEHOGA Berlin finden Sie im DEHOGA Sparbuch.

www.dehoga-sparbuch.de

www.ka-de-a.de



Pure Lust auf Meer

Abwechslungsreiche Snack- und Streetfood-Konzepte von Friesenkrone

Makellose Filets, milde Salznote, zarter Biss: Pur Matjes- und Heringsfilets von Friesenkrone begeistern durch ihren puren Geschmack, sie sind vielseitig und einfach zu handeln. Deshalb sind sie wie gemacht für pfiffige Snack-, Brötchen und Sandwichkonzepte. Pur Matjes- und Heringsfilets kommen nahezu ohne Öl und Aufguss aus. So bleibt die Küche sauber und dem Team bleibt Zeit für fantasievolle Kreationen wie etwa Herings-Sandwich mit Rote-Bete-Schmand und Feldsalat-Pesto oder Matjes-Arancini mit Chili-Mayonnaise (siehe Rezepttipp).



Trendiger (Meer-)Genuss hat viele Facetten – mit Pur Matjes- und Heringsfilets von Friesenkrone.



*Zum Snacken und Dippen:
Matjes-Arancini mit Chili-Mayonnaise.*

Rezept-Tipp

Matjes-Arancini mit Chili-Mayonnaise

*Zubereitungszeit: ca. 40 Minuten,
Wartezeit: ca. 25 Minuten*

Für 10 Portionen

*Arancini: 1,75 l Gemüsefond,
100 ml Sonnenblumenöl,
500 g Risottoreis, 5 EL Butter,
250 g Parmesan, gerieben, Salz, Pfeffer,
750 g Friesenkrone Matjes „PUR“ rauch-
gewürzt, 5 Eier (Größe M), 150 g Mehl
(Type 405), 250 g Paniermehl
Mayonnaise: 250 ml Milch (3,5 %),
750 ml Sonnenblumenöl,
200 g Sambal Oelek*

Gemüsefond lauwarm erwärmen. Parallel Öl in einer Pfanne erhitzen, Reis darin ca. 2 Minuten anschwitzen.

Mit 1/3 des Gemüsefonds ablöschen und 10 bis 15 Minuten köcheln lassen. Dabei restliche Brühe nach und nach zugießen. Butter und Parmesan unterrühren und mit Salz und Pfeffer abschmecken. Risotto auskühlen lassen. In der Zwischenzeit für die Chili-Mayonnaise Milch in ein hohes Gefäß gießen. Öl unter Rühren mit dem Pürierstab langsam zugeben, mixen bis eine cremige Konsistenz entstanden ist. Sambal Oelek unterrühren. Eier in eine Schüssel aufschlagen und verquirlen. Mehl und Paniermehl auf zwei Tellern verteilen.

PUR Matjesfilets trockentupfen und in jeweils ca. sechs Streifen (à 2 cm) schneiden. Anschließend je ca. 1 ½ EL Risotto zu einem Ball formen und mit je 1 Streifen Matjes umschließen. Matjes-Risotto-Bällchen nacheinander zuerst in Mehl, dann Ei und zum Schluss im Paniermehl wälzen. Vorgang wiederholen bis die Masse aufgebraucht ist. Öl in einem Topf erhitzen und panierte Matjes-Risotto-Bällchen darin portionsweise ca. 4 Minuten frittieren. Matjes-Arancini auf Küchenpapier abtropfen lassen, mit Chili-Mayonnaise anrichten und mit Petersilie garnieren.

Plastikverbot ab Juli 2021

Bereits seit dem 5. Juni 2019 existiert die EU-Richtlinie über die Verringerung der Auswirkungen bestimmter Kunststoffprodukte auf die Umwelt. Am 3. Juli 2021 sollen die Inhalte der Richtlinie europaweit in Kraft treten und ziehen u.a. das Verbot bestimmter Einwegkunststoffprodukte nach sich.

Mit dem Verbot soll ein wesentlicher Beitrag gegen die Umwelt- und Meeresvermüllung geleistet werden. Betroffen sind diejenigen Kunststoffprodukte, für die es bereits geeignete und nachhaltigere Alternativen gibt, so etwa Einmalbesteck und -teller, Trinkhalme aus oder mit Kunststoff, Lebensmittelbehälter und Getränkebecher aus expandiertem Polystyrol sowie alle Produkte aus oxo-abbaubarem Kunststoff. Daneben soll auch eine Reduktion von bspw. Folienverpackungen und Pappbechern mit Kunststoffbeschichtung angestrebt werden.

Was passiert bei Nichteinhaltung?

„Der aktuelle deutsche Gesetzesentwurf beinhaltet für die Nichteinhaltung ein Bußgeld von bis zu 100.000 Euro. Zusätzlich können diesbezügliche Ordnungswidrigkeiten zur Einziehung betreffender Gegenstände führen“, so Uwe Palisch, Verkaufsleiter von Hildebrandt & Bartsch. Er rät daher zur schnellen Umstellung von Plastik auf nachhaltigere Alternativen.

EU-konformes Einweggeschirr

„Um unseren Kunden eine Vielzahl an Alternativen anbieten zu können, haben unsere Einweg-Spezialisten ihr Wissen in die Neugestaltung des Einwegsortiments einfließen lassen“, erklärt Palisch. Die nun noch größere Auswahl an Tellern, Bestecken, Schalen, Bechern und Deckeln sowie Servietten und To-Go-Lebensmittelverpackungen aus u.a. Papier, Bagasse, Palmblättern, Bambus und Holz sind in der kürzlich erschienenen Produktübersicht über das EU-konforme Einweggeschirr anschaulich zusammengestellt.

Ratgeber für Einwegartikel

„Wer sich hinsichtlich nachhaltigkeitsrelevanter Aspekte wie Herkunft, Herstellung und Kreislauffähigkeit informieren möchte, dem sei der Ratgeber für Einwegartikel ans Herz gelegt“, meint Palisch, „hier wurden die wichtigsten Informationen zusammengetragen und um wesentliche gesetzliche Grundlagen zu diesen Themen ergänzt.“

Das EU-konforme Einwegs Sortiment sowie den Ratgeber für Einwegartikel finden Sie unter www.igefa.de/Wissen-Services/Kataloge. Gern steht Ihnen auch Uwe Palisch als Ansprechpartner zur Verfügung. Sie erreichen ihn per E-Mail unter @Uwe.Palisch@hb.igefa.de.



Zweites Sticks'n'Sushi in Berlin

Das Restaurant Sticks'n'Sushi an der Potsdamer Straße plant für den kommenden Sommer die Eröffnung einer Dependence in der Kantstraße, direkt neben der Paris Bar. „Wenn Du ein Restaurant eröffnest, ist es ein Versuch. Wenn Du zwei eröffnest, ist es ein Bekenntnis“, kommentierte das Andreas Karlsson, CEO der internationalen Restaurantgruppe. Das Design kreierte das Berliner Architektenbüro Diener & Diener, das seit der ersten Eröffnung eines Sticks'n'Sushi in Kopenhagen mit dem Unternehmen zusammenarbeitet. Die Umbauarbeiten in der ehemaligen Bar du Paris, in dem zuletzt das Wiener Beisl Gäste empfing, sollen im März beginnen. Ab Sommer soll das neue „Sticks'n'Sushi“ dann sieben Tage geöffnet haben und rund 80 Gästen Platz bieten. Hinzu kommt eine Cocktailbar mit weiteren zehn Plätzen.

 www.sticksnsushi.com

Gesunkener Mineralwasser-Absatz 2020

Der Absatz von Mineral- und Heilwasser der deutschen Mineralbrunnen verzeichnete im Jahr 2020 einen Rückgang um 4,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr, bleibt jedoch mit rund 10,4 Milliarden Litern auf einem hohen Niveau. Auch der Gesamtabatz der Mineralbrunnenbranche, der sich aus den Werten zu Mineralwasser, Heilwasser und Mineralbrunnen-Erfrischungsgetränken berechnet, reduzierte sich, und zwar um 4,7 Prozent auf insgesamt rund 13,6 Milliarden Liter. Die Angaben beruhen auf einer ersten Hochrechnung des Verbandes Deutscher Mineralbrunnen e. V. (VDM). VDM-Geschäftsführer Udo Kremer führt den Rückgang u. a. auf die Schließungen in der Gastronomie und Hotellerie zurück.

 www.vdm-bonn.de

Die 10. eat! berlin findet statt!

Vom 28. Oktober bis zum 7. November 2021

To make a long story short: Das gesamte Team der eat! berlin hoffte bis zuletzt so sehr darauf, dass die Jubiläumsausgabe der 10. eat! berlin 2021 im Februar wie geplant stattfinden würde. Nach intensiver Absprache mit dem Berliner Senat wurde das Feinschmeckerfestival nun auf Oktober 2021 verschoben, um auch einen Teil zur Eindämmung der Krise beizutragen, aber vor allem, um die Gäste, Kollegen und Partner zu schützen. Die 10. eat! berlin findet statt vom 28. Oktober bis zum 7. November.

Alle bereits gebuchten Tickets behalten weiterhin Gültigkeit. Ein Verzicht auf Ticket-Stornierung und insbesondere eine unbändige Vorfreude auf die kommende eat! berlin wäre nicht nur ein wundervolles Zeichen der Hoffnung, sondern vor allem eine großartige Geste der Unterstützung für alle involvierten Gastronomen. 2011 ist eat! berlin bescheiden mit 400 Besuchern als kleine Veranstaltungsreihe in der Berliner Sternegastronomie gestartet. In den letzten Jahren ist es zu einer festen Größe im Berliner Feinschmecker- und Kulturbetrieb geworden und auch über die Grenzen der Hauptstadt hinaus bekannt. „Eines der zehn besten Feinschmeckerfestivals der Welt“ laut Traveller's World Luxus- und Reisemagazin, „das lockerste und innovativste Gastrofestival Europas“ schreibt die Neue Zürcher Zeitung und auch Australiens größtes Reisemagazin International Traveller und Yahoo Japan berichten inzwischen über uns.

 www.eat-berlin.de



Deutsche Hotelklassifizierung



Erstklassifizierungen:

★★★ *Komfort*
Gästehaus Pauline

Folgeklassifizierungen:

★★★★
Adina Apartment Hotel
Hackescher Markt

★★★ *Garni*
Hotel Sachsenhof



► Betriebsjubiläen im März 2021

Adina Apartment Hotel Berlin Hackescher Markt 10 Jahre ■
Bastard 10 Jahre ■ Café Einstein 25 Jahre ■ Gaststätte Dittmann
35 Jahre ■ H10 berlin ku'damm 10 Jahre ■ H4 Hotel Berlin-Alex-
anderplatz 10 Jahre ■ Hotel M68 10 Jahre ■ Hotel-Pension Funk
30 Jahre ■ Mercure Hotel & Residenz Berlin Checkpoint Charlie
20 Jahre ■ Mercure Hotel Chateau Berlin 15 Jahre ■ Orlando
Berlin 5 Jahre ■ Pratirio 15 Jahre ■ Schall und Rauch 5 Jahre ■
Spreegold 10 Jahre ■ Titanic Comfort Mitte Berlin 10 Jahre ■
Wallstreet Park Plaza Hotel 15 Jahre ■ Wein-Bar Lars Rutz GmbH
20 Jahre ■ Zobel Klix 15 Jahre

► Mitgliedschaftsjubiläen im März 2021

A&O Hotel Friedrichshain GmbH 15 Jahre ■ A&O Hotel Mitte
15 Jahre ■ Adina Apartment Hotel Berlin Hackescher Markt
10 Jahre ■ Call a Pizza Berlin Charlottenburg 15 Jahre ■ Call a
Pizza Berlin Mariendorf 15 Jahre ■ Call a Pizza Berlin Spandau
15 Jahre ■ Call a Pizza Hellersdorf 15 Jahre ■ Call a Pizza Prenz-
lauer Berg 15 Jahre ■ Call a Pizza Siemensstadt 15 Jahre ■ Call
a Pizza Wilmersdorf 15 Jahre ■ H10 berlin ku'damm 10 Jahre ■
HSH Hotel Apartments Mitte 10 Jahre ■ Kosmos 15 Jahre ■ Meet
One 15 Jahre ■ Mercure Hotel & Residenz Berlin Checkpoint Char-
lie 20 Jahre ■ Mercure Hotel Chateau Berlin 15 Jahre ■ Provinz
Dönerproduktion GmbH 5 Jahre ■ Restaurant Mai Phai 25 Jahre ■
Schall und Rauch 5 Jahre ■ Sombrero Restaurant 15 Jahre ■ tulus
lotrek 5 Jahre ■ Varadero Restaurant Cocktailbar 15 Jahre ■ Wall-
street Park Plaza Hotel 15 Jahre

Der Verband begrüßt herzlich seine neuen Mitglieder

■ Alte Post	■ Frieda & Diego	■ Restaurant PeterPaul
■ Dorint Kurfürstendamm Berlin	■ Hotel Berlin Central District	■ S.Ile Capone UG
■ Five Guys Berlin	■ Hotel Karlshorst	■ Schloß Köpenick Handels GmbH
■ Five Guys Berlin – Ku'damm	■ Hotel Pauline	■ Schumanns Berlin Gastronomie
■ Five Guys Berlin – Mercedes-Benz-Arena	■ La Bigoudène	■ Betriebsgesellsch.mbH
	■ Mariannen Kaffee Kontor	■ Weinbasis
	■ Pirata Patata	

Sheraton Berlin Grand Hotel Esplanade:

Start der Kooperation mit POOLgroup für zukunftsfähige Veranstaltungen

Das Sheraton Berlin Grand Hotel Esplanade ist stolz darauf, zusammen mit seinem Kooperationspartner der POOLgroup GmbH, eine neue Ära im Bereich Veranstaltungen zu beschreiten. Am 26. Januar 2021 wurde unter strengen Hygienemaßnahmen das „Studio Esplanade“ im Sheraton Berlin Grand Hotel Esplanade eröffnet. Das „Studio Esplanade“ bietet ab sofort im Herzen von Berlin eine komplette Infrastruktur für die Umsetzung von digitalen und hybriden Events – das bedeutet Veranstaltungen, an denen die Gäste sowohl vor Ort wie auch virtuell teilnehmen können. Die High-End Videostudio-Umgebung, die die POOLgroup GmbH geschaffen hat, bildet sämtliche Abläufe vom Live-Streaming über Simultanübersetzung bis hin zur Post-Produktion ab und inszeniert mit professionellen Kameras, Licht-Technik und Audio-Equipment Konferenzen, Kongresse und Tagungen gekonnt. Das „Studio Esplanade“ verteilt sich auf insgesamt 1.500 qm Eventfläche des Hotels. So steht ein großes Studio mit Bühne und LED Blackwall zur Verfügung wie auch kleinere „Break-Out-Studios“, die sich beispielsweise für Diskussionsrunden eignen. Dank hoch performanter Streaming-Technologie kann ab sofort aus dem „Studio Esplanade“ in Broadcast-Qualität übertragen wer-

den – und das auch über nationale Grenzen hinweg. Ein Dolmetscher-Hub ermöglicht für alle Veranstaltungen überdies Übersetzungen in bis zu 8 Sprachen simultan.

„Studio Esplanade“ – Hybride Events der Extraklasse

Über die High-End Videostudio-Umgebung hinaus bietet das Sheraton Berlin Grand Hotel Esplanade alle Annehmlichkeiten eines Hotels, das auch exklusiv für die Veranstaltung gebucht werden kann. „Wir erweitern mit dem „Studio Esplanade“ das Service-Angebot unseres Hauses und zwar so, wie es Kunden von einem modernen Business- und Konferenzhotel gewohnt sind – auf extrem hohen Niveau“, freut sich Silke Spieske, General Managerin des Sheraton Berlin Grand Hotel Esplanade.

Das Lifestyle-Hotel in der Hauptstadt bietet neben den Tagungsmöglichkeiten eine gastronomische Vielfalt an und erweitert mit dem „Studio Esplanade“ zukunftsorientiert das gesamte Portfolio von Hotelleistungen. Damit steht eine hervorragende Umgebung für hybride Veranstaltungen und Online-Konferenzen sowie professionelle Betreuung vor Ort zur Verfügung.

„Wir freuen uns, mit der POOLgroup GmbH einen Kooperationspartner gefunden zu haben, mit dem wir unseren Gästen – auch unabhängig von den aktuellen Beschränkungen – einen Service bieten können, der zukünftig stärker nachgefragt werden wird“
bekräftigt Silke Spieske.

Damit setzen beide Kooperationspartner hohe Maßstäbe für einen neuen Bestandteil in der Event-Branche.

Mehr Informationen über die Kooperation unter:
 www.esplanade.de/studio-esplanade

Überbrückungshilfe III

Ein Überblick

Die Bundesregierung wird die von der Corona-Pandemie betroffenen Unternehmen mit der sog. Überbrückungshilfe III unterstützen.

Die Überbrückungshilfe III gilt für die Monate November 2020 – Juni 2021.



Bisher sind folgende Eckpunkte zur Überbrückungshilfe III bekannt:

- Antragsberechtigt sind Unternehmen mit einem jährlichen Umsatz bis zu 750 Millionen Euro.
- Voraussetzung ist ein Umsatzeinbruch von mindestens 30 Prozent. Als Vergleichszeitraum wird immer der Monat aus dem Vorkrisenjahr 2019 herangezogen.
Sonderfall: Unternehmen, die zwischen dem 1. Januar 2019 und dem 30. April 2020 gegründet wurden, können als Vergleichsumsatz wahlweise heranziehen:
 - den durchschnittlichen Monatsumsatz des Jahres 2019
 - den durchschnittlichen Monatsumsatz in den Monaten Januar und Februar 2020
 - den durchschnittlichen Monatsumsatz in den Monaten Juni bis September 2020
 - Für diese jungen Unternehmen (Gründung zwischen 1. Januar 2019 und 30. April 2020) gilt eine maximale Höhe der Überbrückungshilfe von insgesamt 1.800.000 Euro.
- **Anhebung der Förderhöchstgrenze auf bis zu 1,5 Millionen Euro pro Fördermonat** (bisher 200.000 bzw. 500.000 Euro), sofern beihilferechtlich zulässig. Fördermonate sind November 2020 bis Juni 2021.
- Die **konkrete Höhe der Zuschüsse** richtet sich nach dem Rückgang des Umsatzes im Vergleich zum entsprechenden Monat des Jahres 2019 und ist gestaffelt:
 - bei einem **Umsatzrückgang von 30 bis 50 Prozent** werden **bis zu 40 Prozent** der förderfähigen Fixkosten erstattet,
 - bei einem **Umsatzrückgang von 50 Prozent bis 70 Prozent** werden **bis zu 60 Prozent** der förderfähigen Fixkosten erstattet und
 - bei einem **Umsatzrückgang von mehr als 70 Prozent** werden **bis zu 90 Prozent** der förderfähigen Fixkosten gezahlt
- **Abschlagszahlungen** wird es einheitlich geben. Sie sind bis zu einer Höhe von bis zu 100.000 Euro für einen Fördermonat möglich.
- **Neustarthilfe:** Für Soloselbständige wird eine einmalige Betriebskostenpauschale („Neustarthilfe“) in Höhe von 50 Prozent des Referenzumsatzes in einer Gesamthöhe von bis zu 7.500 Euro gewährt, sofern keine sonstigen Fixkosten in der Überbrückungshilfe III geltend gemacht werden.
- **Anerkennung weiterer Kostenpositionen:**
 - Wertverluste unverkäuflicher oder saisonaler Ware werden als erstattungsfähige Fixkosten anerkannt
 - Investitionen für die bauliche Modernisierung und Umsetzung von Hygienekonzepten ebenso wie Investitionen in Digitalisierung und Modernisierung können als Kostenposition geltend gemacht werden, wie z.B. Investitionen in den Aufbau oder die Erweiterung eines Online-Shops.
- **Antragstellung:**
Anträge können über www.ueberbrueckungshilfe-unternehmen.de gestellt werden. Die Anträge müssen über einen sog. prüfenden Dritten gestellt werden (Steuerberater, vereidigter Buchprüfer oder Rechtsanwalt).

Weitere Details zur Überbrückungshilfe III finden Sie unter

 www.ueberbrueckungshilfe-unternehmen.de

WIR SUCHEN FÜR UNSERE PUBLIKATIONEN AB SOFORT

KUNDENBETREUER (W/M/D)

ANZEIGENVERKAUF & VERTRIEB

WERDEN SIE EIN TEIL UNSERER RAZ FAMILIE

IHRE AUFGABEN

Aufbau und Pflege von
Neukundengeschäft bei kleinen
und mittelständischen Firmen,
effiziente Terminierung im
Geschäftskundenbereich,
Kundengespräche, Vertragsabschlüsse,
Kundenbetreuung

SIE SIND

erfolgsorientiert, eigenverantwortlich,
selbstbewusst, sympathisch,
kommunikativ, motiviert,
Vertriebsprofi oder Quereinsteiger

WIR BIETEN

ein attraktives Einkommen
(Grundgehalt + Bonus),
firmenspezifische Einarbeitung,
Handelsvertreter
oder Festanstellung

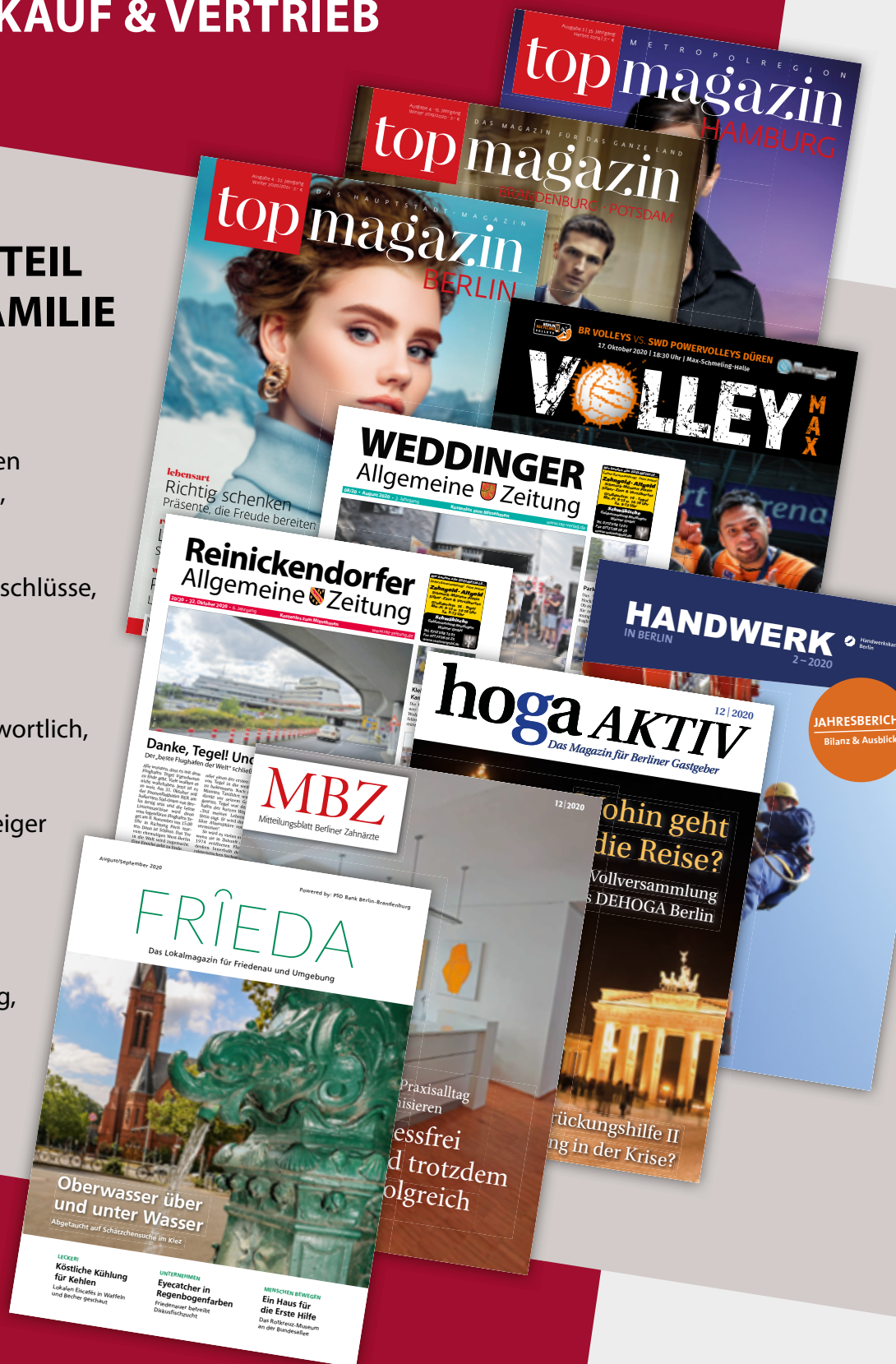


RAZ Verlag
EINFACH MEHR DAVON

Schicken Sie Ihre aussagekräftige Bewerbung
inklusive Gehaltsvorstellungen an:

jobs@raz-verlag.de

RAZ Verlag und Medien GmbH • Am Borsigturm 15 • 13507 Berlin-Tegel





DIESER MOMENT
VERDIENT EIN JUBI.