

hog^aAKTIV

6 | 2026

DAS MAGAZIN FÜR DIE GASTGEBER BERLINS



AKTUELL

WAHLCHECK LIVE 2026

EIN PAAR OLYMPIA- SIEGER STEHEN FEST: ÖFFIS, WOHNUNGSBAU, TOURISMUS.

Mit den Olympischen und Paralympischen Spielen

schaffen wir einen Turbo für unsere Stadtentwicklung.





AKTUELL

WAHLCHECK LIVE
KLARTEXT ZUR ZUKUNFT UNSERER BRANCHE

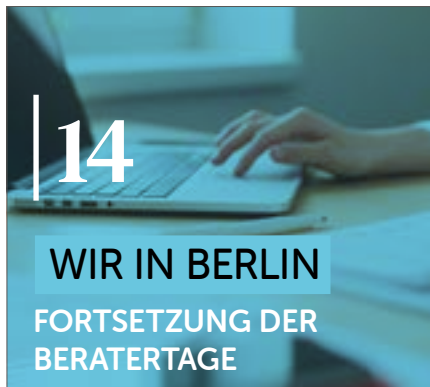
© DEHOGA Berlin



WIR IN BERLIN

FINE-DINING
IN AZUBIHAND

© Steffen Simzinger • Content & Communication



WIR IN BERLIN

FORTSETZUNG DER
BERATERTAGE

© hamonazaryan1

AKTUELL

- 4 Editorial
- 5 Wahlcheck LIVE – Klartext zur Zukunft unserer Branche
- 8 Krankenkassenreform: Debatte um Zucker- und Alkoholsteuer

WIR IN BERLIN

- 10 Neue Termine für Beratertage
- 12 Fine Dining in Azubi-Hand
- 16 Berlin. Moments of Now.
- 18 Seminare des DEHOGA Berlin: Sommeraktion 2026
- 20 Floris Catering setzt auf Neuanfang mit vertrauten Gesichtern

DEHOGA BERLIN-

PARTNER

- 22 Martens & Prahl: Akkubrände im Hotel
- 24 Igefa: Bewusster Einkaufen in Hotellerie und Gastronomie
- 25 Berliner Kindl: Hauptstadt-Genuss zum Classic Open Air 2026
- 26 Friesenkrone: Matjes around the world

NEWS & JUBILÄEN

- 27 Jubiläen im Verband
- 28 News

MITGLIEDER

- 30 Neue Mitglieder im Mai
- 32 Deutsche Hotelklassifizierung Betriebs- und Mitgliedsjubiläen Save The Date
- 33 Zwei neue Mitglieder in Kreuzberg: Schwarze Heidi Faro Berlin

RECHT & RAT

- 34 Allgemeine Hinweise zu Betreiberwechsel

Impressum

Herausgeber: Hotel- und Gastronomieverband Berlin e.V. (DEHOGA Berlin), Jörn Peter Brinkmann (Präsident), Jens Strobl (Schatzmeister), Gerrit Buchhorn (Hauptgeschäftsführer), Keithstraße 6, 10787 Berlin, T +49 30 3180480, F +49 30 31804828, info@dehoga-berlin.de, www.dehoga-berlin.de; Redaktion: Manuela Hutzler, T +49 30 31804823, projekte@dehoga-berlin.de - Verantwortlich für den Inhalt: HOGA Berlin Service GmbH, Gerrit Buchhorn (Geschäftsführer)

Verlag und Gesamtherstellung: RAZ Verlag und Medien GmbH, Am Borsigturm 15, 13507 Berlin, www.raz-verlag.de; info@raz-verlag.de, T +49 30 43777820 Geschäftsführer: Tomislav Bucec, Layout: Astrid Güldemann, Titelbild: DEHOGA 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 2026.

Liebe Kolleginnen und Kollegen, liebe Mitglieder des DEHOGA Berlin, liebe Leserinnen und Leser,

der Kampf ums Rote Rathaus hat begonnen. In wenigen Monaten entscheiden die Berlinerinnen und Berliner darüber, welche politischen Kräfte die Geschicke unserer Stadt in den kommenden Jahren lenken werden. Für das Gastgewerbe, die Veranstaltungswirtschaft und den Tourismus ist diese Wahl von besonderer Bedeutung.

Die Herausforderungen unserer Branche sind bekannt: steigende Kosten, Fachkräftemangel, Bürokratie, fehlende internationale Konnektivität, Wohnraummangel und ein zunehmend komplexes regulatorisches Umfeld. Gleichzeitig steht Berlin im Wettbewerb mit anderen europäischen Metropolen um Gäste, Investitionen, Veranstaltungen und Talente. Insbesondere aus dem hochpreisigen Segment der Hotellerie und Gastronomie erreichen uns derzeit vermehrt Rückmeldungen zu Auslastungsproblemen. Betriebsaufgaben in nahezu allen Bereichen des Gastgewerbes zeigen, wie schwierig die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen aktuell sind.

Mit unserem DEHOGA Berlin Wahlcheck LIVE haben wir deshalb frühzeitig den Dialog mit den Spitzenkandidatinnen und Spitzenkandidaten gesucht – und das erstmals in dieser Form beim DEHOGA Berlin. Die Diskussion hat deutlich gemacht: Tourismus, Hotellerie, Gastronomie und MICE sind längst keine Randthemen mehr. Sie sind Wirtschaftsfaktor,

Arbeitgeber, Standortmotor und Teil der Lebensqualität unserer Stadt. Gleichzeitig wurde sichtbar, wie unterschiedlich die politischen Vorstellungen über die Zukunft Berlins ausfallen. Mein persönliches Zwischenfazit, das sich mit den Rückmeldungen vieler Kolleginnen und Kollegen deckt: Eine überzeugende und umfassende Strategie für den Tourismusstandort Berlin konnte bislang keine der beim Wahlcheck vertretenen Parteien präsentieren. Ob Konnektivität, Messe- und Kongressstandort, Außengastronomie, City Tax, Sonntagsöffnung oder Bürokratieabbau – die Antworten fallen sehr unterschiedlich aus.

Umso wichtiger ist es, dass wir als DEHOGA Berlin den Wahlkampf weiterhin aufmerksam begleiten. Unsere Kernforderungen liegen den Parteien bereits seit Ende vergangenen Jahres vor. In den kommenden Wochen werden wir die Positionen der Parteien analysieren, ihre Antworten auf unsere Wahlprüfsteine auswerten und die für unsere Branche relevanten Themen transparent darstellen.

Unser Ziel ist es nicht, Wahlempfehlungen auszusprechen, sondern Orientierung zu geben und die Interessen unserer Mitglieder klar zu vertreten. Unabhängig davon, welche Parteien künftig Berlin regieren werden: Die für unsere Branche wichtigen Themen müssen sich im neuen Koalitionsvertrag wiederfinden – und vor allem umgesetzt werden.



© DEHOGA Berlin

Gerrit Buchhorn,
Hauptgeschäftsführer DEHOGA Berlin

Dafür werden wir uns mit Nachdruck einsetzen.

Ein weiteres wichtiges Thema befindet sich derzeit auf der Zielgeraden: Die Landesregierung arbeitet daran, das neue Landesgaststättengesetz noch vor der Wahl zu verabschieden. Insbesondere mit Blick auf die Außengastronomie wäre dies ein wichtiger Erfolg für den DEHOGA Berlin, der das Thema vor rund einem Jahr auf die politische Agenda gesetzt hat. Jetzt gilt es, die begonnenen Reformen auch tatsächlich zum Abschluss zu bringen.

Neben der politischen Debatte zeigt die aktuelle Ausgabe auch, wie viel Zukunftskraft in unserer Branche steckt. Die Beispiele aus der Ausbildung, innovative Nachwuchsprojekte und das Engagement vieler Betriebe machen Mut. Sie zeigen, dass Gastfreundschaft, Unternehmertum und Leidenschaft weiterhin die Grundlagen unseres Erfolgs sind.

Lassen Sie uns deshalb die kommenden Monate nutzen, um unsere Themen selbstbewusst einzubringen. Politik braucht starke Partner aus der Praxis. Und Berlin braucht eine starke Hospitality-Branche.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen eine interessante Lektüre.

Herzliche Grüße
Gerrit Buchhorn
Hauptgeschäftsführer DEHOGA Berlin

■ www.dehoga-berlin.de

Klartext zur Zukunft unserer Branche



Der Berliner Wahlkampf läuft und damit die entscheidende Phase, um die Interessen von Tourismus, Gastgewerbe und MICE unübersehbar zu machen. Der DEHOGA Berlin hat dafür frühzeitig ein starkes Zeichen gesetzt: Beim „Wahlcheck LIVE“ am 18. Mai 2026 auf dem EUREF-Campus kamen die drängendsten Fragen der Branche auf den Tisch. Fünf Spitzenkandidatinnen und Spitzenkandidaten der Parteien stellten sich der Diskussion über die Zukunft des Berliner Tourismus- und

Gastgewerbes und standen den Akteuren der Praxis direkt Rede und Antwort.

Mit dabei waren Kai Wegner (CDU), Steffen Krach (SPD), Bettina Jarasch (Bündnis 90/Die Grünen), Elif Eralp (Die Linke) und Christoph Meyer (FDP). Moderiert wurde die Veranstaltung von DEHOGA Berlin-Präsident Jörn Peter Brinkmann und Hauptgeschäftsführer Gerrit Buchhorn. Im Mittelpunkt standen zentrale Zukunftsfragen rund um Konnektivität, Messe- und Kongressstandort, Außengastronomie, Wohnraum, Bürokratieabbau und die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der Hauptstadt.

Schon der Auftakt setzte den Ton: In einer Schnellfragerunde wurden die politischen Positionen zugespitzt abgefragt. Auf die Frage „Mehr Parkplätze oder mehr Außengastronomie?“ antwortete Kai Wegner klar mit „Mehr Außengastronomie“. DEHOGA Berlin Präsident Jörn Peter Brinkmann kommentierte trocken: „Richtige Antwort.“ Bettina Jarasch entschied sich



bei „Fahrradstadt oder Messestadt?“ für einen Mittelweg: „Mit dem Fahrrad zur Messe.“ Elif Eralp wählte auf die Entweder-oder-Frage „Mietendeckel oder Wohnungsbau?“: „Beides.“ Steffen Krach sorgte bei „CDU oder Linke?“ mit „SPD“ für einen humorvollen Moment im Saal.





Grüne und Linke betonten dagegen stärker den Ausbau der Schiene. Bettina Jarasch plädierte für Berlin als Nachtzug-Drehkreuz, während Elif Eralp die Priorität auf den Ausbau des öffentlichen Verkehrs legte. Wegner konterte mit dem Hinweis: „Aus Asien wird es schwer, mit der Bahn anzureisen.“

Auch die Zukunft großer internationaler Leuchtturmprojekte wie Expo und Olympische Spiele prägte die Debatte. Während CDU, SPD und FDP grundsätzlich beide Projekte befürworteten, äußerten sich Grüne und Linke deutlich zurückhaltender – insbesondere gegenüber Olympia. Steffen Krach zeigte sich offen für beide Vorhaben und sagte: „Ich trau’ uns das auch zu.“



Bettina Jarasch warb hingegen klar für eine Expo-Bewerbung und warnte davor, eine Chance zu verpassen: „Ich glaube, dass der Zug abgefahren ist für Olympia und dass wir eine Riesenchance versemeln, wenn wir die Expo nicht nach Berlin holen.“

Nach diesem Warm-up ging es im ersten Themenblock um die internationale Erreichbarkeit Berlins. Einigkeit bestand grundsätzlich darin, dass der Standort mehr Direktverbindungen benötigt. Unterschiede zeigten sich jedoch bei den Lösungswegen. Kai Wegner setzte auf bessere Rahmenbedingungen für Airlines, niedrigere Gebühren und mehr Langstreckenverbindungen. Christoph Meyer kritisierte die Wettbewerbsfähigkeit des Flughafens BER deutlich und forderte strukturelle Änderungen. Steffen Krach sprach sich für einen Ausbau des Flughafens und pragmatische Lösungen beim Nachtflugverbot aus.



Alle Bilder der Veranstaltung hier:
 ■ www.dehoga-berlin.de/wahlcheck-live

Kai Wegner sprach sich ebenfalls für beide Formate aus, mit der Expo als Standortprojekt in Schönefeld. Die Linke knüpfte ihre Zustimmung zur Expo an ein belastbares Finanzierungskonzept, lehnt Olympische Spiele jedoch aus Nachhaltigkeits- und Kostengründen ab. Christoph Meyer (FDP) unterstützte beide Projekte, brachte jedoch auch alternative Standortideen ins Gespräch.

Ein weiterer Schwerpunkt lag auf dem Messe-, Kongress- und Veranstaltungsstandort Berlin. Der DEHOGA Berlin hatte hierzu im Vorfeld konkrete Forderungen formuliert, darunter eine stärkere institutionelle Bündelung von Events sowie Investitionen in die Messeinfrastruktur. Kai Wegner kündigte einen Masterplan für den Messe-



Bettina Jarasch setzte auf Freiwilligkeit, während Elif Eralp eine Ausweitung klar ablehnt.

Auch die City Tax blieb Streitpunkt. Die Branche kritisierte die jüngste Erhöhung auf 7,5 Prozent und fordert strukturelle Änderungen. Die FDP sprach sich für eine Abschaffung aus. Wegner verwies auf die Haushaltslage und Investitionen in Kultur und Sport, während Krach zumindest eine weitere

Erhöhung ausschließen und die Branche stärker einbinden will.

Zum Abschluss zeigte sich erneut die zentrale Botschaft des Abends: Tourismus, Hotellerie, Gastronomie und MICE sind im Berliner Wahlkampf zentrale wirtschaftspolitische Themen. Die Diskussionen machten deutlich, wie unterschiedlich die politischen Ansätze sind – von Infrastruktur und Internationalisierung bis hin zu Stadtentwicklung und Regulierung.

Welche Konzepte sich am Ende durchsetzen, entscheiden die Berlinerinnen und Berliner an der Wahlurne. Klar ist jedoch schon jetzt: Der DEHOGA Berlin hat den Wahlkampf für die Branche frühzeitig eröffnet – und die politischen Erwartungen klar auf den Tisch gelegt.

Wir werden den Wahlkampf und die Wahlen aufmerksam beobachten und begleiten. In der kommenden Ausgabe stellen wir die Positionen und Wahlprüfsteine der verschiedenen Parteien zu den für unsere Branche relevanten Themen vor.

Perfekte Events fallen nicht vom Himmel, sondern stehen auf einem starken Fundament. Wir sagen danke an die Radeberger Gruppe, TagungsPartner, den EUREF Campus und Curry Wolf! Danke für den Support und die Zuverlässigkeit, damit wurde diese - und viele andere Veranstaltungen - erst so richtig rund.



standort an und zeigte sich beim ICC „sehr optimistisch“, noch vor der Wahl eine Lösung präsentieren zu können. Bettina Jarasch forderte zusätzliche mittelgroße Veranstaltungsstätten, während Elif Eralp die Messe in öffentlicher Hand stärken und eigene Formate entwickeln will.

Im dritten großen Themenblock ging es um Bürokratie und Rahmenbedingungen. Besonders kontrovers wurde die Frage nach verkaufsoffenen Sonntagen diskutiert. Wegner sprach sich für die Ausschöpfung aller rechtlich möglichen Sonntage sowie zusätzliche bezirkliche Spielräume aus. Steffen Krach zeigte sich offen für Gespräche mit Gewerkschaften.



© DEHOGA Berlin

KRANKENKASSENREFORM:

Debatte

um Zucker- und Alkoholsteuer

Vor dem Hintergrund steigender Ausgaben diskutiert die Bundesregierung im Rahmen der geplanten Krankenkassenreform neue Verbrauchsteuern beziehungsweise Abgaben, darunter eine Abgabe auf zuckergesüßte Getränke ab 2028 sowie eine mögliche Erhöhung der sogenannten „Alkoholsteuer“.

Der DEHOGA Bundesverband sieht beide Vorhaben kritisch. Zur geplanten Zuckersteuer verweist der Verband auf eine gemeinsame Stellungnahme einer breiten Allianz der Lebensmittelwirtschaft. Darin heißt es: „Die Idee der Zuckersteuer folgt aus Sicht der Allianzpartner einer Logik, die auf symbolische Steuerpolitik statt auf evidenzbasierte Lösungen setzt. Eine solche Maßnahme greift tief in die Konsumfreiheit, Marktmechanismen und bewährte Kooperationsansätze ein – ohne dass ihre Wirksamkeit wissenschaftlich belastbar belegt ist.“

Auch höhere Alkoholsteuern lehnt der DEHOGA ab. Dabei weist der Verband darauf hin: „Eine ‚Alkoholsteuererhöhung‘ betrifft ausschließlich Spirituosen.“ Gleichzeitig betont der Verband: „Ein verantwortungsvoller Umgang mit Alkohol liegt dem DEHOGA am Herzen.“ Seit Jahren unterstützt der DEHOGA seine Betriebe mit Schulungen und Praxismaterialien zur Umsetzung der Jugendschutzregelungen. Höhere Steuern seien jedoch „gerade in herausfordernden Zeiten wie diesen fehl am Platz“.

Ähnlich argumentiert der Bundesverband der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure e.V. (BSI). In seinem

Positionspapier warnt der Verband vor einer „einseitigen weiteren Steuererhöhung von Spirituosen“. Bereits heute trügen Spirituosen „70 Prozent des Steuervolumens alkoholhaltiger Getränke bei nur 4 Prozent Anteil am Gesamtkonsum“.

Kritisch sieht der BSI zudem den Begriff „Alkoholsteuer“. Dieser erwecke den Eindruck, alle alkoholhaltigen Getränke seien betroffen, obwohl tatsächlich nur Spirituosen zusätzlich belastet würden. Eine weitere Steuererhöhung verschärfe die bestehende Ungleichbehandlung und werfe „im Hinblick auf das Gleichheitsgebot verfassungsrechtliche Fragen“ auf.

Auch den gesundheitspolitischen Nutzen stellt der Verband infrage. „Internationale Studien/Bewertungen – unter anderem von WHO und OECD – liefern keinen robusten Nachweis, dass Steuererhöhungen Alkoholabhängigkeit wirksam reduzieren können.“ Stattdessen verweist der BSI auf rückläufige Konsumzahlen sowie die Bedeutung von Prävention, Aufklärung und Jugendschutzmaßnahmen.

Die Debatte über Zucker- und Alkoholsteuern dürfte die gesundheitspolitische Diskussion in den kommenden Monaten weiter begleiten. Für Gastronomie und Getränkeindustrie geht es dabei nicht nur um zusätzliche finanzielle Belastungen, sondern auch um Fragen der Verhältnismäßigkeit und der wirtschaftlichen Auswirkungen auf mittelständische Betriebe.

■ www.dehoga.de

■ www.spirituosen-verband.de

FLIEGEL



flow

Immer einen Schritt voraus.

#fliegeltextilservice

ERHÄLTLICH BEI:

Telefon +49(030) 311 62 90 20
Telefax +49(030) 311 62 90 30

E-Mail info@fliegel-textilservice.de
Web www.fliegel-textilservice.de





FORTSETZUNG DER ERFOLGREICHEN BERATERTAGE

IHR BETRIEB. IHRE FRAGEN. IHRE LÖSUNG.

Als Mitglied der DEHOGA Berlin profitieren Sie von dem exklusiven Angebot: In Kooperation mit unserem **Partner ETL ADHOGA** stellen wir Ihnen erfahrene Branchenexpertinnen und -experten für eine persönliche 1:1-Beratung zur Verfügung – kostenlos und direkt auf Ihren Betrieb zugeschnitten.

WAS SIE ERWARTET

60 Minuten, die zählen. Kein Standardprogramm, keine allgemeinen Empfehlungen – sondern ein vertrauliches Gespräch auf Augenhöhe, das dort ansetzt, wo Sie gerade stehen.

IHRE THEMEN – UNSER FOKUS

- Unternehmensstruktur & Betriebswirtschaft
- Wo stehen Sie wirklich?
Kennzahlen-Check und Budgetplanung
- Controlling, das funktioniert – auch ohne großes Team
- Wareneinsatz und Rezepturen wirtschaftlich im Griff
- Personalstruktur
- Personalplanung auf den Punkt gebracht
- Aufgaben sinnvoll verteilen – Struktur, die entlastet
- Digitalisierung
- Wo lohnt sich Digitalisierung in Ihrem Betrieb wirklich?
- Interne Prozesse optimieren – praxisnah und umsetzbar

Bitte beachten Sie: Die Beratung umfasst keine steuerlichen Themen.

Wichtiger Hinweis

zur Terminverbindlichkeit:

Die Beratung ist für DEHOGA Berlin-Mitglieder kostenfrei. Sollte ein gebuchter Termin jedoch ohne vorherige Absage nicht wahrgenommen werden, wird eine No-Show-Gebühr in Höhe von 100 Euro in Rechnung gestellt. Damit stellen wir sicher, dass die begrenzten Beratungsslots effizient genutzt werden können.

AUF EINEN BLICK

- ✓ Exklusiv für DEHOGA Berlin-Mitglieder
- ✓ Kostenfrei
- ✓ 60 Minuten individuelle 1:1-Beratung
- ✓ Begrenzte Slots – max. 1 Termin pro Betrieb

Ort:

DEHOGA Berlin | Keithstraße 6 | 10787 Berlin

Termine:

10. Juni 2026 | 22. Juni 2026

Terminbuchung:

- Beratertag 10. Juni 2026
- Beratertag 22. Juni 2026

Die Plätze sind begrenzt. Melden Sie sich frühzeitig an.





SPIELBANK BERLIN

Dine & Gamble

Erleben Sie Berlin von seiner glanzvollsten Seite

Welcome Package **39€**

Das Einsteiger-Erlebnis

Der perfekte Start in die Casino-Welt!

Classic Package **79€**

Exquisiter Abend

Voller Geschmack und Spannung!

Geburtstag oder Junggesellenabschied **ab 329€***

*für 6 Personen, jede weitere Person 55 €

Für unvergessliche Anlässe

Feiern Sie bei uns!



Fragen Sie an unter
spielbank-berlin.de/dine-gamble

Hier finden Sie auch unser komplettes Angebot an weiteren Erlebnispackages.

Fine Dining in Azubi-Hand

Was passiert, wenn Auszubildende plötzlich den Pass übernehmen, ein eigenes Menü entwickeln und ein Sternerestaurant für einen Abend prägen? Berliner Spitzenrestaurants probieren neue Wege in der Nachwuchsförderung aus, mit Formaten, die jungen Talenten Einblicke geben und echte Verantwortung übertragen.

Mit dem „Young Talents Table“ richtet sich das Zwei-Sterne-Restaurant Horváth gezielt an Auszubildende als Genießer: Einen Abend als Gast im Restaurant ein 4-Gang-Menü für 99 Euro pro Azubi um Fine Dining zugänglicher zu machen. Dieses Angebot für Azubis kann für 99 Euro reserviert werden (mail@restaurant-horvath.de). Bei „Own the Pass“ werden ausgewählte junge Köchinnen und Köche im Team einen kompletten Abend verantworten, mit eigenem Menü und eigener Handschrift.

Im Bonvivant übernehmen Azubis und dual Studierende aus Küche und Service einen kompletten Abend und gestalten die dritte Ausgabe des „Nachwuchs Takeover“-Diners selbst – ein Format, das bei Gästen wie Nachwuchskräften gleichermaßen gut ankommt.

Die Konzepte unterscheiden sich, zeigen aber, wie moderne Nachwuchsförderung aussehen kann: praxisnah, sichtbar und mit Vertrauen in die nächste Generation. Wie erleben die Betriebe diese Formate selbst und was nehmen Nachwuchskräfte, Teams und Gäste daraus mit? Darüber haben wir mit den Geschäftsführenden beider Restaurants gesprochen.



Jeannine & Sebastian Frank, Horváth

© Steffen Sinzinger • Content & Communication

5 FRAGEN AN JEANNINE FRANK, HORVÁTH

Warum war es Ihnen wichtig, Azubis Fine Dining zunächst als Gäste erleben zu lassen?

Der Ruf unserer Branche hat in den letzten Jahren gelitten und es wird immer schwieriger, Nachwuchs für die Gastronomie zu begeistern. Umso wichtiger ist es für uns, junge Menschen durch unsere Arbeit zu inspirieren und sie zu ermutigen, sich mit ihrer eigenen kulinarischen Identität auseinanderzusetzen. Wenn wir unseren Nachwuchs nicht begeistern, wer dann?

Früher habe ich mein Trinkgeld gespart und bin selbst so oft wie möglich „Sterne essen“ gegangen. Heute sind solche Erfahrungen für viele junge Menschen kaum noch leistbar. Wir möchten den Auszubildenden zeigen wie vielfältig und zeitgemäß Fine Dining sein kann, fernab von Kaviar & Co.

Welche Hemmschwellen haben junge Menschen heute gegenüber Spitzenrestaurants?

Abgesehen vom finanziellen Aspekt wirkt Fine Dining auf viele junge Menschen noch immer sehr distanziert und formell. Spitzenrestaurants werden häufig mit klassischen Luxusbildern verbunden, obwohl Fine Dining heute oft viel kreativer, persönlicher und aufregender ist, als viele denken.



Bonvivant © Dario Krakowski



Bei „Own the Pass“ übernehmen Nachwuchsteams einen ganzen Abend. Wie schwer fällt es, Verantwortung wirklich abzugeben?

Gar nicht. Wir delegieren jeden Tag, das gehört zu unserem Beruf dazu. Gleichzeitig bereiten wir den Abend gemeinsam mit den „Pass-Ownern“ intensiv vor und stehen ihnen während des gesamten Services mit Rat und Tat zur Seite. Die Zusammenarbeit soll wertschätzend und auf Augenhöhe stattfinden. Uns ist wichtig, dass die jungen Talente echte Verantwortung übernehmen und dabei Erfahrungen sammeln, aus denen sie nachhaltig lernen können.

Was überrascht Sie am Nachwuchs, wenn man ihm früh Vertrauen schenkt?

Wie viel Eigeninitiative, Präzision und Kreativität entsteht, sobald junge Menschen merken, dass ihre Ideen ernst genommen werden. Sie bringen heute oft neue Perspektiven und frische Denkweisen mit, die auch unseren Arbeitsalltag bereichern.

Was können andere Betriebe von solchen Formaten lernen?

Nachwuchsförderung braucht vor allem Zeit und Vertrauen. Es wäre schön, wenn mehr Räume geschaffen werden, in denen sie Erfahrungen erweitern, mitdenken und mitgestalten können.

„*Besonders gut gefallen hat mir die Möglichkeit, ein Restaurant auf diesem Niveau zu erleben und dabei nicht nur das Essen, sondern auch den Service, die Atmosphäre und die Abläufe bewusster wahrzunehmen. Außerdem war der Austausch mit meinen Freunden, die dabei waren, sehr interessant, weil wir uns bei vielen Punkten nicht einig waren und so konstruktiv diskutieren konnten. Gerade als Auszubildender nehme ich viele Eindrücke und Motivation für meinen eigenen Weg mit.*

*Christos, Auszubildender Koch,
Hotel Adlon Kempinski Berlin, über Young Talents Table*



Jules Winnfield, Bonvivant

© Sarah Schlopsnies

**FÜNF FRAGEN AN JULES WINNFIELD,
BONVIVANT**

Was lernen junge Talente an diesem Abend, was im Ausbildungsalltag oft zu kurz kommt?

Im Alltag der Ausbildung liegt der Fokus stark auf Techniken und der Reproduktion von Rezepten und es geht darum jeden Tag auf einem stabilen Level eine gleichbleibend hohe Qualität zu gewährleisten. Das ist der größte Teil der Ausbildung. Menügestaltung, Konzeptionierung von Gerichten und die selbstständige Planung und Konzeption eines Dinnerabends kommen dabei oft zu kurz. Nicht selten erleben wir ausgebildete Nachwuchskräfte, die Rezepte umsetzen können, aber keinerlei kreativen Input haben und in der Gerichte Entwicklung kaum Expertise mitbringen. Diesem Phänomen wollen wir damit entgegenwirken.

Inwiefern verändert ein konsequent veganes Menü den Blick auf klassische Ausbildung und Küchenpraxis?

Meiner Erfahrung nach sind Köchinnen und Köche, die in einer fleischlosen Küche gelernt haben, oft inhaltlich versierter. Denn wer fleischlos kocht, muss sich inhaltlich stärker mit den Hintergründen und Wirkweisen bestimmter Techniken und Inhaltsstoffe auseinandersetzen, um zu verstehen, wie Produkte tierischen Ursprungs wie zum Beispiel Butter gut adaptiert werden können. In Fleisch verarbeitenden Küchen, habe ich oft den Eindruck, dass der Nach-



wuchs „nur“ gezeigt bekommt, wie man eine Hollandaise mit Butter macht, es wird zu selten erklärt, welche Wirkweise die Butter aus welchen Gründen eigentlich in der Sauce Hollandaise hat.

Wie herausfordernd ist es für den Nachwuchs, ein komplett veganes Menü eigenständig zu entwickeln und umzusetzen?

Es wäre cool, wenn dieser Prozess von Seiten der Schule aus noch besser mit mehr freien Tagen unterstützt würde, da die Betreuung und Konzeption doch sehr zeitaufwendig sind. Aber unsere Auszubildenden sind mega motiviert und haben sich sehr gewünscht, dass wir dieses Konzept wiederholen. Es passiert also vieles von dem intrinsisch, das ist bestmögliche Form zu lernen. Am Ende des Abends sind alle immer sehr stolz auf sich und die geleistete Arbeit, und das vollkommen zurecht.

Wie reagieren Gäste darauf, dass bewusst der Nachwuchs im Mittelpunkt steht?

Wir bieten dieses Format bereits zum dritten Mal an. Vor zwei Jahren fand es zum ersten Mal statt und mittlerweile gibt es auch andere Restaurants, die ein ähnliches Konzept ausprobieren. Der Erfolg gibt dem Konzept recht. Ich glaube, dass Menschen es lieben, wenn es auch positive Momente gibt, innerhalb aller gesellschaftlichen Schwere, in denen Menschen der nächsten Generationen über sich hinauswachsen und nachhaltig Eindruck machen. Ungefähr so, wie ein Happy End am Ende eines Films.

Hat das Format auch Ihre eigene Team- oder Ausbildungskultur verändert?

Ja, viele Auszubildende, die hier anfangen tun dies auch, weil sie wissen, dass hier die Chance besteht, eigene Dinner Abende zu veranstalten und sich selbst auch in den jeweiligen Stärken zu entwickeln, selbstständig zu arbeiten und Verantwortung im Betrieb zu übernehmen.

”

Besonders spannend war für mich das Erlebnis, in die Küche gehen zu dürfen und mich mit den Köchen, insbesondere dem Souschef, zu unterhalten. Außerdem war es schön, neue Menschen mit derselben Leidenschaft kennenzulernen. Mein Erlebnis war unvergesslich und ich kann es jedem nur weiterempfehlen. Ich würde mich freuen, wenn auch andere Restaurants ein solches Angebot anbieten würden, um Azubis Einblicke in andere Küchen zu ermöglichen.

Tristan, Azubi im Weinhaus Uhle Schwerin, über Young Talents Table

“

VERTRAUEN ALS SCHLÜSSEL

Beide Restaurants zeigen verschiedene Wege in eine gemeinsame Richtung: Nachwuchs braucht Räume, in denen er nicht nur lernt, sondern gestaltet. Oder, wie es im Kern beider Ansätze sichtbar wird: Dort, wo Verantwortung geteilt wird, entsteht nicht nur Ausbildung, sondern echte Entwicklung.



Sommer-Genuss



Art. 61907*
Pinsa Salami
 Gewicht: 340 g, 18 St./Kt.
 Service-Welt



Art. 2733*
FF-Soft Brezel mit Sesam
 Gewicht: 80 g, 30 St./Kt.
 fertig gebacken



Art. 1989*
FF-Laugenbagel mit Sesam
 Gewicht: 150 g, 35 St./Kt.
 vorgegart



Art. 429*
**Flammkuchen-
 Stange**
 Gewicht: 150 g, 35 St./Kt.
 vorgegart

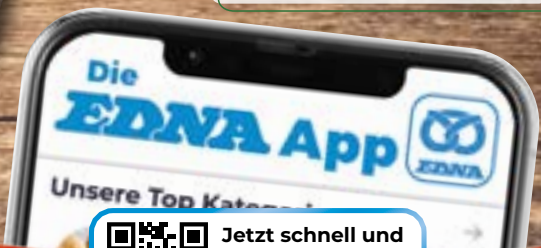


Art. 257*
**FF-Kaiserbrötchen,
 geschnitten**
 Gewicht: 75 g, 30 St./Kt.
 fertig gebacken

Art. 2886*
FF-Belegbrötchen
 Gewicht: 60 g, 100 St./Kt.
 vorgegart



Art. 2617*
**Flammkuchen
 „Original Elsässer Art“**
 Gewicht: 150 g, 35 St./Kt.
 vorgegart



Jetzt schnell und einfach mit der **EDNA App** bestellen!

EDNA.de

EDNA International GmbH
 Gollenhoferstraße 3 · 86441 Zusmarshausen
 E-Mail info@edna.de

GEBÜHRENFREI 0800 722 722 4 **WHATSAPP** 01522 179 55 81



* Weitere Informationen (Inhalte der Mischkisten, Bezeichnung des Lebensmittels, Zutaten, Nährwertdeklaration, Allergene, Öko-Kontrollstelle, Zubereitung) erhalten Sie unter www.edna.de. Auf der Website im Suchfenster die Artikelnummer eingeben und anschließend auf die gewünschten Informationen klicken. Gerne steht Ihnen unsere kostenlose Service-Hotline 08007227224 für weitere Informationen zur Verfügung. Irrtümer und Änderungen vorbehalten.

Keine Haftung für Druckfehler. Bei den Produktbildern handelt es sich teilweise um Servierbeispiele.
 Versandkostenfrei & ohne Mindestbestellwert.
 Lieferung per Paketversand innerhalb von etwa 2-5 Werktagen. Lieferung per Tiefkühl-LKW.

Bestellen Sie jetzt bei Ihrem Großhändler, im C+C Markt oder direkt bei EDNA!



visitBerlin-Geschäftsführerin Sabine Wendt, Rikke Holm Petersen, Leiterin für Marketing und Kommunikation bei VisitCopenhagen, und Wirtschaftssenatorin Franziska Giffey (v.l.n.r.)

BERLINPAY

Tu Gutes für Gutes: Berlin belohnt Engagement am und auf dem Wasser

Mit BerlinPay startete visitBerlin Mitte Mai einen Aktionsmonat zum nachhaltigen Wassertourismus. Das stadtweite Pilotprojekt richtet sich noch bis 14. Juni an alle Aktiven auf und am Wasser – ob Berlin-Besucherinnen und Berlin-Besucher oder Berlinerinnen und Berliner – und steht unter dem Motto „Tu Gutes für Gutes“.

Das Konzept ist einfach: Wer mitmacht, zum Beispiel beim Pflanzen hilft, Bäume gießt, mit dem Fahrrad anreist oder Müll sammelt, wird dafür mit Kulturangeboten über Gratisgetränke bis hin zu Freizeitaktivitäten am Wasser belohnt.

Wirtschaftssenatorin Franziska Giffey, visitBerlin-Geschäftsführerin Sabine Wendt und Rikke Holm Petersen, Leiterin für Marketing und Kommunikation bei VisitCopenhagen, stellten das Projekt Mitte Mai auf einer Pressekonferenz vor. „Wir freuen uns, dass wir mehr als 40 Partner für das Pilotprojekt gewinnen konnten, die sich mit großem Engagement an der Aktion beteiligen“, sagte Sabine Wendt, Geschäftsführerin von visitBerlin. „BerlinPay zeigt auf innovative Weise, dass Unternehmen und Initiativen bereit sind, Verantwortung für unsere Stadt zu übernehmen. Wir laden Berlinerinnen, Berliner und ihre Gäste mit unserer Aktion dazu ein, Berlin bewusster zu erleben – besonders am und auf dem Wasser.“

Mehr Informationen auf about.visitBerlin.de

Interessierte finden auf der Webseite visitBerlin.de/berlinpay alle Angebote, Termine sowie die Teilnahmebedingungen. Dort ist aufgeführt, welche Form des Engagements erforderlich ist, wie dieses vor Ort nachgewiesen wird und welche Belohnungen warten. Die Teilnahme erfolgt direkt über die Partner. Insgesamt gibt es rund 5.000 Einzelaktivitäten mit dem BerlinPay-Effekt.

Begleitet wird BerlinPay von einer umfangreichen Digitalkampagne. Sechs Berliner Influencer zeigen ihrer Community in inspirierenden Beiträgen, wie unkompliziert nachhaltiges Engagement im Alltag sein kann und wie BerlinPay diesen Einsatz sichtbar macht – etwa durch das Pflanzen einer Saatkugel im Holzmarkt 25, das mit einem Freigeränk verbunden ist.

BerlinPay setzt bewusst auf Aktivitäten am und auf dem Wasser. Die Angebote reichen von geführten Clean-up-Touren auf Spree und Landwehrkanal über Baumgieß-Aktionen entlang der Ufer bis hin zu inklusiven Strandtagen, Spaziergängen mit einer Försterin, kostenlosen Kulturveranstaltungen am Wasser und Umweltaktionen an Berliner Strandbädern. Das Konzept knüpft an internationale Vorbilder wie „CopenPay“ von Wonderful Copenhagen an und entwickelt den Ansatz mit dem Fokus auf das Thema Wasser weiter.

BerlinPay
Tu Gutes für Gutes

visitBerlin.de/berlinpay

לא!

Her!

No!

DIE BERLINER WIRTSCHAFT
IST SO VIELFÄLTIG WIE BERLIN SELBST.
GEMEINSAM SAGEN WIR **NEIN! ZU**
ANTISEMITISMUS

SOMMERAKTION 2026

PREISVORTEIL IM JUNI, JULI & AUGUST

Mit unserer Sommeraktion wird Weiterbildung jetzt noch attraktiver:

Buchen Sie die nächsten Seminare im Juni, Juli oder August 2026 mit dem Stichwort „Sommeraktion“ und sichern Sie sich 10 Prozent Rabatt auf die Teilnahmegebühr.

Jetzt Plätze sichern und vergünstigt teilnehmen – wir freuen uns auf Sie!

TRAIN THE AZUBI-BETREUER

Junge Menschen professionell begleiten und nachhaltig binden.

29. Juni 2026 von 9.00 bis 17.00 Uhr

■ www.seminare.dehoga-berlin.de

ALLERGENE UND INTOLERANZEN

Das Seminar vermittelt praxisnahes Wissen zum sicheren und rechtssicheren Umgang mit Lebensmittelallergien und -intoleranzen in Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung. Behandelt werden Allergene, Küchen- und Serviceprozesse, Deklarationspflichten sowie professionelle Gästekommunikation zur Vermeidung von Risiken und Kreuzkontaminationen. Ziel ist eine sichere Versorgung betroffener Gäste, mehr Vertrauen im Service und die zuverlässige Umsetzung gesetzlicher Vorgaben im Betrieb.

1. Juli 2026 von 9.00 bis 17.00 Uhr

■ www.seminare.dehoga-berlin.de

FRAGEN ZU UNSEREN SEMINAREN?

Kontaktieren Sie Juliane Schoenau
Leiterin Aus- und Weiterbildung
T +49 30 31804820

■ seminare@dehoga-berlin.de

Alle Seminare finden Sie unter

■ www.seminare.dehoga-berlin.de



SICHERER UMGANG

MIT INTERNATIONALEN HOTELGÄSTEN

Online-Seminar: Kenntnisse über kulturelle Besonderheiten internationaler Hotelgäste sowie praxisnahe englische Kommunikation, um Missverständnisse und Konflikte im Hotelalltag zu vermeiden.

25. Juni 2026 von 9.00 bis 17.00 Uhr

■ www.seminare.dehoga-berlin.de

LEADERSHIP II

Empfohlen für Führungskräfte, die Führungsfähigkeiten erweitern und stärken wollen und bereits das Training „Leadership I“ besucht haben.

30. Juni 2026 von 9.00 bis 17.00 Uhr &

1. Juli 2026 von 9.00 bis 17.00 Uhr

■ www.seminare.dehoga-berlin.de

TEAMPLAYER STATT EINZELKÄMPFER

Azubi-Seminar 6h: Ein gutes Miteinander im Team ist die Basis für jede erfolgreiche Ausbildung. Dieses Seminar zeigt, wie das gelingt.

7. Juli 2026 von 9.00 bis 15.00 Uhr

■ www.seminare.dehoga-berlin.de

MANAGEMENT IM HOUSEKEEPING

Zukunftsorientierte Managementstrategien für die Housekeeping-Abteilung von Gästee Erwartungen, Kostenoptimierung und allergenreiner Reinigung bis hin zu Wäschelogsistik, Haustechnik und professioneller Fehleranalyse.

3. August 2026 von 9.00 bis 17.00 Uhr

■ www.seminare.dehoga-berlin.de

ENGLISCH GRUNDLAGEN

FÜR HOTEL UND GASTRONOMIE

Online-Seminar: Praxisnahes Englisch und branchenspezifisches Vokabular, um Mitarbeitenden eine sichere und professionelle Kommunikation mit internationalen Gästen zu ermöglichen.

27. August 2026 von 9.00 bis 17.00 Uhr

■ www.seminare.dehoga-berlin.de

» PREISVORTEIL MIT DEM
STICHWORT **SOMMERAKTION**
10 PROZENT RABATT

Ausgabe 2 · 38. Jahrgang
Sommer 2026 · 7,- €

D A S H A U P T S T A D T - M A G A Z I N

top

magazin
BERLIN

Sommer
2026

Sommer

Ab 24.06.
an über
4.500 Stellen
erhältlich

www.top-magazin-berlin.de Menschen · Lifestyle · Wirtschaft

Zu finden an zahlreichen Auslagestellen, im Lesezirkel,
4-5 Sterne Hotels, Golfplätzen, der gehobenen Gastronomie,
ausgewählten Geschäften, bei hochkarätigen Events ... und unter:

www.raz-verlag.de/publikationen/top-magazin-berlin

TOP Magazin Berlin – eine Publikation des



RAZ Verlag
EINFACH MEHR DAVON

www.raz-verlag.de
topmagazin@raz-verlag.de





Nach mehr als drei Jahrzehnten an der Spitze von FLORIS Catering übergeben Kerstin und Floris Vlasman die Verantwortung an die nächste Generation.

Mit Robin Siegeris und Benjamin Jobs übernehmen zwei langjährige Wegbegleiter das Berliner Unternehmen.



© floris Catering

FLORIS CATERING SETZT AUF NEUANFANG MIT VERTRAUTEN GESICHTERN

Ihr Ziel: Die Marke schärfen und frische Akzente setzen. Im Mittelpunkt stehen künftig Events, die als Gesamterlebnis im Gedächtnis bleiben – mit einer Küche, die eine klare Handschrift trägt.

Für die Berliner Hospitality-Branche zeigt dieser Wechsel, wie Nachfolge aus den eigenen Reihen gelingen kann. Beide neuen Geschäftsführer kennen das Unternehmen seit Jahren: Robin Siegeris, seit rund zehn Jahren dabei, trieb zuletzt vor allem die Modernisierung der Abläufe und die Entwicklung neuer Veranstaltungsformate voran. Benjamin Jobs ist seit zwei Jahren als Küchenchef an Bord und bringt wertvolle Führungserfahrung aus der Berliner Gastroszene mit.

CATERING ALS ERLEBNIS, NICHT ALS BEILAGE

Die neue Doppelspitze setzt bewusst auf Veränderung, ohne das Qualitätsversprechen der Gründer anzutasten. „Wir sehen so oft Catering, das man sofort wieder vergisst. Wir wollen genau das Gegenteil“, erklären Siegeris und Jobs. Kulinarik soll künftig nicht mehr nur die Begleitung eines Events sein, sondern zum Herzstück der Inszenierung werden.

Damit reagiert FLORIS auf den Wandel der Branche: Veranstalter und Gäste suchen heute verstärkt nach Individualität und Authentizität statt nach standardisierten Lösungen. Gefragt sind Konzepte mit echtem Wiedererkennungswert.

INTERAKTION STATT STANGENWARE

Konkret bedeutet das: FLORIS rückt das Handwerk näher zum Gast. Geplant sind interaktive Formate wie Food-Stationen mit Live-Cooking sowie moderne Sharing- und Streetfood-Konzepte, die besonders bei Business-Events für eine lockere Atmosphäre sorgen. Optisch setzen die Berliner auf einen urbanen Look bei der Präsentation der Buffets. Regionalität und saisonale Produkte bleiben dabei die Basis, werden aber mutiger mit internationalen Einflüssen kombiniert.

KLARE ROLLEN

FÜR GEMEINSAMES WACHSTUM

Auch die Aufgaben sind klar verteilt: Während Siegeris das operative Geschäft und die Zukunftsplanung steuert, verantwortet Jobs die kulinarische Ausrichtung und das kreative Feintuning. Gemeinsam wollen sie FLORIS Catering noch sichtbarer in der Berliner Eventlandschaft positionieren.

Das Unternehmen, das seit über 30 Jahren Events jeder Größenordnung betreut – vom exklusiven Dinner bis zur Großveranstaltung –, beweist mit diesem Schritt Mut zur Verjüngung. Für die Branche zeigt dieser Personalwechsel: Eine erfolgreiche Nachfolge muss nicht von außen kommen. Wenn Know-how und frischer Geist zusammenfinden, wird der Generationenwechsel zum strategischen Neustart.

■ www.floris-catering.de



**Günstiger
Partnerarif
für Verbands-
mitglieder**

Ihr Unternehmen, unser Ökostrom

- aus 100 % erneuerbaren Energiequellen
- 12 oder 24 Monate Vertragslaufzeit
- exklusive Preisvorteile für Verbandsmitglieder

Mehr Infos erhalten Sie bei
Ihrem Verband oder unter:
vattenfall.de/gewerbe-partner

VATTENFALL 

ALBA 

Frisch auf der Tageskarte: Speisereste-Tonne an Gewerbeabfallverordnung

Sie verwöhnen Ihre Gäste – wir kümmern uns um die Resteverwertung. Umweltfreundlich, rechtssicher und effizient.



Es ist angerichtet, sprechen sie uns an!

+ 49 30 35182-351

berlin.alba.info

Akkubrände im Hotel

VORSICHT IST BESSER ALS NACHSICHT.



Lithium-Ionen-Akkus sind aus dem Betriebsalltag nicht mehr wegzudenken, doch ihr Gefahrenpotenzial wird häufig unterschätzt. Gerade in Hotels und Gastronomiebetrieben entsteht ein wachsendes, oft verborgenes Brandrisiko.

Die wachsende Verbreitung von Lithium-Ionen-Technologie führt dazu, dass auch die Zahl entsprechender Brandereignisse zunimmt. Defekte, falsche Nutzung oder ungünstige Umgebungsbedingungen können dabei jederzeit Auslöser sein. Die eigentliche Herausforderung liegt darin, dass die Gefahr oft unsichtbar bleibt - bis es zu spät ist.

WARUM DIE PRÄVENTION VON AKKUBRÄNDEN IM HOTEL WICHTIG IST

Mit der steigenden Nutzung von E-Bikes bei Gästen wächst auch das Risiko von Bränden durch Lithium-Ionen-Akkus. Überhitzung, Kurzschlüsse oder fehlerhafte Ladegeräte können einen Brand auslösen - mit potenziell schweren Folgen für Gäste, Personal und Gebäude.

Nicht jedes Hotel verfügt über separate Lade- oder Lagerräume. Oft werden Akkus in Zimmern oder Gemeinschaftsbereichen geladen, was das Risiko weiter erhöht. Die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften für sicheres Laden ist daher entscheidend.

PRAXISNAHE LÖSUNGEN ZUR PRÄVENTION VON AKKUBRÄNDEN

Ein effektiver Ansatz ist der Einsatz feuerfester Ladeschränke. Sie isolieren Akkus beim Laden, verhindern die Ausbreitung von Bränden und unterstützen Hotels dabei, gesetzliche Anforderungen einzuhalten, auch wenn kein eigener Technikraum vorhanden ist.

Ein Beispiel für eine solche Lösung finden Sie in unserem Blog:

MARTENS/ PRAHL/HOGA PROTECT
Ihr Versicherungsmakler für Gastgeber



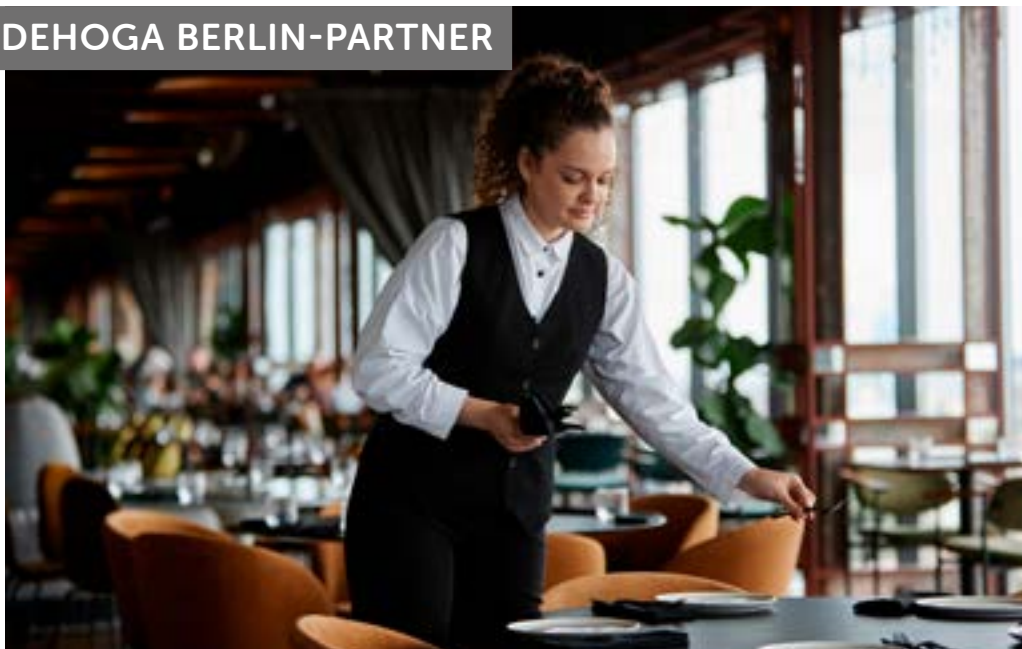
Unsere Publikationen für Sie

Mit uns erreichen Sie Entscheider vieler wichtiger Branchen, Sport-, Kultur-, Medien- und Lokalinteressierte!



RAZ Verlag
EINFACH MEHR DAVON

RAZ Verlag und Medien GmbH · Am Borsigturm 15 · 13507 Berlin
Fon (030) 43 777 82 - 0 · Fax (030) 43 777 82 - 22 · Anzeigen@raz-verlag.de · www.raz-verlag.de



BEWUSSTER EINKAUFEN IN HOTELLERIE UND GASTRONOMIE –

MIT DEM INGREEN NACHHALTIGEN WARENKORB DER IGEFA

Nachhaltigkeit ist mehr als ein Trend – sie ist eine Notwendigkeit, auch in Hotellerie und Gastronomie. Immer mehr Gäste achten auf ökologische Verantwortung und ressourcenschonend hergestellte Produkte. Hier setzt die igefa mit dem ingreen Nachhaltigen Warenkorb an, der Betrieben aus der HoReCa-Branche eine praxisnahe Lösung für einen nachhaltigeren Wareneinkauf bietet.

„Unser ingreen Nachhaltiger Warenkorb bündelt gezielt Produkte, die umweltbewusst, ressourcenschonender und sozial verantwortlicher hergestellt werden“, erläutert Anja Schenke, Leitung Nachhaltigkeit bei der igefa. „Von Reinigungsmitteln über Hygieneartikel bis zu Abfallsäcken und Müllbeuteln – jedes Produkt wird nach transparenten Kriterien ausgewählt. Unabhängige Nachhaltigkeitslabel sichern die Einhaltung dieser Kriterien.“ Das erleichtert nicht nur die nachhaltige Beschaffung, sondern stärkt auch die Positionierung gegenüber umweltbewussten Gästen.

NAHTLOS INTEGRIEREN, NACHHALTIGER PROFITIEREN

Ein weiterer Vorteil: Der Warenkorb lässt sich einfach in bestehende Einkaufsprozesse integrieren. Betriebe können auf bewährte igefa-Produkte zurückgreifen, ohne langes Suchen und ohne Abstriche bei Qualität oder Preis-Leistungs-Verhältnis zu machen. Gleichzeitig ermöglicht er eine bewusst nachhaltigere Produktauswahl, reduziert dadurch CO₂-Emissionen und schont Ressourcen – ein Beitrag, der über gesetzliche Anforderungen hinausgeht und die Transformation der Branche aktiv unterstützt.



Ergänzend bietet die igefa den ingreen Report. Dieser analysiert die Beschaffungsdaten zeigt Fortschritte auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit und Prozesseffizienz und liefert konkrete Handlungsempfehlungen, die in einem gemeinsamen Projekt mit der igefa umgesetzt werden. Die Ergebnisse und Veränderungen können zudem übersichtlich, interaktiv und intuitiv im ingreen Dashboard dargestellt werden.

INTERESSE?

Melden Sie sich bei Uwe Palisch:

■ Uwe.Palisch@hb.igefa.de

■ www.igefa.de

BERLINER KINDL BRINGT DEN HAUPTSTADT-GENUSS ZUM CLASSIC OPEN AIR 2026

Wenn vom 9. bis 14. Juli 2026 große Musik auf Berliner Bierkultur trifft, ist Berliner Kindl Partner des Classic Open Air am Gendarmenmarkt und sorgt für echte Genussmomente unter freiem Himmel.

Sobald sich der Gendarmenmarkt im Sommer wieder in eine der schönsten Konzertbühnen Europas verwandelt, gehört Berliner Kindl fest dazu: Auch 2026 begleitet die Marke das renommierte Event als offizieller Partner mit dem Berliner Kindl Jubiläums Pilsener – dem klassischen Premium der Hauptstadt.



Historische Kulisse trifft auf ein modernes Programm: von Klassik bis Crossover, ergänzt durch besondere Showformate. Ein Highlight ist der Auftritt von ALPHAVILLE am 14. Juli. Mit Welthits wie „Forever Young“ und „Big in Japan“ verbindet die Band generationsübergreifende Popgeschichte mit der besonderen Atmosphäre eines Sommerabends unter freiem Himmel.

Berliner Kindl sorgt dabei für den passenden Biergenuss und für Momente, die Berlin ausmachen: gemeinsam anstoßen, Kultur erleben und den Augenblick genießen – ganz nach dem Motto: „Dieser Moment verdient ein Jubi.“ Im Rahmen des Events verlost Berliner Kindl Tribünenkarten für das ALPHAVILLE-Konzert gemeinsam mit Radio RTL 104.6 sowie über die Social-Media-Kanäle von Berliner Kindl. Zusätzlich gibt es eine Gewinnspielaktion im Handel, bei der Tickets für weitere Konzertabende, u. a. für das Konzerthausorchester, Giovanni Zarrella, Joja Wendt oder Haevn, gewonnen werden können.



© Berliner Kindl

So verbinden sich große Musik und echte Hauptstadttradition zu unvergesslichen Sommerabenden mitten in Berlin.

■ www.berliner-kindl.de

Matjes around the world:

FRIESENKRONE MACHT ZUR KULINARISCHEN

WELTREISE HALT AM BOSPORUS

Die Weltreise der nordischen Fischspezialität geht weiter: Nachdem die Kampagne „Matjes around the world“ bereits 2025 für Begeisterung sorgte, legt Friesenkronen die Aktion im Sommer 2026 neu auf. Anfang Mai startete die Kampagne zum Weltfischbrötchentag mit einem erfolgreichen Auftakt in Hamburg. Nun steuert der Fischfeinkost-Experte Friesenkronen im Juni 2026 die nächste Station an: die Türkei. Unter dem Motto „Matjes am Bosphorus“ trifft norddeutscher Matjes auf die aromatische Vielfalt der orientalischen Küche. Gastronomen dürfen sich auf innovative Fusion-Cuisine und kreative Inspirationen für die Sommerkarte freuen.



KULINARISCHE HIGHLIGHTS

FÜR DIE SOMMERKARTE

Mit der Aktion „Matjes around the world“ bietet Friesenkronen interessierten Gastronomen während der gesamten Saison spannende Rezeptideen für die Profi-Küche. Im Juni präsentiert das Unternehmen „1001 Highlights“ für die Speisekarte inspiriert von der türkischen Geschmackswelt: Der marinierte Matjes mit Kartoffeln und Bohnen ist eine moderne Interpretation, bei der die Matjesfilets in einer Marinade aus Sambal Olek, Dill und Zitronensaft veredelt werden. Der Matjes-Salat Granatapfel-Quinoa entfaltet ein frisches Zusammenspiel von zartem Seiden Matjes, Quinoa, frischer Minze, Koriander und knackigen Granatapfelkernen. Eine lauwarme und herzhafte Variante ist der Brathering auf Kürbis-Linsen-Gemüse mit Belugalinsen und einem würzigen Rucola-Minz-Pesto.



© Friesenkronen

RUNDUM-SUPPORT

FÜR DIE GASTRONOMIE

Friesenkronen unterstützt interessierte Betriebe nicht nur mit innovativen Rezepturen, sondern mit einem umfassenden Vermarktungspaket mit Postern, Tischaufstellern und Rezeptkarten im „Matjes around the world“-Design. Außerdem wird die Kampagne digital begleitet mit Beiträgen auf Social Media sowie in Fachmedien für die Gastronomie.

Die Kampagne „Matjes around the world“ läuft noch bis August 2026 und wird in den kommenden Monaten Stationen in Mexiko und Südkorea ansteuern. Interessierte Gastronomen können das Vermarktungspaket inkl. Rezeptinspirationen unter vertrieb@friesenkronen.de anfordern.

Weitere Informationen zu Friesenkronen und „Matjes around the world“ finden Sie auf

■ www.friesenkronen.com



25 Jahre Perspektiven: SOS-Berufsausbildungszentrum Berlin stärkt Nachwuchs

Mitten in Berlin verankert, nah an Kiez und Alltag, geht es hier seit 25 Jahren um mehr als Ausbildung: Im SOS-Berufsausbildungszentrum Berlin wachsen Teams, Selbstvertrauen und echte Chancen. Ute Albrecht, Kai Bachmann, Andreas Müller und die Azubis leben das täglich. Gemeinsam nahmen sie die Urkunde und die Glückwünsche zum 25-jähriges Betriebsjubiläum von Katja Hagenbucher, Jörn Brinkmann und Philip Ibrahim entgegen.



Von links nach rechts:
Mostafa Alizada (Azubi), Katja Hagenbucher, Kai Bachmann
(Qualitäts- und Projektentwicklung), Andreas Müller (Reha-
Ausbilder Küche), Ute Albrecht (Verwaltung), Kazumi Wiesner
(Azubi), Jörn Peter Brinkmann, Philip Ibrahim.

© SOS-Kinderdorf Berlin

JUBILÄEN IM VERBAND



© AXICA Berlin

AXICA Kongress- und Tagungszentrum Berlin: 10 Jahre stark im Netzwerk der Branche

Direkt am Brandenburger Tor verbindet die AXICA spektakuläre Glasarchitektur von Frank O. Gehry mit einem offenen, kommunikativen Raumkonzept, ideal für Begegnung und Austausch und Events mit Profil. Seit zehn Jahren prägt Geschäftsführer Marc-Alexander Mundstock diese besondere Eventlocation, seit vergangenem Jahr an seiner Seite: die zweite Geschäftsführerin Nathalie Dahmann-Harbecke. Bernhard Moser (r.) gratulierte persönlich und überreichte die Jubiläumsurkunde des Verbands im Boardroom Quadriga mit Blick auf die Quadriga.

25 Jahre Kurs auf Genuss: Klipper bleibt auf Erfolgslinie

Ein Vierteljahrhundert auf dem Wasser: Das Klipper Segel-schiffrestaurant verbindet maritimes Ambiente mit frischer Küche und direktem Blick auf die Spree. Inhaber Christian Lommatzsch hält seit Jahren zuverlässig Kurs und sorgt für gleichbleibend hohe Qualität an Bord. Zum 25-jährigen Betriebsjubiläum gratuliert der Verband und würdigt Beständigkeit, Verlässlichkeit und gelebte Gastfreundschaft.

TIM LENTL ÜBERNIMMT KÜCHENLEITUNG IM QIU



© Steffen Sinzinger • Content & Communication

Im The Mandala Berlin übernimmt Tim Lentl die Position des Küchenchefs im QIU. Der 28-Jährige wechselt damit hausintern aus dem 2-Sterne-Restaurant FACIL, wo er zuletzt unter Küchenchef Michael Kempf tätig war. Während das FACIL für Fine Dining auf Spitzenniveau steht, positioniert sich das QIU deutlich entspannter und bistroorientierter. Dort entwickelt Lentl nun erstmals ein eigenes kulinarisches Konzept mit Fokus auf moderne Küche und regionale Produkte aus Deutschland. Unterstützung erhält er weiterhin von Michael Kempf, der den nächsten Karriereschritt seines langjährigen Mitarbeiters begleitet. Mit dem Wechsel setzt The Mandala Berlin gezielt auf die Förderung eigener Nachwuchskräfte.

■ www.qiu.de



© visitBerlin/Marco Armbrorst

CHRISTIAN TÄNZLER VERABSCHIEDET SICH IN DEN VORRUHESTAND

Nach 20 Jahren prägender Arbeit geht Christian Tänzler, langjähriger Pressesprecher von visitBerlin, in den Vorruhestand. Tänzler gestaltete die Pressearbeit maßgeblich und war national wie international ein geschätzter Ansprechpartner. Als Tourismusexperte im Bundesvorstand des ADFC bleibt er der Branche erhalten. Seine Funktion wird nicht in gleicher Form fortgeführt, die Pressearbeit übernimmt nun ein Team aus Miranda Meier, Katharina Zierenberg und Tobias Maul, unter Leitung von Susanne Schreiber.

BEATS, BEEF & BAR-KULTUR: WENN DAS „TO THE BONE“ ZUM DANCEFLOOR WIRD

Giacomo Mannucci steht für erstklassige Cuts und italienische Gastronomie-Perfektion: Nach Design-Update und kulinarischer Neuausrichtung geht er nun einen Schritt weiter. Was viele nicht wissen: er war Teil der Berliner Clubszene und international als DJ aktiv. Diesen Vibe bringt er zurück und kuratiert mit Gast-DJs an jedem letzten Samstag im Monat den Sound: Im Restaurant rücken ab 22 Uhr Bar- und Musikkultur in den Fokus. Mannuccis Signature-Sound? Ein Mix aus Funk, House und Dance Music.

■ www.tothebone.berlin



© Selina Schrader

BERLIN GEGEN ANTISEMITISMUS

Berlin steht für Vielfalt, Weltoffenheit und ein respektvolles Miteinander. Aus diesem Selbstverständnis heraus hat Partner für Berlin – Gesellschaft für Hauptstadt-Marketing mbH (Berlin Partner) 2021 die Initiative „Berlin gegen Antisemitismus“ ins Leben gerufen.



Zum fünfjährigen Bestehen wird die Initiative nun gezielt für weitere Netzwerke, Institutionen sowie Partner aus Wirtschaft und Verbandswelt geöffnet – für einen breiten und sichtbaren Schulterschluss gegen Antisemitismus in Berlin.

Auch wir als DEHOGA Berlin haben uns dazu entschieden, die Initiative aktiv zu unterstützen und gemeinsam mit weiteren Akteuren aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Stadtgesellschaft ein sichtbares Zeichen gegen Antisemitismus zu setzen.

Diese Veranstaltung bringt Akteure aus Berliner Netzwerken, jüdischem Leben, Politik und Stadtgesellschaft zusammen, für Dialog, neue Perspektiven und gemeinsames Handeln für Berlin als Stadt der Freiheit.

Berlin gegen Antisemitismus

- Dienstag, 16. Juni 2026
- 17.30 bis 21.30 Uhr
- AXICA Kongress- und Tagungszentrum, Pariser Platz 3, 10117 Berlin

Die Plätze sind begrenzt, bitte melden Sie sich an bei:

■ sophia.ringel@dehoga-berlin.de

Details zur Initiative finden sie unter:
■ Berlin Partner: Berlin gegen Antisemitismus

NEWS



COOKIES CREAM STELLT

KULINARISCHE FÜHRUNG NEU AUF

Das Berliner Sternerrestaurant Cookies Cream hat Patrick Ziegert (r.) zum neuen Küchenchef ernannt. Bereits zu Beginn seiner Laufbahn hatte Ziegert sich beim Cookies Cream beworben, zuletzt war er unter anderem Küchenchef im Berliner Crackers. Weitere Stationen: das Freustil auf Rügen sowie der Rote Wand Chef's Table in Lech am Arlberg. Gleichzeitig übernimmt Viktor Gerhardinger (l.) die Position des Head of Culinary Development. Gerhardinger bringt Erfahrungen aus dem Tian in München sowie dem Wiener Zwei-Sterne-Restaurant Mraz & Sohn mit. Gründer Heinz „Cookie“ Gindullis setzt damit auf erfahrene Führungskräfte aus den eigenen Netzwerken und der Spitzengastronomie.

■ www.cookiescream.com

MOA BERLIN STÄRKT

VIELFALT IN DER

GRÜNDUNGSSZENE

Das Hotel MOA Berlin hat gemeinsam mit dem Netzwerkformat Female Business Brunch seine Zusammenarbeit zur Förderung von Diversität in der Berliner Gründungsszene ausgebaut. Als unabhängiger Urban Hub setzt das Haus auf Kooperationen mit gesellschaftlicher Relevanz, die über klassische CSR-Maßnahmen hinausgehen. Im Rahmen eines Business-Brunchs wurden gezielt Gründerinnen der Initiative Selbständiger Immigrantinnen (ISI e.V.) eingebunden, um den Austausch zwischen Unternehmerinnen unterschiedlicher Branchen und kultureller Hintergründe zu fördern. Die Kooperation versteht sich als Beitrag zu mehr Vernetzung und Teilhabe in Berlin-Moabit.

■ www.isi-ev.de www.moa.de



Serien-Fans uffjepasst!

IN-ECHT-FLIX

präsentiert

GUTES WEDDING SCHLECHTES WEDDING®

bis 12.07.2026



ab 24.07.2026



dauerhaft im Programm



weltweit einzigartig:
Sitcom LIVE

„Dit musste dir ankieken!“
tipBerlin

prime
time
theater

Infos & Tickets unter
primetimetheater.de

DAS BERLINER
KULT-THEATER

HERZLICH WILLKOMMEN!

Neue Mitglieder im Verband

ASIA DAO NGUYEN SUSHI

Charlottenburg-Wilmersdorf
Kaiserin-Augusta-Allee 88,
10589 Berlin
Asiatische Küche
mit Fokus auf Sushi, sehr beliebt in
der Nachbarschaft.
■ www.dao-nguyen-berlin.de

LOGINN HOTEL BERLIN AIRPORT

Treptow-Köpenick
Schützenstraße 33,
12526 Berlin
Modernes Hotel am BER
mit digitalem Konzept &
urbanem Design.
■ www.achat-hotels.com

SANKU MAOTSAI RESTAURANT

Friedrichshain-Kreuzberg
Warschauer Straße 81A,
10243 Berlin
Chinesisches all-you-can-eat
Konzept mit Wurzeln in Sichuan.
■ www.sankumaotsai.de

ASIA DREAM RESTAURANT

Pankow
Prenzlauer Allee 89,
10405 Berlin
Vielfältige & klassische
vietnamesischen Spezialitäten.
■ www.facebook.com

OLIVE INN BERLIN

Spandau
Wilhelmstraße 28c,
13593 Berlin
Themenhotel mit Kontinent-
inspiriertem Designkonzept
nahe Olympiastadion.
■ www.oliveinn.de

VAND GARDEN RESTAURANT

Steglitz-Zehlendorf
Kaiser-Wilhelm-Straße 82,
12247 Berlin
Geschmacksintensive Gerichte
Vietnams & japanische Sushi.
■ www.vandgarden.de

CAFE AM SEE

Tempelhof-Schöneberg
Eythstraße 45 Zufahrt über Dom
nauer Straße,
12105 Berlin
Cafébetrieb ausschließlich für Miete-
rinnen und Mieter der GeWoSüd.
■ www.gewosued.net

RESTAURANT SECRET GARDEN

Friedrichshain-Kreuzberg
Warschauer Straße 33,
10243 Berlin
Kreative japanische Küche &
vegetarisches Sushi in modernem
Boho-Ambiente.
■ www.secretgardenberlin.com

VI VIET

Charlottenburg-Wilmersdorf
Walter-Benjamin-Platz 8,
10629 Berlin
Frische vietnamesische Küche
und Lunch Hotspot
am Walter-Benjamin-Platz
■ www.vi-viet.de

IBIS BUDGET BERLIN AIRPORT

Treptow-Köpenick
Schwalbenweg 47,
12526 Berlin
2* Superior Hotel nahe dem BER
für Geschäfts- und Privatreisende.
■ www.all.accor.com

RISTORANTE AL DENTE

Pankow
Greifswalder Straße 29,
10405 Berlin
Traditioneller Nachbarschafts-
Italiener mit Cucina-Italiana &
entspannter Atmosphäre.
■ www.aldente.berlin

ZHANG LALA BEEF NOODLES

Pankow
Schönhauser Allee 177,
10117 Berlin
Handgezogene Nudeln & tradi-
tionelle Noodle-Soups aus dem
Nordwesten Chinas.
■ www.zhanglala-beefnoodles.de

Serien-Fans uffjepasst!

IN-ECHT-FLIX

präsentiert

weltweit
einzigartig:

**Sitcom
LIVE**

GUTES WEDDING [®]
SCHLECHTES WEDDING

**Einstieg jederzeit möglich.
Ausstieg ooch. Macht aber keener.**

**prime
time
theater**



www.primetimetheater.de

Müllerstraße 163, 13353 Berlin-Wedding @ j v f i n primetimetheater

**DAS BERLINER
KULT-THEATER**

Danke unseren Sponsoren & Unterstützern

Senatsverwaltung
für Kultur und
Gesellschaftlichen Zusammenhalt

BERLIN



STADT UND LAND
Zimmer, Küche, Bad, Berlin.

R.B.D. Rheinisch-Bergische
DRUCKEREI

BB Bank

SPIELBANK BERLIN

RAZ Verlag
EINFACH MEHR DAVON

MITGLIEDER



DEUTSCHE

HOTELKLASSIFIZIERUNG

Erstklassifizierungen:

☆☆☆ **Komfort Garni**
Ibis Berlin Airport

☆☆ + **Standard Superior Garni**
Ibis Budget Berlin Airport

Folgeklassifizierungen:

☆☆☆☆ + **First Class Superior**
SANA Hotel Berlin

☆☆☆☆ **First Class**
Hotel MOA Berlin

☆☆☆ **Komfort Garni**
Hotel B!rGiT

☆☆ + **Standard Superior Garni**
Ibis Hotel Berlin Spandau



BETRIEBSJUBILÄEN IM JUNI

5 Jahre

Cafe Frieda | MATANGA - Fusion
Tapas & Cocktails | Space Night,
Capsule Hostel Berlin
Wen Cheng

10 Jahre

Grindehouse Homemade
Burgers | Pension Hubertus
Restaurant Seepalast Berlin

15 Jahre

Blue Nile Restaurant
Burgeramt | Hotel Berlin Mitte
by Campanile | InterContinental

Berlin | MEININGER Hotel Berlin
Mitte „Humboldthaus“ | Motel
One Berlin-Hauptbahnhof

20 Jahre

Frau Mittenmang
Populär - Pavillon am Reichstag
Tegernseer Tönnchen

25 Jahre

Pegasus Hostel

35 Jahre

Hotel Spree-idyll
Waldhotel Schmöckwitz

MITGLIEDSJUBILÄEN IM JUNI

5 Jahre

Café Dujardin
Flaschenzug Bar | Omega Bar

10 Jahre

Grindehouse Homemade
Burgers | Hotel Indigo Berlin
Ku'damm

15 Jahre

Blue Nile Restaurant

InterContinental Berlin|
MEININGER Hotel Berlin Mitte
„Humboldthaus“ | Motel One
Berlin-Hauptbahnhof

20 Jahre

Alte Dorfaue
Dämeritz Seehotel

25 Jahre

Wild at Heart

SAVE THE DATE

Wichtige Termine für Mitglieder

Juni
10&22
Mi & Mo

ETL-Beratertage
Geschäftsstelle
DEHOGA Berlin

Juni
12&13
Fr & Sa

Präsidenten-Cup
Golfresort Semlin

Juni
17
Mi

YoungStars BB –
Der Karrieretag
für die Gastgebernden
von Morgen
Hotelfachschule Berlin

Juni
29
Mo

Sommerfest
DEHOGA Berlin
visitBerlin und visit-
Berlin Partnerhotels
TIPI am Kanzleramt

August
24
Mo

Gastro Business Club
Bürgerschaftsbank Berlin

KIEZ, KÜCHE, CHARAKTER:

ZWEI MITGLIEDER IN KREUZBERG

SCHWARZE HEIDI

Mit Schwarze Heidi ist ein besonderes Gastronomiekonzept zum Verband zurückgekehrt. Betreiberin Jeniffer Morland über Schweizer Küche und Herausforderungen: „Wir haben uns für eine erneute Mitgliedschaft im Verband entschieden, weil man auch Danke sagen darf. Die Rückkehr der sieben Prozent Mehrwertsteuer auf Essen ist ein echtes Signal gewesen, dafür hat die DEHOGA lange gekämpft. Als ich gesehen habe, da bewegt sich etwas, war für mich klar: Jetzt ist der Moment, wieder Teil davon zu sein.“

Bei uns gibt es Schweizer Spezialitäten, hochwertige Produkte, verschiedene Käsesorten und natürlich ganz viel Fondue-Kompetenz. Unsere Gäste erleben nicht nur Essen, sondern ein Stück Schweiz – in dieser Form in Berlin ziemlich einzigartig. Die größte Herausforderung der letzten Jahre war, wirtschaftlich gut durch den Sommer zu kommen. Schweizer Küche ist eher etwas für die kühleren Monate. Im Sommer wünschen sich viele Menschen etwas Leichteres. Da braucht es Kreativität, Mut und ein ziemlich dickes Fell, um als Gastronomin erfolgreich zu bleiben.

Auch die Erwartungen der Gäste haben sich verändert. Die Menschen geben ihr Geld heute bewusster aus. Sie wollen nicht einfach nur satt werden, sie wollen etwas erleben.



© Schwarze Heidi

Atmosphäre, Persönlichkeit, Qualität, ein bisschen Magie. Genau darauf setzen wir. Bei uns soll ein Abend in Erinnerung bleiben. Aufgeben ist für mich keine Option. Wenn man durch schwere Zeiten geht und trotzdem weitermacht, merkt man irgendwann: Genau hier gehöre ich hin. Gastronomie ist nicht nur mein Beruf, es ist mein Leben.

■ www.schwarzeheidi.de

FARO BERLIN

Das spanische Restaurant Faro in Kreuzberg ist seit vielen Jahren eine feste Größe im Kiez: geprägt von mediterraner Lebensfreude, Tapas-Kultur und einem bunten Publikum. Seit 2023 wird es von Moises Elfil geführt, der es mit viel Energie, unternehmerischem Mut und klarer Kiez-Verbundenheit weiterentwickelt hat.



© FARO Berlin

Moises wurde in Marokko geboren, seine Eltern stammen aus Spanien. Nach Jahren als Maître im Tourismus in Spanien kam er 2009 ohne Deutschkenntnisse nach Berlin. „Ich habe schnell verstanden: Erfolg entsteht nur, wenn man bereit ist, ständig dazuzulernen“, sagt er und lernte konsequent Deutsch an der Volkshochschule. Sein Weg führte ihn früh ins Faro. Er begann als Kellner, nach sechs Monaten übernahm er die Abendleitung. Als der damalige Betreiber 2023 das Restaurant zum Verkauf stellte, zögerte Moises nicht lange: „Es war vorher schon wie mein Baby.“ Ohne Eigenkapital, mit privatem Kredit übernahm er die GmbH und schrieb bereits im ersten Jahr schwarze Zahlen.

Heute führt er ein kleines, buntes Team und versteht das Faro als offenen Treffpunkt, queerfreundlich, lebendig und nah am Kiez, insbesondere der Latino-Community. Neben spanischer Küche gehören Flamenco-Abende, Konzerte, Fußballübertragungen und viel mehr fest zum Konzept. Seit Mai ergänzt zudem ein Streetfood-Catering das Angebot. Für Moises Elfil bleibt ein Punkt zentral: soziale Preise und Zugänglichkeit. „Der Kiez hat uns getragen, also gebe ich etwas zurück“, sagt er. Und Weiterbildung spielt für ihn weiterhin eine zentrale Rolle, er schätzt die Angebote des Verbandes: Das Seminar zur Kalkulation in der Gastronomie empfiehlt er ausdrücklich.

■ www.faroberlin.com

Betreiberwechsel

ALLGEMEINE HINWEISE

BEIM WECHSEL DES BETREIBERS

EINER GASTSTÄTTE

ODER EINES HOTELS

In politisch und wirtschaftlich unruhigen Zeiten denken viele darüber nach, ein Unternehmen zu verkaufen oder zu kaufen – für die einen ist es ein Risiko, für die anderen eine Chance. Was muss bei diesem komplexen Vorgang aber beachtet werden?

Wird eine GmbH oder UG (haftungsbeschränkt) übernommen, erfolgt dies meist über einen Share-Deal. Dabei werden die Geschäftsanteile erworben, wofür eine notarielle Beurkundung gesetzlich vorgeschrieben ist. Der Vorteil: Alle bestehenden Verträge und das Inventar gehen rechtlich automatisch auf den Käufer über. Wichtig ist jedoch die Prüfung der Vertragsklauseln: Manche Vertragspartner (z. B. Vermieter oder Lieferanten) haben bei einem Gesellschafterwechsel ein Sonderkündigungsrecht.

Zu unterscheiden vom Share-Deal ist der Asset-Deal, der in allen übrigen Fällen, insbesondere bei Einzelunternehmern greift und damit auch die Regel sein dürfte. Es werden alle Vermögensgüter einzeln übertragen, wie das Inventar oder die Verträge. Für die Übernahme der Verträge ist die Zustimmung des Vertragspartners erforderlich (z. B. des Vermieters oder Bierlieferanten). Es muss genau dokumentiert werden, was übernommen wird und was nicht.

Zwingend und stets zu beachten sind die arbeitsrechtlichen Vorschriften zum Betriebsübergang gem. §613a BGB. Dabei gehen alle Arbeitsverhältnisse automatisch auf den neuen Betreiber über, sofern die Arbeitnehmer dem Übergang nicht ausdrücklich widersprechen. Voraussetzung hierfür ist eine ordnungsgemäße Unterrichtung der Belegschaft, die strengen formalen Anforderungen unterliegt.



© CHT

Bei einem Betreiberwechsel erlischt die bestehende Gaststättenerlaubnis, da sie personengebunden ist, weshalb der neue Inhaber eine eigene Konzession beim zuständigen Bezirksamt beantragen muss. Auch weitere Genehmigungen, z. B. eine straßenrechtliche Sondernutzung müssen umgeschrieben oder neu beantragt werden. In der Gastronomie sind zudem aktuelle baurechtliche Auflagen (z. B. Brandschutz oder Fettabscheider) stets zu beachten.

Neben den rechtlichen Anforderungen sollten Käufer zudem die steuerliche Haftung (§75 AO) sowie potenzielle Nachforderungen der Sozialversicherung prüfen, ebenso ist eine professionelle Prüfung der Geschäftsbücher unerlässlich.

Eine anwaltliche und steuerrechtliche Begleitung bei einem Betreiberwechsel ist deshalb dringend zu empfehlen, um den vielfältigen Herausforderungen professionell zu begegnen.

Manuel Miller

Rechtsanwalt bei CHT Rechtsanwälte GbR

■ miller@cht-legal.com
■ www.cht-legal.com

weltweit
einzigartig:
**Sitcom
LIVE**

IN-ECHT-FLIX

präsentiert

GUTES WEDDING
SCHLECHTES WEDDING®

SOMMERKOMÖDIE 2026

UFF ACHSE

Camping, Chaos & Camorra



ab 24.07.
Jetzt Tickets
sichern!

**prime
time
theater**



Infos & Tickets unter [primetimetheater.de](https://www.primetimetheater.de)

Müllerstraße 163, 13353 Berlin-Wedding  @primetimetheater

**DAS BERLINER
KULT-THEATER**

Danke unseren Sponsoren & Unterstützern

Seniorenverwaltung
für Kultur und
Gesellschaftlichen Zusammenhalt

BERLIN



STADT UND LAND
Zimmer, Küche, Bad, Berlin.

R.B.D. Rheinisch-Bergische
DRUCKEREI

BB Bank

SPIELBANK BERLIN

RAZ Verlag
EINFACH MEHR DAVON

STARTE MIT PEPSI

