



Gastronomie und Hotellerie in Deutschland 2011



DEHOGA
BUNDESVERBAND

Das Präsidium des DEHOGA Bundesverbandes

Ernst Fischer

Präsident

Landhotel Hirsch
Schönbuchstraße 28
72074 Tübingen-Bebenhausen
Fon 07071/60 93-0
Fax 07071/60 93-60

Fritz G. Dreesen

Stellvertretender Präsident

Rheinhofhotel Dreesen/
Ringhotel Bonn
Rheinstraße 45-49, 53179 Bonn
Fon 0228/8 20-20
Fax 0228/8 20-21 53

Hermann Kröger

Stellvertretender Präsident

Krögers Hotel
Bahnhofstraße 18
26427 Esens/Nordsee
Fon 04971/30 65
Fax 04971/42 65

Axel Fischer

Stellvertretender Präsident

Varbrook 82
71372 Niederkrüchten

Rose Pauly

Schatzmeisterin

Stacklies-Veranstaltungsservice
Rissener Landstraße 54
22587 Hamburg
Fon 040/46 77 70 14

Thomas Domani

Präsidialmitglied

Messe Gastronomie Hannover GmbH
Messegelände
30521 Hannover
Fon 0511/89 33-502
Fax 0511/89 33-533

Dr. Monika Gommolla

Präsidialmitglied

Maritim Hotelgesellschaft mbH
Herforder Straße 2
32105 Bad Salzuflen
Fon 05222/9 53-0
Fax 05222/9 53-2 77

Peter Schmid

Präsidialmitglied

Hotel Graf Eberhard
Bei den Thermen 2
72574 Bad Urach
Fon 07125/14 80
Fax 07125/82 14

Olaf Offers

Präsidialmitglied

c/o DEHOGA
Nordrhein-Westfalen e.V.
Hammer Landstraße 45
41460 Neuss
Fon 02131/75 18-200
Fax 02131/75 18-201

Guido Zöllick

Präsidialmitglied

Hotel NEPTUN
Seestraße 19
18119 Rostock-Warnemünde
Fon 0381/7 77-0
Fax 0381/5 40 23

Thomas Hirschberger

Präsidialmitglied

Sausalitos Holding GmbH
Tassiloplatz 7
81541 München
Fon 089/66 07 86 60
Fax 089/66 07 86-89

Ingrid Hartges

Hauptgeschäftsführerin

Am Weidendamm 1A
10117 Berlin
Fon 030/72 62 52-20
Fax 030/72 62 52-42

Dierk Kraushaar

Präsidialmitglied

Bendenkamp 12
40880 Ratingen

André Witschi

Präsidialmitglied

Karwendelstraße 6
85604 Zorneding

Dr. Erich Kaub

Ehrenpräsident

Mauerkircher Straße 199
81925 München

Leo Imhoff

Ehrenpräsident

Freiherr-v.-Stein-Straße 209
45133 Essen
Fon 0201/2 47 04-0
Fax 0201/2 47 04-99

Jochen Koepf

Ehrenmitglied des Präsidiums

Am Engelsbach 25
53127 Bonn
Fon 0228/28 48 06
Fax 0228/9 19 51 38

Herbert Rütten

Ehrenmitglied des Präsidiums

Mittelstraße 120
53474 Bad Neuenahr-Ahrweiler
Fon 02641/2 62 10
Fax 02641/2 62 40

Helmut Otto

Ehrenmitglied des Präsidiums

Landhotel und Landgasthaus
Naafs-Häuschen, Naafshäuschen 1
53797 Lohmar-Wahlscheid
Fon 022 06/60 80
Fax 022 06/60 81 00

Das Jahrbuch des DEHOGA Bundesverbandes

Gastronomie und Hotellerie in Deutschland 2011



Impressum

Herausgeber

Deutscher Hotel- und Gaststätten-
verband e.V. (DEHOGA Bundesverband)
Verbändehaus
Handel-Dienstleistung-Tourismus
Am Weidendamm 1A
10117 Berlin
Fon 030/72 62 52-0
Fax 030/72 62 52-42
info@dehoga.de
www.dehoga.de

Präsident

- Ernst Fischer

Hauptgeschäftsführerin

- Ingrid Hartges

Konzeption, Redaktion und Koordination

- Stefanie Heckel
- Philipp Rust
- Melanie Junge-Beichle

Redaktionsschluss

25. November 2011

Gestaltung

pantamedia communications GmbH
Friedrichstraße 135a
10117 Berlin
www.pantamedia.com

Berlin, Dezember 2011

Fotonachweise

- S. 8: Fotosearch 2011
S. 31: Gerhard Giebener/PIXELIO
S. 34: Ute Pelz/PIXELIO
S. 35: DZT/Achim Käflein
S. 37: Hotelverband Deutschland/Frankfurt Marriot Hotel
S. 38: Hotelverband Deutschland/
Best Western Premier Steubenhof Hotel Mannheim
S. 53: contrastwerkstatt – Fotolia.com
S. 62: Viabono
S. 67: ibis Hotels/Pierre-Emmanuel
S. 68: Hotelverband Deutschland/Victoria s Residenz-Hotels
S. 73: Sandor Jackal - Fotolia.com
S. 76: Hotelverband Deutschland/Victoria s Residenz-Hotels
S. 79: Naomi Hasegawa - Fotolia.com
S. 81: Udo Kruse - Fotolia.com
S. 83: DZT/Jochen Keute
S. 84: imageteam - Fotolia.com
S. 86: Anuga
S. 94: Fotosearch 2011
S. 108: Deutsche Bahn AG
S. 109: DB AG/Christian Bedeschinski
S. 122: Tank & Rast GmbH
S. 123: Tank & Rast GmbH
S. 124: apetito
S. 125: apetito
S. 126: g-konzept.de - Fotolia.com
S. 132: BerlinPartner/FTB-Werbefotografie
S. 133: Hauf + Freunde
S. 136: BTZ Bremer Touristik-Zentrale
(www.bremen-tourismus.de)
S. 137: Ratskeller Bremen/Andre Schuett
S. 137: BTZ Bremer Touristik-Zentrale
(www.bremen-tourismus.de)
S. 160: RSHB
S. 162: Monkey Business - Fotolia.com
S. 167: www.deutscheweine.de
S. 172: Yuri Arcurs - Fotolia.com
S. 176: DZT/Landeshauptstadt Mainz
S. 178: Monkey Business - Fotolia.com
S. 182: Brian Jackson - Fotolia.com
S. 186: Franz Metepec - Fotolia.com
S. 186: Hessen à la carte
S. 187: DZT/Rainer Kiedrowski
S. 188: Surrender - Fotolia.com
S. 189: drubig-photo - Fotolia.com
S. 189: visitBerlin.de - Koch - Fragasso
Umschlagseite 1: siehe Kapitelmotive
Umschlagseite 3: Boris Adolf
Weitere Bilder: Cordula Giese, Manfred Knopp, Alois Müller
und Matthias Richter

Grußwort

Liebe Leserin, lieber Leser,

mehr als andere Branchen ist das Hotel- und Gastgewerbe auf eine intakte Umwelt angewiesen. Die Gäste werden anspruchsvoller, vor allem Qualität zählt. Umwelt- und Naturschutz stehen dabei ganz oben auf der Bewertungsskala, wenn es um Urlaub und Freizeit geht. Ich freue mich, dass der DEHOGA Bundesverband diese Entwicklung erkannt hat und sie als Chance und Imagefaktor für die Branche, als Gewinn für die Gäste und als Anerkennung des Wertes von Natur und Umwelt sieht. Mit seinem Engagement im Klima- und Umweltschutz ist das Gastgewerbe Vorreiter im Dienstleistungssektor.

Das gerade mit breiter, parteiübergreifender Mehrheit in Bundestag und Bundesrat beschlossene Gesetzespaket zur Energieversorgung der Zukunft weist den Weg in ein neues Energiezeitalter, das auf erneuerbare Energien, mehr Energieeffizienz und einen schonenden Umgang mit unseren natürlichen Ressourcen setzt. Diese Energiewende ist zugleich das größte Wachstums- und Modernisierungsprojekt für die Wirtschaft. Alle Branchen sind dazu aufgerufen, ihre Potenziale für eine effizientere und ressourcenschonende Energienutzung zu heben.

Ich freue mich daher über die erfolgreiche DEHOGA „Energiekampagne Gastgewerbe“ zur Senkung des Energieverbrauchs und der Energiekosten. Dass sich daran schon 5.500 gastgewerbliche Unternehmer und Unternehmerinnen beteiligen, ist ein Erfolg dieser Kampagne. Mit der individuellen Unterstützung von Hoteliers und Gastronomen vor Ort und der Entwicklung von Energieeffizienz-Netzwerken in der Branche weist der DEHOGA Bundesverband den Weg in die Zukunft.

Ich freue mich auch, dass der DEHOGA die maßgeblich von meinem Haus initiierte touristische Umweltdachmarke „Viabono – Reisen natürlich genießen“ stärker nutzen will, etwa im Rahmen



des DEHOGA Umweltchecks für eine umweltbewusste Betriebsführung im Gastgewerbe. Mit ihm kann es gelingen, über die Energieeinsparung hinaus zur Ressourceneffizienz insgesamt beizutragen und gleichzeitig Kosten zu senken. Das passt hervorragend zum nationalen Ressourceneffizienzprogramm der Bundesregierung, das darauf zielt, die Wirtschaft unabhängiger vom Verbrauch teurer Rohstoffe zu machen und die mit der Rohstoffnutzung verbundenen Umweltbelastungen zu senken. Das stärkt die Wettbewerbsfähigkeit, fördert Innovation, sichert Arbeitsplätze und entlastet die Umwelt. Es ist wichtig, dass das Gastgewerbe diese Chancen in Zukunft verstärkt nutzt.

Es grüßt Sie herzlich

Ihr

Dr. Norbert Röttgen
Bundesminister für Umwelt,
Naturschutz und Reaktorsicherheit

Vorwort



Ernst Fischer



Ingrid Hartges

Wirtschaftsaufschwung, Schuldenabbau, sinkende Arbeitslosenzahlen – mit großem Elan hat Deutschland den Weg aus der Krise gefunden. Dass das so ist, ist auch den vorwiegend klein- und mittelständischen Unternehmern des Gastgewerbes und ihren Mitarbeitern zu verdanken. Sie haben in schwierigen Zeiten weiter in Qualität investiert. Das zahlt sich aus. Deutschlandurlaub steht bei den Gästen aus aller Welt hoch im Kurs. Und auch als Tagungs- und Kongressstandort haben wir die Nase vorn. Die Vielfalt unserer regionalen Küche ist einzigartig und liegt weiter im Trend.

Diese zuversichtlich stimmende Entwicklung gilt es, zu stabilisieren und zu fördern und nicht abzuwürgen. Gastronomie und Hotellerie stehen für Genuss und Erholung, Kultur und Lebensfreude. Sie stehen aber auch für mehr als eine Million Beschäftigte in 232.000 Betrieben, die hier ihre Steuern zahlen und fast 90.000 Ausbildungsplätze stellen.

Mit rund sieben Prozent aller neuen Ausbildungsverträge in Deutschland leistet das Gastgewerbe damit einen wichtigen Beitrag zur Bekämpfung der Jugendarbeitslosigkeit. Die Branche weiß, dass sie hier jetzt nicht nachlassen darf. Im Zuge des demografischen Wandels ist der Wettbewerb um die besten Köpfe voll entbrannt. Investitionen in die Ausbildungsqualität und Maßnahmen zur Arbeits- und Fachkräftebindung gehören zu den wichtigsten Aufgaben der kommenden Jahre. Nachwuchsförderung ist Zukunftssicherung.

Um die Herausforderung erfolgreich zu meistern, kommt es auch darauf an, dass die Politik die richtigen Rahmenbedingungen schafft. Dafür setzt sich der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA Bundesverband) ein.

Denn trotz der erfreulichen wirtschaftlichen Entwicklung sehen sich die Gastronomen und Hoteliers massiven Hemmnissen ausgesetzt. So konkretisiert die Einführung kommunaler Bettensteuern die positiven Impulse aus der Mehrwertsteuersenkung für Übernachtungen. Hinzukommen die ungerechte und widersprüchliche Behandlung von Speisen im geltenden Mehrwertsteuersystem, die Diskussion um die Restaurant-Ampel, die Pläne zur Lebensmittelkennzeichnung, die Debatte um einen gesetzlichen Mindestlohn in Deutschland und die Kostenspirale bei den Urheberrechtsgebühren. Themen, die bei den Unternehmern für Verunsicherung und Verärgerung sorgen und damit den Aufschwung gefährden.

In dem vorliegenden Jahrbuch analysiert der DEHOGA die Entwicklung der Branche in den vergangenen zwölf Monaten, zeigt die Brennpunkte auf, informiert über die Erfolge der Verbandsarbeit und formuliert seine zentralen Forderungen an die Politik.

Der DEHOGA hat eine Vielzahl von Gesetzesvorhaben begleitet und in öffentlichen Stellungnahmen und Gesprächen mit der Politik und der Presse die Interessen der Gastronomen und Hoteliers erfolgreich vertreten. Als engagierter Dienstleister für seine Mitglieder und aktiver Mitgestalter der Gesellschaft hat der DEHOGA darüber hinaus vielfältige Initiativen wie „Kleine Gäste ganz groß“, „Gute Gastgeber für Allergiker“, den „DEHOGA Umweltcheck“ oder den DEHOGA-Maßnahmenplan „Fit für die Zukunft“

zur Arbeits- und Fachkräftesicherung gestartet und weiterentwickelt.

Eines ist klar: Das Gastgewerbe in Deutschland ist und bleibt eine Branche mit Zukunft. Werte wie Glaubwürdigkeit, Vertrauen und Bodenständigkeit gewinnen nicht zuletzt aufgrund der weltweiten Finanzkrise und der aktuellen Entwicklungen in Europa an Bedeutung. Und genau dafür stehen Gastronomie und Hotellerie. Die gastgewerblichen Betriebe sind in den Regionen fest verankert. Unsere Produkte kann man erleben, schmecken, spüren. Unsere Betriebe bieten sinnliche Erlebnisse in einer immer virtueller werdenden Welt. Als öffentliche Wohnzimmer sind sie für das Funktionieren unserer Gesellschaft unverzichtbar. Und deshalb haben Gastronomen und Hoteliers verdient, dass ihre Sorgen ernst genommen und ihre Anliegen gehört werden. Gastronomie und Hotellerie stehen fest zum Standort Deutschland. Sie sind auf faire Wettbewerbsbedingungen im Land angewiesen.

Mit 70.000 Mitgliedern gehört der DEHOGA zu den Spitzenverbänden der Wirtschaft in Deutschland. Wir kämpfen für eine gerechte, verlässliche und wachstumsfreundliche Politik auf Basis der Sozialen Marktwirtschaft, die Unternehmertum nicht bestraft, sondern belohnt.

Wir freuen uns auf Ihre Unterstützung!

Wir wünschen Ihnen eine informative und anregende Lektüre.



Ernst Fischer
Präsident des DEHOGA Bundesverbandes



Ingrid Hartges
Hauptgeschäftsführerin des DEHOGA Bundesverbandes

Inhalt

1. DEHOGA – Sprachrohr der Branche	8
1.1 Der DEHOGA und die Politik	10
1.2 Der DEHOGA für die Branche	18
1.3 Der DEHOGA im Spiegel der Medien	25
2. Top-Themen der Branche 2011	28
2.1 Mehrwertsteuer und Bettensteuern	30
2.2 Recht und Steuern	37
2.3 Fach- und Arbeitskräftesicherung	39
2.4 Berufsaus- und -weiterbildung	40
2.5 Arbeitsmarkt- und Tarifpolitik	49
2.6 Lebensmittelhygiene und -kennzeichnung	56
2.7 Umweltschutz und Nachhaltigkeit	60
2.8 Urheberrecht und Rundfunkgebühren	64
3. Fokus Gastronomie	68
3.1 Alkoholpolitik und Jugendschutz	70
3.2 Gaststättenrecht	72
3.3 Beirat Gastronomie	75
4. Fokus Hotellerie	76
4.1 Klassifizierungen	78
4.2 Hotel-Benchmarking mit STR Global	83
4.3 Deutscher Hotelführer	85
5. Initiativkreis Gastgewerbe	86
6. Aus unseren Fachabteilungen	94
6.1 FA Systemgastronomie im DEHOGA	96
6.2 FA Gemeinschaftsgastronomie im DEHOGA	104
6.3 FA Bahnhofsgastronomie im DEHOGA	107
6.4 FA Discotheken im DEHOGA/ Bundesverband deutscher Discotheken und Tanzbetriebe e.V. (BDT)	110
7. Aus unseren Fachverbänden	114
7.1 Hotelverband Deutschland (IHA)	116
7.2 UNIPAS – Union der Pächter von Autobahn-Service-Betrieben	122
7.3 Verband der Internationalen Caterer in Deutschland (V.I.C.)	124

8. Aus den DEHOGA-Landesverbänden	126
8.1 Baden-Württemberg	128
8.2 Bayern	130
8.3 Berlin	132
8.4 Brandenburg	134
8.5 Bremen	136
8.6 Hamburg	138
8.7 Hessen	140
8.8 Lippe	142
8.9 Mecklenburg-Vorpommern	144
8.10 Niedersachsen	146
8.11 Nordrhein-Westfalen	147
8.12 Rheinland-Pfalz	149
8.13 Saarland	151
8.14 Sachsen	152
8.15 Sachsen-Anhalt	154
8.16 Schleswig-Holstein	156
8.17 Thüringen	158
9. Netzwerke und Partner	160
9.1 HOTREC – Hospitality Europe	162
9.2 Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW)	164
9.3 Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT)	166
9.4 Arbeitsgemeinschaft Mittelstand	168
9.5 hoga Unternehmensversorgung	170
9.6 Haftpflichtkasse Darmstadt	171
10. INTERHOGA – im Dienste des Gastgewerbes	172
11. Markt und Konjunktur	176
11.1 Wirtschaftliche Lage des Gastgewerbes	178
11.2 Entwicklungen in der Systemgastronomie	183
11.3 Entwicklungen in der Gemeinschaftsgastronomie	185
11.4 Trends und Perspektiven für die Branche	186
Ihre Ansprechpartner in der DEHOGA-Hauptgeschäftsstelle in Berlin	190

1.



DEHOGA – Sprachrohr der Branche

Sympathisch, vielfältig, leistungsstark – so präsentieren sich Hotellerie und Gastronomie in Deutschland. Das Gastgewerbe ist ein starkes Stück heimischer Wirtschaft. Der DEHOGA setzt sich ein für die Gastronomen und Hoteliers, die tagtäglich Verantwortung übernehmen für ihre Betriebe, ihre Mitarbeiter, ihre Familie – und natürlich für ihre Gäste. Kerngeschäft des DEHOGA ist die Interessenvertretung gegenüber Politik und Öffentlichkeit. Darüber hinaus unterstützt der Verband seine Mitglieder über gemeinsame Aktionen und Kampagnen und eröffnet ihnen so neue Vermarktungschancen. Das DEHOGA Jahrbuch informiert in diesem Kapitel über die wichtigsten Veranstaltungen, Initiativen und Schlaglichter im Verbandsjahr 2011.



Der DEHOGA und die Politik

Der DEHOGA Bundesverband macht sich stark für die Branche. Über Stellungnahmen und Reden, Broschüren und persönliche Gespräche bringt er die berechtigten Anliegen der Gastronomen und Hoteliers in die politische Diskussion ein und verschafft so der Stimme der Unternehmer Gehör. Er sensibilisiert die Politik, unterstützt seine Mitglieder und wirbt für die Branche. Er kämpft für die Interessen der Gastronomen und Hoteliers in Deutschland und für eine Politik, die unternehmerisches Handeln nicht bestraft, sondern belohnt. Neben der klassischen Interessenvertretung von Gastronomen und Hoteliers in Deutschland ist die aktive Mitgestaltung der Gesellschaft ein wichtiger Bestandteil der Arbeit des DEHOGA Bundesverbandes. Aus diesem Grund ist der DEHOGA Initiator und Begleiter diverser Aktionen und Kampagnen.

Der DEHOGA Bundesverband – das sind 17 Landesverbände, die drei Fachverbände Hotelverband Deutschland (IHA), die UNIPAS – Union der Pächter von Autobahn-Service-Betrieben und der Verband der Internationalen Caterer in Deutschland (V.I.C.) sowie die vier Fachabteilungen System-



Ein Kenner des Tourismusstandorts Deutschland: Ernst Burgbacher, Parlamentarischer Staatssekretär beim Bundesminister für Wirtschaft und Technologie und Beauftragter der Bundesregierung für Mittelstand und Tourismus, bei seiner Rede anlässlich des Branchentages 2010.



Renate Künast, Vorsitzende der Bundestagsfraktion von Bündnis 90/Die Grünen, spricht über Verbraucherschutz und Nachhaltigkeit.



Die hohe Bundespolitik trifft die Spitze des Gastgewerbes: Steffi Lemke (3.v.l.), Bundesgeschäftsführerin Bündnis 90/Die Grünen, sowie die Generalsekretäre Christian Lindner (2.v.l.), FDP, Hermann Gröhe (3.v.r.), CDU, und Alexander Dobrindt (2.v.r.), CSU, zusammen mit Ernst Fischer, Präsident des DEHOGA Bundesverbandes, und Ingrid Hartges, Hauptgeschäftsführerin des DEHOGA Bundesverbandes.



Gedankenaustausch auf dem DEHOGA-Branchentag: Fraktionsvorsitzende Renate Künast (M.), mit DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges und Peter Verhoeven, Vorsitzender der Geschäftsführung, Accor Hospitality Germany GmbH.



Der DEHOGA bei der Arbeitsgruppe Tourismus der CDU/CSU-Bundestagsfraktion: Klaus Brähmig, DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges, Cajus Julius Caesar, Arbeitsgruppen-Vorsitzende Marlene Mortler, Ingbert Liebing, Anita Schäfer, DEHOGA-Präsident Ernst Fischer und Christian Hirte (v.l.) am 28. Juni 2011 in Berlin.

gastronomie, Gemeinschaftsgastronomie, Bahnhofsgastronomie und Discotheken/Bundesverband deutscher Discotheken und Tanzbetriebe (BDT). Durch diese föderale Struktur gewährleistet der DEHOGA eine optimale Interessenvertretung – von der Ortsstelle über den Landesverband bis zum Bundesverband – und kann so auf regionale Herausforderungen schnell und effektiv eingehen.

Die Bedeutung der Tourismusbranche für den Wirtschaftsstandort Deutschland spiegelt sich auch in der Arbeit des Ausschusses für Tourismus

im Deutschen Bundestag wider. Gemeinsames Anliegen des Ausschusses und des DEHOGA Bundesverbandes ist es, die Rahmenbedingungen für diese bedeutende Dienstleistungsbranche und das Reiseland Deutschland zu verbessern. Vorsitzender des Ausschusses ist Klaus Brähmig, CDU/CSU, seine Stellvertreterin heißt Rita Pawelski, CDU/CSU. Sprecher der einzelnen Bundestagsfraktionen sind Marlene Mortler, CDU/CSU, Hans-Joachim Hacker, SPD, Horst Meierhofer, FDP, Markus Tressel, Bündnis 90/Die Grünen, und Dr. Ilja Seifert, Die Linke (*siehe Seite 12*).



Gemeinsam stark für den Mittelstand: DEHOGA-Präsident Ernst Fischer, Bundesverkehrsminister Dr. Peter Ramsauer, Präsident des MITTELSTANDVERBUNDES – ZGV Wilfried Hollmann und der Präsident des Zentralverbands des Deutschen Handwerks (ZDH) Otto Kentzler (v.l.).



Klaus Brähmig



Rita Pawelski



Marlene Mortler



Hans-J. Hacker



Horst Meierhofer



Markus Tressel



Dr. Ilja Seifert



Persönliche Gespräche in entspannter Atmosphäre: DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges mit Ernst Hinsken, Vorsitzender des Bundestagsausschusses für Wirtschaft und Technologie beim PKM-Sommerfest am 5. Juli 2011 in Berlin.

1. Alkoholpolitik
2. Arbeitsrecht
3. Ausbildung
4. Bagatellsteuern
5. Bettensteuer/Kulturförderabgabe
6. Bewirtungskosten
7. Bürokratieabbau
8. Erbschaftsteuer
9. Fachkräftesicherung
10. Feinstaubverordnung und Umweltzonen
11. Gaststättenrecht
12. HACCP
13. Jugendarbeitsschutz
14. Jugendschutz
15. Künstlersozialabgabe
16. Lebensmittelkennzeichnung
17. Lebensmittelkontrollen
18. Lohnzusatzkosten
19. Mehrwertsteuer Gastronomie
20. Mehrwertsteuer Hotellerie
21. Mindestlohn
22. Minijobs
23. Ökosteuer
24. Qualitätsmanagement-Systeme
25. Rundfunkgebühren
26. Schallpegelbegrenzung
27. Schwarzarbeit
28. Sperrzeiten
29. Steuerfreie Zuschläge
30. Umweltschutz
31. Unternehmensteuerreform
32. Urheberrecht I, II, III
33. Verbraucherinformationsgesetz

Auch der Parlamentarische Abend der Arbeitsgemeinschaft Mittelstand machte am 13. April 2011 deutlich, wie wichtig ein enger Kontakt zwischen Wirtschaft und Politik ist. Die Verbände der Arbeitsgemeinschaft treten gegenüber Politik und Öffentlichkeit gemeinsam für wirtschaftliche Rahmenbedingungen ein, um die Innovations-, Wettbewerbs- und Beschäftigungspotenziale der mittelständischen Unternehmer in Deutschland zu fördern (*mehr dazu im Kapitel 9.4*).

Nur ein Verband, der mit einer Stimme spricht, der auf allen Ebenen gut aufgestellt ist, wird gehört und kann so seinen Mitgliedern mit vollem Einsatz zur Seite stehen. Um dies zu gewährleisten, wurden die DEHOGA-Standpunkte entwickelt.

Auf jeweils maximal zwei Seiten geben diese Positionspapiere die Anliegen des DEHOGA zu politischen, rechtlichen und gesellschaftlichen Brennpunkthemen wider.

Die DEHOGA-Standpunkte haben sich in der Zeit seit ihrer Einführung im Jahr 2008 zu einem unverzichtbaren politischen Kommunikationsinstrument entwickelt. Im November 2011 liegen 33 Standpunkte zu aktuellen Branchenthemen vor (*siehe Tabelle links*).

Netzwerke bilden, Unterstützer finden

Um in einer Demokratie etwas zu erreichen, müssen Mehrheiten gebildet werden. Dafür ist das richtige Netzwerk unerlässlich. Aus diesem Grund ist der DEHOGA Bundesverband u.a. Mitglied im europäischen Dachverband des Gastgewerbes HOTREC, in der Deutschen Zentrale für Tourismus DZT, im Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft BTW, in der Arbeitsgemeinschaft Mittelstand, im Gemeinschaftsausschuss der Deutschen Gewerblichen Wirtschaft, in der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände BDA und über den BTW auch im Bundesverband der Deutschen Industrie (*mehr dazu im Kapitel 9*).



Spricht in seinem Grußwort pointiert über die Bedeutung von Hotellerie und Gastronomie: Berlins Regierender Bürgermeister Klaus Wowereit.

Spitzengespräche und politische Prominenz auf dem DEHOGA-Branchentag 2010

Am 23. November 2010 erlebten fast 1.000 Gäste aus Politik, Wirtschaft und Branche eine kraftvolle und energiegeladene Demonstration des Gastgewerbes. Die Teilnehmer des DEHOGA-Branchentages 2010, der wichtigsten politischen Veranstaltung des Verbandes, genossen im Hotel InterContinental Berlin ein sowohl fachlich als auch politisch anspruchvolles und abwechslungsreiches Tagungsprogramm und waren zu diesem einzigartigen Event aus der gesamten Republik angereist. Zu den prominenten Gastrednern gehörte Renate Künast, Vorsitzende der Bundestagsfraktion von Bündnis 90/Die Grünen, die in ihrer Rede Verbraucherschutz und Nachhaltigkeit in den Fokus rückte und über die Chancen für umweltfreundlichen Tourismus sprach.

„Wir können noch mehr – wenn man uns nur lässt“, machte DEHOGA-Präsident Ernst Fischer in seiner Grundsatzrede deutlich und forderte verlässliche und vernünftige Rahmenbedingungen für die gastgewerblichen Unternehmer. Mit Nachdruck hob Fischer die positiven Impulse der Mehrwertsteuerreduzierung für Übernachtungen hervor. Mit Blick auf die nach wie vor bestehenden massiven Wettbewerbsbenachteiligungen der Gastronomen gegenüber Bäckern, Metzgern und dem Lebensmitteleinzelhandel wiederholte der DEHOGA-Präsident die Branchenforderung



Verlässliche und vernünftige Rahmenbedingungen für Gastronomie und Hotellerie fordert Ernst Fischer, Präsident des DEHOGA Bundesverbandes, in seiner Grundsatzrede vor fast 1.000 Gästen aus Politik, Wirtschaft und Branche.

nach einem einheitlichen reduzierten Mehrwertsteuersatz für Gastronomie und Hotellerie. Zusätzlichen Belastungen der Unternehmer durch Bettensteuern, bürokratische Kennzeichnungsregeln oder die Neuordnung der Rundfunkgebühren erteilte Fischer eine klare Absage. Stattdessen rief er die politisch Verantwortlichen dazu auf, das Potential der Branche zu nutzen.

Auch Ernst Burgbacher, Parlamentarischer Staatssekretär beim Bundesminister für Wirtschaft und Technologie und Beauftragter der Bundesregierung für Mittelstand und Tourismus, verteidigte den reduzierten Mehrwertsteuersatz für die Hotels und verwies auf die große Bedeutung des



Branchentreffen in Berlin: André Witschi, DEHOGA-Präsident, Rudolf Münster, Geschäftsführender Partner RWM Hotel Consult, Elke Schade, IHA-Beiratsmitglied, sowie Dr. Hendrik Markgraf, Chefredakteur, Matthaes Verlag GmbH.



Hermann Scherer, Autor und Business Experte, sorgt mit seinem Vortrag „Jenseits vom Mittelmaß“ für echten Mehrwert bei den Zuhörern.



Gretel Weiß, Chefredakteurin und Herausgeberin der Fachzeitschrift food-service und Food-Service Europe & Middle East, analysiert die Megatrends für 2011.

Tourismus für den Arbeitsmarkt und den Standort Deutschland. Konkrete Anregungen für den Geschäftsalltag hielt Autor und Business Experte Hermann Scherer in seinem Vortrag „Jenseits vom Mittelmaß“ bereit. „Die Zukunft fest im Blick“ hatte Gretel Weiß, Chefredakteurin und Herausgeberin der Fachzeitschrift food-service und Food-Service Europe & Middle East, als sie über „Megatrends und Lernstoff für 2011+“ referierte.



Strahlende Gewinner der Deutschen Jugendmeisterschaften 2010 mit der Wettkampfleiterin Eva Rühle (2.v.l.) und DEHOGA-Präsident Ernst Fischer (2.v.r.).

Unter dem Motto „Unternehmen und nicht unterlassen“ traten Christina Fischer (FISCHERS Weingenuss & tafelfreuden), Sepp Krätz (u.a. Andechser am Dom, Waldwirtschaft, Hippodrom), Delf Neumann (Cafe Del Sol) und Udo Walz (Friseur und Unternehmer) an. In der kurzweiligen Gesprächsrunde lieferten die erfolgreichen Unternehmer interessante und teilweise sehr persönliche Einblicke und machten Lust auf Leistung und Selbstständigkeit.

Emotionales Highlight des Branchentages war die Ehrung der Deutschen Jugendmeister in den gastgewerblichen Ausbildungsberufen 2010. In das Hotel InterContinental Berlin waren die drei besten Mannschaften aus Berlin, Nordrhein-Westfalen und Baden-Württemberg sowie der Goldmedaillengewinner im Beruf Koch Andreas Widmann (Ausbildungsbetrieb Hotel Restaurant Hirsch in Fellbach-Schmiden) und der Koch-Vizemeister Sven Schmidt (Ausbildungsbetrieb Hilton Berlin Hotel in Berlin) gekommen.



Unternehmen und nicht unterlassen – das Motto der Gesprächsrunde mit den erfolgreichen Unternehmern Udo Walz, Delf Neumann, Christina Fischer und Sepp Krätz (v.l.), sowie Moderator der Gesprächsrunde Dr. Hajo Schumacher (M.).

DEHOGA-Präsident Ernst Fischer und die Wettkampfleiterin der Jugendmeisterschaften Eva Rühle gratulierten den Nachwuchsstars vor der versammelten Branchenöffentlichkeit zu ihren beeindruckenden Leistungen.

Den spannenden Schlusspunkt des Tages setzte die Talkrunde der Generalsekretäre. Unter der



Berlins Regierender Bürgermeister Klaus Wowereit (r.) zu Gast beim DEHOGA, zusammen mit DEHOGA-Präsident Ernst Fischer und DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges, beim DEHOGA-Branchentag am 23. November 2010.

Leitung des ehemaligen Chefredakteurs von „Sabine Christiansen“ und Sat.1-Nachrichtenchefs Michael Cramer diskutierten Hermann Gröhe (CDU), Alexander Dobrindt (CSU), Christian Lindner (FDP) und Steffi Lemke als Bundesgeschäftsführerin von Bündnis 90/Die Grünen über notwendige Reformen und neue Ansätze insbesondere in der Steuer-, Sozial- und Beschäftigungspolitik. Durch den DEHOGA-Branchentag führte der renommierte Journalist, Autor und Fernsehmoderator Dr. Hajo Schumacher.

Krönender Abschluss des Tages war die Branchenparty am Abend mit einem Grußwort von Berlins Regierendem Bürgermeister Klaus Wowereit sowie der Rede der Münchner Wirte-Legende Richard Süßmeier im festlichen Ambiente des Bankettsaals des Hotel InterContinental.



Ein Schmäckerl der ganz besonderen Art: Die Wirte-Legende Richard Süßmeier sorgt für eine gelungene Dinner-Speech.



Christian Lindner (FDP)



Hermann Gröhe (CDU)



Steffi Lemke (Bündnis 90/Die Grünen)



Alexander Dobrindt (CSU)



Michael Cramer



Dr. Hajo Schumacher



Für ein echtes Showerlebnis sorgt der dreifache Weltmeister im Showbar-keeping Levent Yilmaz.

Impressionen vom DEHOGA-Branchentag am 23. November 2010





03



04

01 Das Wasser mit dem Stern sponserte den DEHOGA-Branchentag 2011: Ulrich Pilz (r.) von Gerolsteiner mit DEHOGA-Präsident Ernst Fischer.

02 Corinna Tentrup-Tiedje von Granini zeigt dem DEHOGA-Präsidenten die frische und köstliche Vielfalt ihrer Angebote.

03 Genießen einen Abend voller Gastlichkeit: Ralf Hübner, HOBART-Geschäftsführer und Vizepräsident, Brigitte Fischer, die zusammen mit ihrem Gatten DEHOGA-Präsident Ernst Fischer die Betriebe Restaurant Rosenau und Landhotel Hirsch führt, Berlins Regierender Bürgermeister Klaus Wowereit, DEHOGA-Präsident Ernst Fischer, der Parlamentarische Staatssekretär Ernst Burgbacher, DEHOGA-Präsidiumsmitglied André Witschi sowie der Gastgeber im Hotel InterContinental Berlin und Präsident des DEHOGA Berlin Willy Weiland (v.l.).

04 Das Salon Orchester Berlin sorgt für das passende Unterhaltungsprogramm zur Branchenparty.

05 Kompetenter Förderer des Gastgewerbes: ERGO. Hier DEHOGA-Präsident Ernst Fischer (3.v.r.) am Stand der Versicherung mit Torsten Raack (r.) und seiner Mannschaft.

06 Vorbildhaftes Engagement für die Branche – nicht nur beim DEHOGA-Branchentag: Das Unternehmen Coca-Cola. DEHOGA-Präsident Ernst Fischer dankt dem Stand-Team.

07 DEHOGA-Präsident Ernst Fischer (r.) begrüßt den Präsidenten des ZDH Otto Kentzler. Hier zusammen mit Hermann Kröger (l.), Präsident des DEHOGA Niedersachsen.

08 Besucht das Branchenmedium Nr. 1, die AHGZ: DEHOGA-Präsident Ernst Fischer am Stand der Matthaes Verlag GmbH, mit Dr. Clemens Knoll (r.), Geschäftsführer Matthaes Verlag.

09 Fruchtsäfte für Gourmets: DEHOGA-Präsident Fischer (2.v.r.) informiert sich über das Sortiment von Niehoffs Vaihinger. Hier mit Gerd Gründahl (l.) und Hildegard Mählmann von Vaihinger sowie Maik Schumacher von der Mineralbrunnen Überkingen-Teinach AG.

10 Tourismustalk: BTW-Generalsekretär Michael Rabe (l.) im Gespräch mit Burkhard Kieker, Geschäftsführer der Berlin Tourismus & Kongress GmbH.

11 Die Entscheider der Branche: Ernst Fischer, DEHOGA-Präsident, Klaus Hübenthal, Hauptgeschäftsführer DEHOGA NRW, Helmut Otto, Ehrenmitglied des DEHOGA-Präsidiums, und Axel Fischer, stellvertretender DEHOGA-Präsident (v.l.).

12 Brancheninsider: Gretel Weiß, Chefredakteurin und Herausgeberin der food-service, und Rolf Seelige-Steinhoff, Chef der Seetel-Hotels.

13 Festlicher Rahmen für gute Gespräche und beste Unterhaltung bei der DEHOGA-Branchenparty – die bayerische Delegation genießt den Abend: DEHOGA Bayern-Präsident Ulrich Brandl (2.v.l.) mit seinen Präsidiumsmitgliedern Monika Poschenrieder (M.), Thomas Domani (3.v.r.), Stefan Wild (r.), Ralf Barthelmes (l.) sowie Ralf Schell, Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Bayern.

14 Politikerin trifft Unternehmer: Fraktionschefin Bündnis 90/Die Grünen Renate Künast und DEHOGA-Präsident Ernst Fischer.



07



10



13



14

Fotos: Alois Müller
und Svea Pietschmann

Der DEHOGA für die Branche

Gemeinsam mehr erreichen

Auf den Delegiertenversammlungen des DEHOGA Bundesverbandes am 22. November 2010 im Hotel InterContinental in Berlin sowie am 7. und 8. November 2011 im Erfurter Kaisersaal wurden die Voraussetzungen für eine weiterhin erfolgreiche Verbandsarbeit geschaffen. Neben einem intensiven Austausch zu den Brennpunkten der Branche und diversen Beschlüssen, wie beispielsweise zur Hygiene-Ampel, zur Bettensteuer oder zum Mindestlohn, stand bei beiden Delegiertenversammlungen das Thema Mehrwertsteuerreduzierung für das gesamte Gastgewerbe ganz oben auf der Agenda.



Spricht in seiner Rede über die Bedeutung von Gastronomie und Hotellerie für den Deutschlandtourismus: Ernst Burgbacher, Parlamentarischer Staatssekretär beim Bundesminister für Wirtschaft und Technologie.



Diskutieren auf der DEHOGA-Delegiertenversammlung 2011 beim Forum „Fachkräftesicherung – Fit für die Zukunft“: Olaf Hagen, Abteilungsleiter Human Resources Brand Management, Accor Deutschland, Armin Schumann, Inhaber Restaurant Luisenhof in Dresden, Eva Rühle, Vorsitzende des Bundesausschusses für Berufsbildung im DEHOGA, Moderatorin Sandra Warden, Geschäftsführerin DEHOGA Bundesverband, Andrea Luger, Inhaberin Landhotel Gasthof Frankengold in Oberfranken, sowie André Nickel, Fachvermittlung für Hotel- und Gaststättenpersonal Suhl (v.l.).



Sorgen mit ihren Grußworten für einen stimmigen Abend bei der Delegiertenversammlung 2011: Jürgen Staschewski, Staatssekretär im Thüringer Wirtschaftsministerium, Gudrun Münnich, Präsidentin des DEHOGA Thüringen, Marion Walsmann, Ministerin für Bundes- und Europaangelegenheiten des Freistaates Thüringen und Chefin der Staatskanzlei, sowie Ernst Fischer, Präsident des DEHOGA Bundesverbandes (v.l.).

Der Große Vorstand des DEHOGA Bundesverbandes tagte am 4./5. April 2011 in Potsdam und am 12./13. September 2011 in Würzburg. Im Zentrum der Diskussionen standen neben der Mehrwertsteuer die Themen Bettensteuer, Hygiene-ampel sowie die Satzungsreform.

Anuga 2011

Vom 9. bis zum 13. Oktober hielt die Anuga 2011, die in den Kölner Messehallen stattfand, einzigartige Ideen und wichtige Impulse bereit und erwies sich einmal mehr als Trendbarometer der F&B-Welt. Die unangefochtene Leitmesse der Ernährungsmittelindustrie erfreute sich größter Beliebtheit bei den gastgewerblichen Unternehmern.

Der Gemeinschaftsstand des DEHOGA Bundesverbandes, des DEHOGA NRW, der Koelnmesse und METRO Cash & Carry auf der Anuga 2011 war auch in diesem Jahr wieder die anregende Kommunikations- und Informationsplattform der gesamten Branche. Auf seinem Stand bot der DEHOGA den passenden Rahmen für interes-



Der DEHOGA Marktplatz Gastronomie auf der Anuga in Köln 2011: Kommunikations- und Informationsplattform für die gesamte Branche.

sante Gespräche, einen Überblick über das vielfältige Dienstleistungsangebot und ein unterhaltsames Infotainmentprogramm mit wertvollem fachlichem Input. Die Gäste des Marktplatzes Gastronomie konnten sich neben einem aktuel-



Innenansicht des DEHOGA Marktplatzes Gastronomie.



01



02



03



04

01 Hoher Besuch auf dem DEHOGA-Stand: Katharina C. Hamma, Geschäftsführerin Koelnmesse, Dr. Stephan Rüschen, Geschäftsführer METRO Cash & Carry, Ingrid Hartges, Hauptgeschäftsführerin DEHOGA Bundesverband, Ilse Aigner, Bundesministerin für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, John Rix, Vorsitzender der Geschäftsführung METRO Cash & Carry, und Rolf Dieffendahl, Präsident des DEHOGA Nordrhein (v.l.).

02 Der Parlamentarische Staatssekretär im Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz Peter Bleser (r.) informiert sich bei seinem offiziellen Messerundgang über die Arbeit des Verbandes. Hier mit Ingrid Hartges, DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin, Klaus Hübenthal, Hauptgeschäftsführer DEHOGA NRW, Wolfgang Kirchner, Projektleiter Messe METRO Cash & Carry, und Olaf Offers, Präsident DEHOGA NRW (v.l.).

03 Stehen den Besuchern des Marktplatzes Gastronomie Rede und Antwort: INTERHOGA-Geschäftsführer Marc Schnerr (l.), DEHOGA-Geschäftsführer Jürgen Benad sowie Claudia Schneider vom Bundesverband.

04 Für die Branche auf der Anuga 2011 im Einsatz: Pressesprecherin des DEHOGA Bundesverbandes Stefanie Heckel (M.) und Pressesprecher des DEHOGA NRW Thorsten Hellwig.

len Marktüberblick, Informationen über Service-lösungen des Verbandes sowie Rat von Experten zu allen Brennpunkthemen der Branche über ein attraktives Rahmenprogramm freuen. Drei Mal täglich verwandelte der Sternekoch Armin Langer den DEHOGA Marktplatz Gastronomie in eine wahre Ideenküche rund um das Trendthema Fisch. Neben den Kochshows, den fachlichen Beratungen und der Verlosung hochwertiger Hotel- und METRO-Gutscheine fanden die neuen DEHOGA-Broschüren „Kleine Gäste ganz groß – So punkten Sie bei Kindern und Eltern“ sowie „Gute Gastgeber für Allergiker“ großen Anklang bei den Gästen.

Doch die weltweit größte und wichtigste Messe für die internationale Lebensmittelwirtschaft bot nicht nur innovative Aussteller und neue Produkte und Konzepte, sie überzeugte auch mit einem breit gefächerten Rahmenprogramm. So fand am Dienstag, dem 11. Oktober 2011, das 21. Forum Systemgastronomie des Initiativkreises Gastgewerbe im DEHOGA statt (*mehr dazu im Kapitel 6.1*).

Deutsche Jugendmeisterschaften

Vom 28. bis zum 31. Oktober 2011 trafen sich die besten Nachwuchskräfte der Branche bei den Deutschen Jugendmeisterschaften in den gastgewerblichen Ausbildungsberufen im Steigenberger Grandhotel in Königswinter. Die Spitzen-Auszubildenden aus allen Bundesländern traten an, um sich in Disziplinen wie Kochen, Servieren, Garnieren, Flambieren oder Gästebetreuung zu messen (*mehr dazu im Kapitel 2.4*).

Der DEHOGA als wertvoller Dienstleister der Branche und wichtiger Initiator

Zu den Aufgaben des DEHOGA gehören unternehmensbezogene Dienstleistungen ebenso wie Initiativen für die Branche und Imagebroschüren, um das Ansehen von Gastronomie und Hotellerie zu fördern.

Kleine Gäste ganz groß

Kleine Gäste ganz groß – unter diesem Motto steht die brandneue Broschüre „Kleine Gäste ganz groß – So punkten Sie bei Kindern und Eltern!“ des DEHOGA Bundesverbandes, die auf der Anuga 2011 erstmals der Öffentlichkeit vorgestellt wurde. Sie gibt darüber Aufschluss, was familienfreundliche Gastronomie dem Unternehmer eigentlich bringt, welche Angebote Familien glücklich machen und warum es richtig ist, in Kinderfreundlichkeit zu investieren. Neben wertvollen Anregungen für die gezielte Ansprache von Kindern und ihren Eltern macht die Broschüre zudem deutlich, wie sich bereits mit vergleichsweise geringem Aufwand die Wünsche der kleinen Gäste erfüllen lassen. Diese grundlegenden Ideen werden ergänzt durch kindgerechte Rezeptideen, Vorschläge für die Gestaltung von Kinder-Speisekarten, Statements von Eltern sowie eine Checkliste, mit der Unternehmer ihrem Betrieb in Sachen Kinder- und Familienfreundlichkeit auf den Zahn fühlen können. Die Broschüre ist für alle DEHOGA-Mitglieder kostenfrei.





METRO-Geschäftsführer Jan Gerlach (l.), DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges und Sternekoch Armin Langer präsentieren der Öffentlichkeit die neuen Broschüren zur Kinderfreundlichkeit.

Gute Gastgeber für Allergiker

Mit der aktualisierten und ergänzten Neuauflage der Broschüre „Gute Gastgeber für Allergiker“ leistet der DEHOGA Bundesverband zusammen mit dem Deutschen Allergie- und Asthmabund seinen Beitrag dazu, dass sich auch Gäste mit Allergien in Restaurants und Hotels in Deutschland wohlfühlen und unbeschwert genießen können. Die Broschüre nennt die häufigsten Allergieauslöser, zeigt die verschiedenen Problemfelder auf und gibt praxisnahe Empfehlungen im Umgang mit Allergikern. Durch die Broschüre „Gute Gastgeber für Allergiker“ erhalten Unternehmer wie auch Mitarbeiter einen umfangreichen, verständlichen und hilfreichen Leitfaden. Ein Handbuch, das in keinem Betrieb fehlen sollte, damit ein Restaurantbesuch oder Hotelaufenthalt auch für Gäste mit Allergien Freude und Genuss ist. Für DEHOGA-Mitglieder ist auch diese Broschüre kostenfrei.





DEHOGA-Maßnahmenplan zur Fach- und Arbeitskräftesicherung

Die Sicherung des Fach- und Arbeitskräftebedarfs ist für das arbeitsintensive Gastgewerbe eine der größten Aufgaben der kommenden Jahre. Der DEHOGA bekennt sich voll und ganz seiner Aufgabe, die Unternehmen der Gastronomie und Hotellerie bei diesem Zukunftsthema zu unterstützen. Der „10-Punkte-Maßnahmenplan zur Fach- und Arbeitskräftesicherung“, der anlässlich der Delegiertenversammlung am 8. November 2011 in Erfurt präsentiert wurde, stellt die konkreten Maßnahmen des DEHOGA auf den verschiedenen Ebenen dar und definiert die Aufgaben und Prioritäten des Verbandes für die nächsten Jahre (*mehr dazu in Kapitel 2.3*).

DEHOGA Umweltcheck

Umwelt- und Klimaschutz haben in Gastronomie und Hotellerie naturgemäß eine hohe Bedeutung. Auch die Gäste, Privatreisende wie Firmenkunden, erwarten von den gastgewerblichen Betrieben umweltbewusstes und verantwortungsvolles Handeln. Mit dem DEHOGA Umweltcheck gibt es jetzt für die mittelständischen Hoteliers und Gastronomen eine praktikable und finanzierbare Lösung, ihr Umweltengagement der Öffentlichkeit gegenüber klar und transparent darzustellen (*mehr dazu im Kapitel 2.7*).

DEHOGA Umweltcheck

Förderung der regionalen Küche

Heimisches Wildbret – eine fettarme Alternative mit nachvollziehbarer Herkunft, kurzen Handelswegen und dazu vorzüglich im Geschmack. Mit der bundesweiten Initiative „Wild auf Wild“ und einem einheitlichen Label lenkt der Deutsche

Jagdschutz-Verband (DJV) unterstützt durch den DEHOGA Bundesverband die Aufmerksamkeit der Verbraucher auf das Premiumprodukt Wildbret. Mit der Initiative sollen Betriebe motiviert werden, sich mit saisonalen und frischen Angeboten zu positionieren und ihrem Restaurant so ein deutlicheres Profil zu geben (*mehr dazu auf der Homepage www.wild-auf-wild.de*).



Darüber hinaus entwickeln die 17 Landes- und über 600 Orts-, Kreis- und Bezirksverbände des DEHOGA eine Vielzahl weiterer regionaler Initiativen wie etwa zur Nachwuchsförderung oder Marketingaktionen zur Förderung regionaler und saisonaler Gerichte und der einheimischen Spezialitätenküche (*mehr dazu im Kapitel 8*).

Geschmackstage 2011

Esskultur, Geschmackserlebnisse, regionale und saisonale Lebensmittel sowie deren handwerklicher Produktion und Verarbeitung – das waren die Kernthemen der Geschmackstage 2011. Die Initiative, die erstmalig 2008 durch das Bundes-



ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) initiiert wurde, soll Menschen aller Altersgruppen ermuntern, mit frischen Produkten zu kochen und Qualitätsprodukte aus handwerklicher Produktion für sich zu entdecken. Als offizieller Kooperationspartner der Geschmackstage 2011 stand der DEHOGA allen Interessierten unterstützend zur Seite und sorgte durch zahlreiche Veröffentlichungen für eine breite Außenwirkung.

Deutscher Nachhaltigkeitspreis 2011

Unter der Schirmherrschaft von Bundeskanzlerin Angela Merkel wurde die renommierte Auszeichnung „Deutscher Nachhaltigkeitspreis“ bereits zum vierten Mal vergeben. Unternehmen jeder Größe und Branche konnten sich als Ganzes oder mit besonders nachhaltigen Produkten und Initiativen bewerben. Gefragt waren Unternehmen, die den Herausforderungen nachhaltiger Entwicklung erfolgreich begegnen und dies zu ihrem Geschäftsmodell machen. Der DEHOGA Bundesverband unterstützt den Deutschen Nachhaltigkeitspreis durch eine vielfältige Öffentlichkeitsarbeit.



Fahrradfreundliche Gastronomie

Fahrradtourismus liegt im Trend. Laut Radreiseanalyse des Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Clubs (ADFC) haben 35 Millionen Deutsche im Jahr 2007 eine Radtour unternommen – eine große Chance für die fahrradfreundliche Gastronomie. Der ADFC und der DEHOGA Bundesverband haben Tipps für Ausflugs- und Gastbetriebe entwickelt, wie diese ihr Angebot für Rad fahrende Kunden stetig verbessern können. Tipps und Ideen für eine Radtour sowie ein Faltblatt mit Hinweisen für fahrradfreundliche Gastronomie erhalten Sie unter www.adfc.de.



Motorradfreundliche Hotel- und Gastronomiebetriebe

Der Motorradtourismus hat sich zu einem attraktiven Wachstumsmarkt entwickelt. Rund 2,6 Millionen ADAC-Mitglieder mit diesem Hobby sprechen für sich. Das Reiseland Deutschland bietet optimale Voraussetzungen, um sportliche Herausforderungen und ursprüngliche Natur zu erleben. Ob Urlaub, Kurzreise oder Wochenend-Trip – für eine attraktive Motorradtour kommt es aber nicht nur auf gute Straßen und reizvolle Landschaften an, sondern auch auf gastfreundliche Hotels und Restaurants, die wissen, was ein Biker braucht.



Um Motorradurlaubern eine verlässliche Orientierungshilfe zu bieten, unterstützt der DEHOGA Bundesverband die vom DEHOGA Bayern und dem ADAC in Bayern ins Leben gerufene Zertifizierung „Motorradfreundlicher Hotel- und Gastronomiebetrieb.“ Ziel ist es, Betriebe, die sich durch eine zielgruppengerichtete Ausstattung und entsprechende Serviceangebote – vom gesicherten Stellplatz bis zur Trockenmöglichkeit für nasse Monturen – besonders für Motorradfahrer eignen, auf den ersten Blick erkennbar zu machen.

WAS FINDEST DU NUR AUF JOBSTERNE.DE?



40.000 STULLEN



40.000 STOLLEN



INSGESAMT 40.000 STELLEN

DIE JOB-SUCHMASCHINE FÜR HOTELLERIE & GASTRONOMIE



Jobsterne ist die erste Job-Suchmaschine speziell für Hotellerie und Gastronomie. Wo auch immer in der Branche eine Stelle frei ist, Jobsterne sucht sie für dich und liefert dir insgesamt 40.000 Jobangebote auf einen Klick. Musstest du dich bislang durch x verschiedene Jobbörsen wühlen, brauchst du in Zukunft nur noch jobsterne.de und verpasst trotzdem kein Angebot.

POWERED BY  **AMRZ** Arbeitsmarkt- und Unternehmens-Zentrum

Die Arbeits- und Fachkräftesicherung – eine echte Zukunftsaufgabe der Branche. Der DEHOGA Bundesverband unterstützt die Initiative der AHGZ: Jobsterne – Deutschlands Jobmarkt mit den meisten Stellenangeboten für Hotellerie und Gastronomie.

Systemgastronomie in Deutschland 2011

Im Berichtszeitraum ebenfalls neu aufgelegt wurde die Broschüre „Systemgastronomie in Deutschland 2011“, die die wichtigsten Fragen der Branche beantwortet: Was zeichnet die Systemgastronomie überhaupt aus? Welche Firmen bringen den wirtschaftlichen Erfolg? Welche Potenziale können ausgeschöpft werden und wo liegen die Probleme, Möglichkeiten und Chancen für Unternehmer, Mitarbeiter und Azubis?

Die Broschüre der Fachabteilung Systemgastronomie im DEHOGA Bundesverband gibt Aufschluss über die geschichtliche und wirtschaftliche Entwicklung, über die Ausbildungsleistung der Unternehmen sowie über Karrierechancen. Die Mitgliedsunternehmen lassen keine Frage offen und geben so einen umfassenden Überblick über die Branche mit System (mehr dazu im Kapitel 6.1).



Der DEHOGA im Spiegel der Medien

Erfolgreich die Themen der Branche platzieren und kommunizieren

Eine fundierte und effektive Pressearbeit ist in der heutigen Zeit unerlässlich für eine erfolgreiche Interessenvertretung. Durch mehr als 70 Pressemitteilungen wurden die Forderungen des DEHOGA in die Öffentlichkeit getragen und sorgten so für eine transparente Darstellung der dringenden Branchenanliegen. Der DEHOGA bedient sich darüber hinaus verschiedenster Instrumente, um den Bedürfnissen von Gastronomie und Hotellerie Gehör zu verschaffen. In zahlreichen Interviews, Statements und Hintergrundgesprächen klärten die Verbandsvertreter über die Brennpunktthemen des Gastgewerbes auf. Sie umfassten insbesondere folgende Bereiche:

- Analyse und Kommentierung der wirtschaftlichen Entwicklung der Branche
- Analyse und Positionierung zu Gesetzesinitiativen und öffentlichen Debatten – Schwerpunktthemen 2011: Mehrwertsteuer, Bettensteuer, Mindestlohn, Hygiene-Smileys, Rundfunk- und Urheberrecht und Ausbildung
- Informationen zu Initiativen, Produkten und Dienstleistungen des DEHOGA.



Klare Worte gegen einen gesetzlichen Mindestlohn findet Ingrid Hartges, DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin, am 1. November 2011 im ZDF-morgenmagazin.

Der DEHOGA konnte sich im Berichtszeitraum in Hunderten von Statements, Beiträgen und Interviews positionieren, die in Presse, Funk und Fernsehen veröffentlicht wurden. Besonders die Einlassungen zur Debatte um die Restaurant-Ampel, zu Mindestlöhnen und zur Mehrwertsteuer erzeugten den größten Niederschlag in regionalen wie überregionalen Medien. Aussagen zu Trends, Perspektiven, Marktstrategien und Informationen zur Deutschen Hotelklassifizierung sowie der Hotelstars Union fanden wie in den Vorjahren ein großes Echo in der Presselandschaft.



DEHOGA-Präsident Ernst Fischer stellt sich den Fragen der Presse auf der Jahrespressekonferenz 2011.



Erläutert die Position des DEHOGA zur Hygiene-Ampel: DEHOGA-Pressesprecherin Stefanie Heckel am 19. Mai 2011 für die ZDF-Sendung heute.



Presse auf der Messe: Die Journalisten verfolgen mit großer Aufmerksamkeit die Ausführungen von DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges (2.v.l.) und Dr. Stephan Rüschen, Geschäftsführer METRO Cash & Carry, zur gemeinsamen Initiative „Kinderfreundliche Gastronomie“ beim Presse-Brunch am 9. Oktober 2011 auf der Anuga in Köln.

Am 25. Mai 2011 veranstaltete der DEHOGA Bundesverband seine Jahrespressekonferenz im Verbändehaus Handel-Dienstleistung-Tourismus in Berlin. Basierend auf den Ergebnissen des Branchenberichts „Gastgewerbe Winter 2010/11 – Ausblick Sommer 2011“, der an diesem Tag der Öffentlichkeit vorgestellt wurde, erläuterte der Verband die Lage und Stimmung in der Branche und formulierte seine Erwartungen an die Politik.

DEHOGA-Präsident Ernst Fischer und Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges forderten die Politik auf, den Aufschwung im Gastgewerbe nicht abzuwürgen, sondern mit den richtigen Maßnahmen zu stabilisieren und zu fördern. In ihren Ausführungen ging die DEHOGA-Verbandsspitze auf die Brennpunkthemen der Branche wie Mehrwertsteuer, Bettensteuer und Hygiene-Ampel ein. Dabei machten sie unter anderem deutlich, dass Hygiene in den Betrieben des Gastgewerbes oberste Priorität genieße und unterstrichen die Unverhältnismäßigkeit des geplanten Systems einer Restaurant-Ampel. Als standorttreue Branche käme es insbesondere auf die Rahmenbedingungen in Deutschland an.



Das Gastgewerbe kann sein Potenzial nur entfalten, wenn die Rahmenbedingungen stimmen. Was die Branche darunter versteht, erklären DEHOGA-Präsident Ernst Fischer und DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges auf der Jahrespressekonferenz des Verbandes am 25. Mai 2011 in Berlin.



Haben ein starkes Interesse an den Themen von Gastronomie und Hotellerie: Die Pressevertreter bei der Jahrespressekonferenz im Verbändehaus Handel-Dienstleistung-Tourismus.

Potenziale erkennen, neue Medien nutzen

Eines der wichtigsten Instrumente der DEHOGA-Öffentlichkeitsarbeit ist der Internetauftritt www.dehoga.de. Auf zahlreichen Unterseiten stehen dem Nutzer Hintergrundinformationen zu allen politischen Themen des Verbandes zur Verfügung, können Pressemitteilungen, Daten, Fakten, Veranstaltungshinweise sowie alles Wissenswerte über Hotellerie und Gastronomie abgerufen werden. Mit weit über 30.000 Besuchern im Monat ist die Website des Bundesverbandes eine zentrale Säule der verbandseigenen Präsentation. Ein weiterer Bestandteil der Internetseite, der in den letzten Jahren stetig an Beliebtheit gewinnt, ist die DEHOGA-Mediathek. Aktuelle Bilder-Galerien und Videomitschnitte der vergangenen Events vermitteln dem Nutzer einen Eindruck über die Veranstaltungen des DEHOGA und laden zum Stöbern ein. Mehr als 60.000 Besucher nutz-



Die Branche im Fokus der Medien. Hier bei der Delegiertenversammlung 7./8. November 2011 in Erfurter Kaisersaal.

ten im Berichtszeitraum diesen medialen Service des Verbandes.

Vorsprung durch Wissen

Von November 2010 bis November 2011 veröffentlichte der Verband 41 DEHOGA compact-Newsletter. Der kostenlose, ein- bis zweiwöchentlich erscheinende Informationsdienst berichtet über Gesetzesinitiativen, Gesetzesänderungen und deren Auswirkungen auf die betriebliche Praxis, informiert über aktuelle Initiativen und Aktionen des DEHOGA, gibt unternehmensbezogene Hilfestellungen an die Hand und hält Wissenswertes rund um das Gastgewerbe bereit.



www.dehoga.de



www.dehoga-mediathek.de



2.



Top-Themen der Branche 2011



Auf den folgenden Seiten stellt der DEHOGA Bundesverband die Top-Themen der Branche in den letzten zwölf Monaten vor, informiert über die Initiativen und die Erfolge des Verbandes und erklärt die Ziele der Gastronomen und Hoteliers.

Im Fokus der Arbeit des DEHOGA Bundesverbandes stehen dabei die Handlungsfelder

- Mehrwertsteuer und Bettensteuern
- Recht und Steuern
- Fach- und Arbeitskräftesicherung
- Berufsaus- und -weiterbildung
- Arbeitsmarkt- und Tarifpolitik
- Lebensmittelhygiene und -kennzeichnung
- Umweltschutz und Nachhaltigkeit
- sowie Urheberrecht und Rundfunkgebühren.

Mehrwertsteuer und Bettensteuern

Mehrwertsteuer Hotellerie

Hoteliere investieren kräftig weiter und stellen neue Mitarbeiter ein

Die zum 1. Januar 2010 im Rahmen des Wachstumsbeschleunigungsgesetzes in Kraft getretene Mehrwertsteuersenkung für Übernachtungen hat einen gewaltigen Investitionsschub freigesetzt. Trotz der massiven und zum Teil sehr unsachlichen Kritik und der immer wieder aufkommenen Diskussion um Rücknahme der Maßnahme halten die Hoteliere Wort. In den letzten Monaten

haben sie Tausende neue Arbeitsplätze geschaffen und Hunderte Millionen Euro in Neuanschaffungen, Renovierungen, An- und Umbauten investiert. Das regionale Handwerk und die Zulieferindustrie, Gäste und Mitarbeiter profitieren von der Mehrwertsteuersenkung. Die amtlichen Statistiken wie verschiedene Untersuchungen und Umfragen beweisen zudem, dass die Hoteliere die finanziellen Spielräume nicht nur für Investitionen nutzen, sondern auch für Neueinstellungen:

- Laut der Bundesagentur für Arbeit gab es zum Jahresende 2010 in den deutschen Beherbergungsbetrieben mehr als 7.000 mehr sozialversicherungspflichtig Beschäftigte als ein Jahr zuvor. Damit stieg die Zahl der Beschäftigten in der Hotellerie um fast drei Prozent, während der Zuwachs in der Gesamtwirtschaft nur knapp zwei Prozent betrug.
- Die Zahl der offenen Stellen im Beherbergungsgewerbe lag im September 2011 19 Prozent über dem Vorjahreswert von 7.448, so die Bundesagentur für Arbeit.
- Nach einer bundesweiten Umfrage des DEHOGA Bundesverbandes haben bis zum 28. Februar 2011 4.924 Gasthöfe, Pensionen und Hotels ihre individuellen Investitionsmaßnahmen offen gelegt. Die Addition der dem Verband angegebenen Maßnahmen und Summen ergibt folgendes Ergebnis: 88,8 Prozent der befragten Betriebe haben in Folge der Mehrwertsteuersenkung Investitionsmaßnahmen durchgeführt. 858,9 Millionen Euro geben die Betriebe für Neuanschaffungen, Renovierungen und Modernisierungen aus.
- Nach einer von der Tourismusfakultät der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften in Salzgitter durchgeführten Untersuchung haben in Niedersachsen mehr als 85 Prozent der Betriebe die Mehrwertsteuersenkung schon im Jahr 2010 für Investitionen



genutzt. Durchschnittlich wurden 261.000 Euro pro Hotel investiert, wobei die Spannweite der Investitionssummen von wenigen Tausend Euro bis weit über eine Million Euro reicht. Daraus ergibt sich allein bei den 780 befragten Hotels ein Investitionsimpuls von über 200 Millionen Euro für das Jahr 2010.

- Nach einer Umfrage des DEHOGA Baden-Württemberg waren im Jahr 2010 236 Millionen Euro Investitionen in Baden-Württemberg als Folge der Steuersenkung belegbar. Das bedeutet annähernd eine Verdopplung des Investitionsvolumens gegenüber „Normaljahren“, in denen die baden-württembergische Hotellerie nach Zahlen des Statistischen Landesamtes (2003 bis 2008) jeweils zwischen 118 und 125 Millionen Euro investiert hat. Die Investitionen der Hotellerie kamen zum größten Teil örtlichen Handwerksbetrieben und Zulieferern zugute.



Entscheidung für den Tourismusstandort Deutschland

Die Mehrwertsteuersenkung hat das Preis-Leistungs-Verhältnis der Hotels in Deutschland weiter verbessert und damit die Wettbewerbsfähigkeit einer internationalen Branche gestärkt. Die Häuser in Deutschland stehen in einem harten globalen Wettbewerb. Bereits seit den Neunzigerjahren haben sich Politiker aus allen Parteien und auf allen Ebenen aus Wettbewerbsgründen und zur Stärkung des Deutschlandtourismus für die Einführung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes für das Gastgewerbe ausgesprochen. Die Mehrwertsteuersenkung zum 1. Januar 2010 sorgte für die längst überfällige Steuergerechtigkeit in Europa.

Anzahl sozialversicherungspflichtig Beschäftigter

am 31.12.2010 im Vergleich zum Vorjahr

	Insgesamt	Veränderung ggü. Vorjahr	Zunahme absolut
Beherbergung	251.968	2,89 %	7.085
Hotels, Gasthöfe u. Pensionen	229.638	2,88 %	6.425
Ferienunterkünfte u.ä. Beherbergungsstätten	16.865	2,92 %	478
Campingplätze	2.581	4,11 %	102
Sonst. Beherbergungsstätten	2.884	2,85 %	80
Gastgewerbe gesamt	822.209	1,91 %	15.379
Wirtschaft gesamt	28.033.420	1,99 %	545.872

Quelle: Statistisches Bundesamt

Investitionen im Beherbergungsgewerbe Baden-Württembergs



In 24 von 27 Mitgliedstaaten der Europäischen Union gelten zum Teil seit vielen Jahren reduzierte Sätze für Übernachtungen. Alle Anrainerstaaten mit Ausnahme Dänemarks – hier gilt ein grundlegend anderes Steuer- und Abgabensystem – wenden teilweise seit Jahrzehnten den Niedrigsteuersatz für ihre Hotels an. Entlang der deutschen Grenze waren das 3.700 Kilometer Ungleichbehandlung. Alle touristischen Mitbewerber Deutschlands gewähren ihrer Hotellerie reduzierte Mehrwertsteuersätze: Schweiz (3,8 Prozent), Österreich (10 Prozent), Portugal (6 Prozent), Frankreich (5,5 Prozent), Spanien (8 Prozent) oder Niederlande (6 Prozent) – um nur einige zu nennen. Der reduzierte Mehrwertsteuersatz ist nicht die Ausnahme, sondern die Regel. Die Mehrwertsteuersenkung für Übernachtungen ist und bleibt eine Entscheidung für den Tourismusstandort Deutschland.

Betriebe brauchen Vertrauensschutz und Planungssicherheit

Mit fast 370.000 Beschäftigten ist die Hotellerie eine besonders beschäftigungsintensive Branche. Die Hoteliers verlagern ihre Betriebe nicht ins

Ausland, sichern und schaffen in Deutschland Arbeitsplätze und zahlen hier ihre Steuern. Das Beherbergungsgewerbe in Deutschland ist nicht nur mittelständisch, sondern weitgehend kleinbetrieblich strukturiert. Zwei Drittel der Betriebe bieten weniger als 20 Zimmer an. Gerade einmal knapp vier Prozent aller Betriebe haben 100 und mehr Zimmer. Von den 37.000 Hotels, Gasthöfen und Pensionen machen 15.800 weniger als 100.000 Euro Umsatz im Jahr. 84 Prozent der Hotels bleiben unter 500.000 Euro. 1.340 Betriebe gehören zu den TOP 50 Hotelgesellschaften. Dies entspricht lediglich 3,6 Prozent aller Hotelbetriebe.



Die Homepage der Lindner Hotels AG informiert über die guten Gründe der Mehrwertsteuersenkung und die positiven Folgen. Quelle: www.lindner.de (Stand: November 2010)

Die Verteidigung der Mehrwertsteuersenkung war für die Hotellerie das beherrschende Thema 2011. In Pressekonferenzen, in Statements und Pressemitteilungen, auf Veranstaltungen, in Reden oder Schreiben an die Abgeordneten vor Ort als auch an die Bundespolitik haben der DEHOGA und seine Mitgliedsbetriebe die Gründe für die Mehrwertsteuersenkung erklärt und die dringend benötigten Impulse für die Branche aufgezeigt.

Der DEHOGA Bundesverband hat dafür Informations- und Kommunikationsmaterial erarbeitet – Argumentationspapiere, Flyer, Musterschrei-

ben, Musterpräsentationen und Gästeinformationen – und dieses der Politik, der Presse als auch den Hoteliers zur Weiterverwendung zur Verfügung gestellt. Der DEHOGA dankt allen Unternehmern, die in den vergangenen Monaten gegenüber Journalisten, Politikern und vor allem ihren Gästen erklärt haben, wie sie die Mehrwertsteuersenkung nutzen.

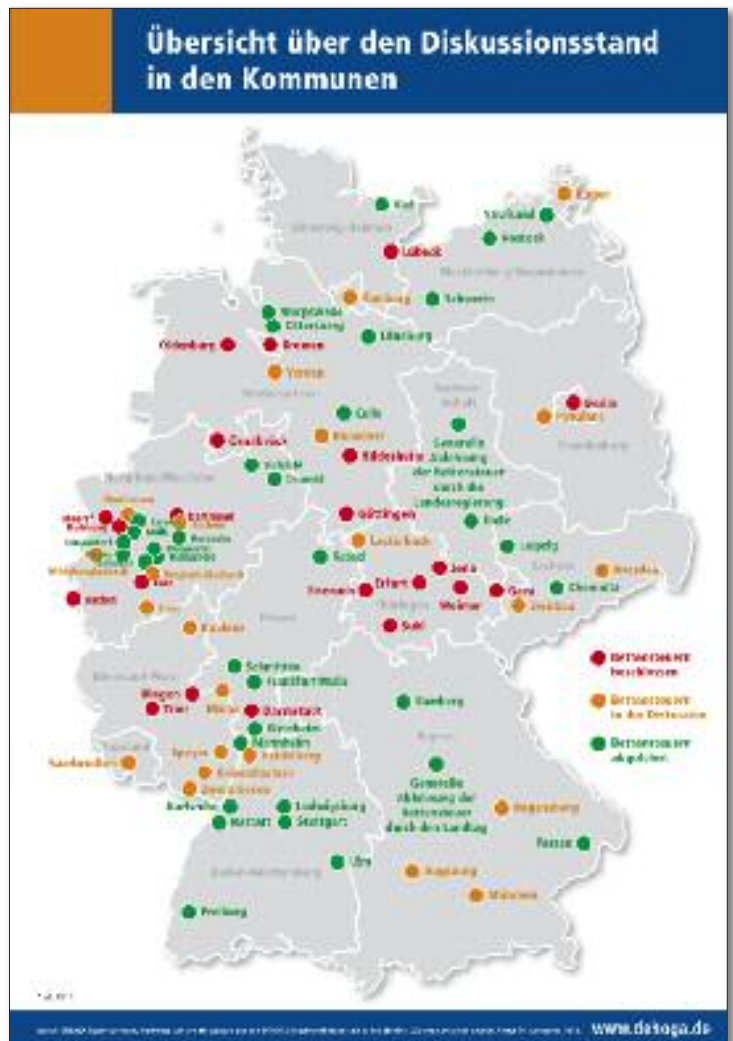
Insbesondere auch vor diesem Hintergrund kritisiert der DEHOGA aufs Schärfste, dass die Mehrwertsteuersenkung immer wieder, auch von Vertretern der Regierungskoalition, in Frage gestellt wird. Denn eines ist klar: Die vor allem kleinen und mittelständischen Unternehmer benötigen Vertrauensschutz und Planungssicherheit. Nur dann werden sie weiter investieren und Mitarbeiter einstellen. Der DEHOGA und seine Mitglieder werden nicht nachlassen, aufzuzeigen, welche positiven Effekte die Mehrwertsteuersenkung für die Branche und die einzelnen Betriebe ausgelöst hat.

Bettensteuern verhindern Wachstum und sind verfassungswidrig

Mit großer Sorge verfolgt der DEHOGA das Ausbreiten kommunaler Bettensteuern. Auf der Suche nach Möglichkeiten die leere Stadtkasse zu füllen, wird die Einführung von Bettensteuern zum Ende des Jahres 2011 in mehr als 50 Kommunen diskutiert. Gut 20 Kommunen haben die neue Abgabe, die auch als Kultur- oder Tourismusförderabgabe bzw. City Tax bezeichnet wird, bereits beschlossen. Von jedem Übernachtungsgast soll von den Hotels ein bestimmter Prozentsatz vom Zimmerpreis oder ein fester Betrag an die Stadt abgeführt werden. Die Begründung der Stadtkämmerer, die Bettensteuer solle die Steuerausfälle, die aus der Mehrwertsteuersenkung für Übernachtungen resultieren, kompensieren, kann nicht stehen gelassen werden. Die finanziellen Erwartungen der Kommunalpolitiker an die Einnahmen aus der Bettensteuer, liegen weit über den tatsächlichen Steuerausfällen. So hofft die

Bettensteuer-Vorreiter-Stadt Köln mit der neuen Abgabe rund 20 Millionen Euro jährlich einzunehmen, während die Verluste aus der Mehrwertsteuersenkung nachweislich nur 400.000 Euro pro Jahr betragen.

Es darf nicht sein, dass die Hotellerie zur kommunalen Melkkuh wird. Bettensteuern konterkarieren alle Investitionsbemühungen der heimischen Hotellerie und stehen im krassen Widerspruch zum vom Bund und Ländern beschlossenen Wachstumsbeschleunigungsgesetz. Sie schaden in erheblichem Maße dem lokalen Tourismus, weil Tagungen und Übernachtungen von Ge-





schäftsreisenden in Nachbarstädte verlagert werden, die keine derartigen Abgaben erheben. Das haben einige Städte erkannt und ihre Bettensteuer-Pläne auch mit Blick auf die rechtlichen Bedenken ad acta. Der DEHOGA wehrt sich gegen die politische Wegelagerung mit allen politischen und juristischen Mitteln. Denn Bettensteuern sind kontraproduktiv, unverhältnismäßig, ungerecht, bürokratisch und schlichtweg verfassungswidrig, wie mehrere Rechtsgutachten darstellen (vgl. dazu auch Kapitel 2.2).

Mehrwertsteuer Gastronomie

Widersprüche beseitigen

Die vielen positiven Effekte eines reduzierten Mehrwertsteuersatzes, wie er in der Hälfte der EU-Mitgliedsstaaten Realität ist, wären auch in der Gastronomie möglich. Der DEHOGA weist auf die immensen Widersprüche bei der Besteuerung von Speisen hin, die heute niemand mehr bestreiten kann. Wie ist zu erklären, dass die Tütensuppe beim Discounter mit sieben Prozent steuerlich begünstigt wird, während für die frisch zubereitete Kürbiskernsuppe in einem Restaurant satte 19 Prozent fällig werden? Wie kann es sein, dass Hundefutter mit sieben Prozent gefördert wird, während der Fiskus beim Schulessen der Kinder 19 Prozent Mehrwertsteuer verlangt?

Selbst für ein und dasselbe Essen gibt es unterschiedliche Mehrwertsteuersätze. So wird die freundlich servierte und im Sitzen verzehrte Currywurst mit 19 Prozent belastet, während für die am Ablagebrett der Imbissbude gegessene Wurst nur sieben Prozent fällig werden. Und auch wenn Tische und Sitzgelegenheiten vorgehalten und genutzt werden, können in bestimmten Fällen – so zum Beispiel in Kinos und Fußballstadien – die Umsätze eines Imbissstandes dem reduzierten Mehrwertsteuersatz unterliegen. Diese jüngsten Entscheidungen des Europäischen Gerichtshofes und des Bundesfinanzhofs im Frühjahr bzw. Herbst des Jahres 2011 haben einmal mehr deutlich gemacht, wie widersprüchlich und unsystematisch das Mehrwertsteuersystem in Deutschland ist.



13 EU-Länder wenden den reduzierten Mehrwertsteuersatz für die Gastronomie an. Stand: November 2011

Schluss mit den Wettbewerbsverzerrungen

Nur ein einheitlicher, reduzierter Mehrwertsteuersatz für alle Speiseumsätze – unabhängig von der Art der Zubereitung und des Ortes des Verzehrs – wäre logisch, fair und praktikabel. Dabei fordert der DEHOGA nichts Unredliches und keine Privilegierung, sondern Chancengleichheit mit den Bäckern, Metzgern und dem Lebensmitteleinzelhandel.

Es geht um eine gerechte Mehrwertsteuer für eine unglaublich arbeitsintensive Dienstleistungsbranche. Schließlich kommen in der Gastronomie auf den gleichen Umsatz sechs Mal mehr Beschäftigte als im Lebensmitteleinzelhandel.

Die unterschiedliche Behandlung von Speiseliieferungen im Vergleich zu Restaurationsleistungen ist weder vermittelbar noch zeitgemäß. Das gilt nicht zuletzt vor dem Hintergrund, dass mittlerweile auch Bäcker, Metzger und der Lebensmitteleinzelhandel umfangreiche gastronomische oder gastronomieähnliche Leistungen anbieten.



19 EU-Länder wenden den reduzierten Mehrwertsteuersatz für Lebensmittel an. Stand: November 2011

Immer mehr Menschen können nicht zu Hause essen, weil sie berufstätig sind. Immer mehr Schüler sind durch Ganztagschulen und -betreuung auf Schulverpflegung angewiesen. Zudem sind Restaurants und Wirtshäuser gerade in unserer schnelllebigen Zeit ein wichtiger Ort, wo man abschalten, Freunde treffen und am gesellschaftlichen Leben teilhaben kann. Sie sind Wohlfühlorte, wichtige Kommunikationsplätze, öffentliche Wohnzimmer. Viele Dörfer beklagen das Fehlen einer Gaststätte. Restaurants und Cafés, Imbisse und (Schul-) Kantinen werden zum Frühstück, Mittagessen und Abendessen immer häufiger angesteuert, um das Grundbedürfnis „Essen“ zu befriedigen.

Esskultur und Genuss fördern

Die Besteuerung dieses Grundbedürfnisses nun davon abhängig zu machen, wo und wie gegessen wird, passt nicht mehr in die heutige Zeit. Esskultur und Genuss leiden unter der Ungleich-

Steuerwirrwarr und unsinnige Abgrenzungen

Zahlreiche Beispiele belegen, wie unsinnig viele der vorhandenen Abgrenzungen sind. Doch damit nicht genug: Manche Steuerunterscheidungen im Hinblick auf Lebensmittel sind schlichtweg ungerecht, umweltfeindlich und wenig sozial.

Einen Auszug aus der Liste der Ungereimtheiten: Richtig, logisch, sinnvoll?

- Ist es richtig, dass die Tütensuppe mit 7 Prozent Umsatzsteuer belegt ist, und die frisch zubereitete Kürbiscrèmesuppe mit 19 Prozent besteuert wird?
- Ist es sinnvoll, dass das Stück Pizza, das im Gehen auf der Straße verzehrt wird, mit 7 Prozent Umsatzsteuer belegt ist, die Pizza im Restaurant jedoch mit 19 Prozent besteuert wird?
- Ist es logisch, dass ein Gastronom mit hohen Betriebs- und Personalkosten 19 Prozent Mehrwertsteuer abführen muss, der Einzelhändler, der nur ein Sechstel an Personal bei gleichem Umsatz benötigt, den reduzierten Mehrwertsteuersatz anwenden darf?
- Ist es sinnvoll, dass ein Partyservice, der Porzellangeschirr zur Verfügung stellt, mit 19 Prozent Mehrwertsteuer belegt wird, ein Partyservice, der Einweggeschirr benutzt, hingegen nur 7 Prozent Mehrwertsteuer zahlen muss?
- Ist es richtig, dass die Schulverpflegung mit 19 Prozent Mehrwertsteuer belegt ist – gerade vor dem Hintergrund, dass viele Eltern nicht bereit oder in der Lage sind, für eine vollständige, gesunde Mahlzeit ihrer Kinder mehr als zwei Euro brutto zu bezahlen?
- Ist es sozial gerecht, dass die Verpflegung in Seniorenheimen mit 19 Prozent Mehrwertsteuer belegt ist, Hundefutter aber nur mit 7 Prozent?

behandlung der Mehrwertsteuerbelastung. Eine gepflegte Mahlzeit im Restaurant darf gegenüber dem schnellen Imbiss oder dem Essen to go steuerrechtlich nicht schlechter gestellt werden. Den veränderten Lebensgewohnheiten muss auch die Steuergesetzgebung gerecht werden. Aus steuersystematischen Gründen und aus Gründen der Gleichbehandlung fordert der DEHOGA die Einführung eines einheitlichen Mehrwertsteuersatzes für Speisen, unabhängig vom Verzehrort und der Art der Zubereitung.

Dazu kommen die unbestrittenen Impulse für die Gesamtwirtschaft. In Frankreich, so aktuellste Ergebnisse, wurden binnen 24 Monaten nach Einführung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes für die Gastronomie in den Hotels und Restaurants fast 63.000 Stellen geschaffen. Erklärtes Ziel der Verbandsarbeit ist und bleibt deshalb der einheitlich reduzierte Mehrwertsteuersatz für Hotellerie und Gastronomie.

Recht und Steuern

Im Sinne seiner Unternehmer kämpft der DEHOGA für vernünftige rechtliche Rahmenbedingungen. Darüber hinaus ist ein faires und wachstumsfreundliches Steuerrecht Voraussetzung für wirtschaftliche Dynamik. Neben dem Branchenthema Nummer 1 Mehrwertsteuer standen für den DEHOGA im Berichtszeitraum die Themen Kommunale Bettensteuern, Melde-recht und Fiskalspeicher auf der Agenda ganz oben.

Bettensteuern: Der Weg durch die Instanzen

Nach Einführung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes mit Wirkung zum 1. Januar 2010 versuchen einige Kommunen, die Wirkungen des Wachstumsbeschleunigungsgesetzes zu konterkarieren, in dem sie sogenannte Bettensteuern eingeführt haben. Danach müssen Beherbergungsbetriebe entweder einen prozentualen Satz vom Übernachtungspreis oder einen fixen Euro-betrag als zusätzliche Kommunale Steuer an die Stadt abführen.

Nach Einholung eines verfassungsrechtlichen Gutachtens steht für den DEHOGA fest, dass diese kommunalen Steuern verfassungswidrig sind.

Bislang liegen von vier Gerichten erstinstanzliche Urteile vor. Das Verwaltungsgericht München hat geurteilt, dass die von der Stadt München erlassene Satzung zur Erhebung von Bettensteuern verfassungswidrig ist. Das Oberverwaltungsgericht Rheinland-Pfalz hat in zwei Urteilen die Bettensteuersatzungen der Städte Bingen und Trier für rechtmäßig erachtet. Die dagegen eingelegte Revision beim Bundesverwaltungsgericht wird vom DEHOGA Bundesverband, den DEHOGA-Landesverbänden und dem Hotelverband Deutschland (IHA) unterstützt und von der Kanzlei GleissLutz geführt. Mit einer Entscheidung des Bundesverwaltungsgerichts ist im kommenden Jahr zu rechnen.

Das Verwaltungsgericht Köln vertritt auch die Meinung, dass die Bettensteuersatzung rechtmäßig ist, nun wird zunächst das Oberverwaltungsgericht Münster die Sache in der nächsten Instanz verhandeln. Das Thüringer Oberverwaltungsgericht hat im einstweiligen Rechtsschutzverfahren den Städten Jena und Erfurt ein Abwarten bis zur Entscheidung im Hauptsacheverfahren aufgegeben und einstweiligen Rechtsschutz gegen die Bettensteuersatzungen abgelehnt.



Der DEHOGA wird gemeinsam mit den DEHOGA Landesverbänden und dem Hotelverband Deutschland (IHA) wenn notwendig bis zum Bundesverfassungsgericht gehen, um die Verfassungswidrigkeit der Bettensteuern feststellen zu lassen.

Fiskalspeicher: Aufbewahrung digitaler Unterlagen bei Bargeschäften

Bereits vor Jahren beschäftigte den DEHOGA ein Gesetzentwurf, nach dem in Registrierkassen sogenannte Fiskalspeicher zur Pflicht werden sollten. Der DEHOGA konnte die gesetzliche Einführung, die zu erheblichen Investitionen geführt hätte, erfolgreich abwehren.

Im vergangenen Jahr hat nun das Bundesministerium der Finanzen am 26. November 2010 per BMF-Schreiben Einzelheiten zur Aufbewahrung



digitaler Unterlagen, die im Zusammenhang mit Bargeschäften entstehen, bekannt gegeben. Auch wenn die vom Bundesfinanzministerium veröffentlichten Anforderungen an Aufbewahrungspflichten hinter den seinerzeit durch gesetzliche Regelungen definierten Anforderungen zurück bleiben, haben der DEHOGA sowie andere Wirtschaftsverbände massiv gegen die Einführung protestiert.

Die neuen Regelungen gelten für Geschäftsvorfälle, die bar abgewickelt werden und die mit Registrierkassen, Waagen mit Registrierkassenfunktion, Taxametern oder Wegstreckenzählern erfasst werden. Soweit die im Einsatz befindlichen Registrierkassen, die vom BMF im vorbenannten Schreiben verlangten Aufzeichnungen bauartbedingt nicht oder nicht vollständig erstellen, dürfen diese Geräte bis zum 31. Dezember 2016 weiterverwendet werden. Allerdings muss der Unternehmer technisch mögliche Softwareanpassungen und/oder Speichererweiterungen nutzen, um die gesetzlichen Anforderungen erfüllen zu können.

Nach dem BMF-Schreiben besteht bereits heute Handlungsbedarf. Die Unternehmer müssen, sofern ihre Registrierkasse aufrüstbar ist, entsprechende Aktualisierungen vornehmen. Allerdings ist zweifelhaft, ob es bereits Registrierkassen gibt, die alle notwendigen Voraussetzungen erfüllen, die das BMF-Schreiben nennt. Unterneh-

mer, die sich eine neue Registrierkasse anschaffen, sollten den Kassenhersteller auf diese Problematik unbedingt ansprechen.

Hotelmelderecht: Erleichterungen in Sicht

Die Bundesregierung hat am 31. August 2011 den vom Bundesministerium des Innern (BMI) vorgelegten Entwurf eines Gesetzes zur Fortentwicklung des Meldewesens beschlossen. Am 2. September 2011 wurde dieser Entwurf dem Bundesrat zugeleitet.

Bereits in der Entstehungsphase des Gesetzentwurfes haben sich der Hotelverband Deutschland (IHA) und der DEHOGA mit Stellungnahmen und auf Anhörungen intensiv in die Diskussion um die Regelung des speziellen Hotelmelderechts eingebracht.

Das künftige Melderecht wird weitgehende Erleichterungen für die Hotellerie bringen. Zuvorderst steht hier, dass der Meldeschein mit den Gästedaten vom Hotelvorausgefüllt werden kann. Der Gast hat dann diesen Meldeschein lediglich noch zu unterschreiben. Weiterhin wird die Aufbewahrungsfrist für die Meldescheine praxistauglicher ausgestaltet. Meldescheine müssen nach dem Willen des Gesetzgebers dann ein Jahr ab dem Anreisedatum aufbewahrt werden; danach hat der Hotelier drei Monate Zeit, die Scheine zu vernichten.

Allerdings wurden nicht alle Forderungen der Branche aufgenommen. Bis zuletzt hat sich das BMI dagegen gestellt, die Gesetzesgrundlage für einen komplett elektronischen Check-in zu schaffen. Ebenfalls wird die im Entwurf festgesetzte Befugnis der Länder kritisch gesehen, landesrechtlich Muster für den Meldeschein festsetzen zu dürfen. Nach Auffassung des Hotelverbandes Deutschland und des DEHOGA kann dies die Bemühungen der Bundesregierung, in diesem Bereich die Bürokratiekosten zusenken, massiv konterkarieren.

Fach- und Arbeitskräftesicherung

Die Sicherung des Fach- und Arbeitskräftebedarfs ist für das arbeitsintensive Gastgewerbe eine der größten Aufgaben der kommenden Jahre. Hotellerie und Gastronomie mit ihrem hohen Anteil dual ausgebildeter Fachkräfte, den besonderen Anforderungen an die Mitarbeiter, ihren vielen Kleinbetrieben und der oft angespannten Ertragslage stehen hier vor einer besonderen Herausforderung.

Die Branche muss zur Sicherung des zukünftigen Fach- und Arbeitskräftebedarfs mehr tun als bisher. Demografischer Wandel, konjunkturelle Entwicklungen und bildungspolitische Diskussionen machen deutlich: Der Wettbewerb wächst. Es ist mit Sicherheit zu erwarten, dass die Herausforderungen in den nächsten Jahren weiter zunehmen. Ausbildung und Qualifizierung haben dabei Priorität.

In erster Linie sind die Unternehmen gefordert. Wer, wenn nicht die Branche selbst, sollte die Azubis und Mitarbeiter begeistern, sie so qualifizieren, dass sie für die Anforderungen des Arbeitslebens gut gerüstet sind und Ihnen eine attraktive berufliche Perspektive bieten?

Der DEHOGA muss und kann es sich zur Aufgabe machen, diese Zukunftsaufgabe der Mitgliedsunternehmen zu unterstützen und Hilfestellung zu leisten. Vielfach hängt der Erfolg bei Mitarbeiter-

und Nachwuchsgewinnung und -bindung von politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ab. Hierzu hat der DEHOGA in seinen „Standpunkten“ Positionen und Forderungen formuliert. In der politischen Interessenvertretung, der Öffentlichkeitsarbeit und der Wahrnehmung der sozialpartnerschaftlichen Rolle trägt der DEHOGA als Branchen-, Wirtschafts- und Arbeitgeberverband das Seine bei.

Darüber hinaus hat der Große Vorstand des DEHOGA Bundesverbandes in seiner Sitzung am 12./13. September 2011 einstimmig einen 10-Punkte-Maßnahmenplan zur Fach- und Arbeitskräftesicherung beschlossen, der Prioritäten setzt und Verantwortlichkeiten definiert. In der aktuellen Publikation „Fit für die Zukunft“ sind die zehn wichtigsten Maßnahmen in vier Handlungsfeldern dargestellt. Wir analysieren jeweils die speziellen Herausforderungen für die Branche, definieren unsere mittel- und langfristigen Ziele und bekennen uns zu klaren Aufgaben – jeder an seiner Stelle.



Handlungsfeld Ausbildung	Handlungsfeld Mitarbeitervielfalt
1. Ausbildungsqualität sichern und verbessern <i>Ausbilder-Wegweiser, Ausbilderseminare, Dialog vor Ort</i>	6. Frauenpower demonstrieren <i>Familienfreundlichkeit, flexible Arbeitszeitmodelle und Führungsfrauen</i>
2. Eine starke Branche lebendig präsentieren <i>flächendeckendes, regionales Netzwerk von Ausbildungsverantwortlichen</i>	7. Potenziale Älterer in den Blick nehmen <i>Arbeitsgestaltung und Demografie-Instrumente</i>
3. Dem Nachwuchs im Netz begegnen <i>Webseiten für Nachwuchsmarketing und Social Media</i>	8. Freizügigkeit aktiv nutzen <i>Wissenstransfer und Branchenaktionen</i>
Handlungsfeld Weiterbildung und Karriere	Handlungsfeld Mitarbeitergewinnung und -bindung
4. Perspektiven entwickeln, Karrieren fördern <i>Erfolgsgeschichten und Durchstiegsmöglichkeiten</i>	9. Weichen in den Tarifverträgen stellen <i>Flächendeckendes Tarifgeschäft und Tarifstrategie</i>
5. Weiterbildungsangebot verstärken <i>Fortentwicklung von Weiterbildungen und eigenes Weiterbildungsangebot</i>	10. Handlungsmuster hinterfragen <i>Kein bloßes „Weiter so“</i>

Berufsaus- und -weiterbildung

Bundesausschuss für Berufsbildung

Für Bildungsthemen der Branche, insbesondere für die berufliche Aus- und Weiterbildung, ist im DEHOGA der Bundesausschuss für Berufsbildung zuständig.

Der BAB ist mit Sachverständigen aus den Regional- und Fachbereichen sowie vom DEHOGA-Präsidium delegierten Fachleuten besetzt und garantiert in dieser Zusammensetzung die branchenbezogene Erörterung und Aufbereitung der anfallenden Sachprobleme, um hierdurch den DEHOGA-Beschlussgremien die Entscheidung in oft schwierigen Sachfragen zu erleichtern. Vertreter des Verbands der Köche Deutschlands (VKD), des Verbands der Servier- und Restaurantmeister (VSR), der Gastronomischen Akademie Deutschlands (GAD), der Industrie- und Handelskammern und die Schulleiter der Hotelfachschulen in Berlin, Dortmund, Hamburg, Hannover, Heidelberg, Leipzig und Saarbrücken sowie der Dualen Hochschule Baden-Württemberg Ravensburg sind als ständige Gäste im Bundesausschuss für Berufsbildung vertreten.

Ziel der Arbeit des Bundesausschusses für Berufsbildung ist es, die einheitliche Meinungsbildung auf Bundesebene innerhalb des DEHOGA sowie mit anderen befreundeten Verbandsorganisationen zu Fragen der Berufsausbildung und -weiterbildung herbeizuführen. Im Jahr 2011



Nachwuchssicherung ist Zukunftssicherung: Dafür entwickelt der Bundesausschuss für Berufsbildung Strategien. Hier die Ausschussvorsitzende Eva Rühle (r.) zusammen mit der zuständigen DEHOGA-Geschäftsführerin Sandra Warden.

tagte der Bundesausschuss für Berufsbildung unter Leitung der Vorsitzenden Eva Rühle, Rehabilitationsklinik Schwäbische Alb, Bad Urach, am 9./10. Mai 2011 in Berlin und am 30. Oktober 2011 in Königswinter anlässlich der Deutschen Jugendmeisterschaften.

Der Vorstand wird komplettiert durch die stellvertretenden Vorsitzenden Ursula Blasius, Restaurant Ratsstube in Merzig, und Armin Schumann, Café Restaurant Luisenhof in Dresden.

Gastgewerblicher Ausbildungsmarkt

Im Ausbildungsjahr 2010 machte sich der Rückgang der Schulabgängerzahlen erneut deutlich bei den Ausbildungszahlen in den gastgewerbli-

Ausbildungsstellenmarkt der Bundesagentur für Arbeit

Ausbildungsjahr 2010/2011, Stichtag: 30. September 2011

Berufsgruppe (nach Berufsklassif. 2010)	Berufsausbildungsstellen				Bewerber für Berufsausbildungsstellen			
	gemeldet seit Beginn des Berichtsjahres		darunter unbesetzte Stellen		gemeldet seit Beginn des Berichtsjahres		darunter unversorgte Bewerber	
	Anzahl	Veränderung zum Vorjahr	Anzahl	Veränderung zum Vorjahr	Anzahl	Veränderung zum Vorjahr	Anzahl	Veränderung zum Vorjahr
293 Speisenzubereitung	18.461	+0,1%	2.040	+25,3%	12.069	-15,7%	269	-22,5%
632 Hotellerie	11.956	+0,1%	1.455	+20,8%	7.313	-9,7%	122	-12,9%
633 Gastronomie	18.258	+3,8%	2.728	+29,8%	6.796	-15,6%	157	-34,3%

Quelle: Bundesagentur für Arbeit

Entwicklung aller fortbestehenden und neu begonnenen gastgewerblichen Ausbildungsverhältnisse 2009 bis 2010

Beruf	2009	2010	Entwicklung 2009 zu 2010
Koch/Köchin	37.640	33.798	- 10,2%
Restaurantfachmann/-frau	14.172	12.183	- 14,0%
Hotelfachmann/-frau	29.067	27.060	- 6,9%
Hotelkaufmann/-frau	1.059	1.019	- 3,8%
Fachmann/-frau für Systemgastronomie	7.091	6.598	- 7,0%
Fachkraft im Gastgewerbe	7.014	6.229	- 11,2%
Summe	96.073	86.887	- 9,6%

DEHOGA-Statistik, Quelle: DIHK; Stand März 2011

Aktuelle Entwicklung der neu abgeschlossenen Ausbildungsverhältnisse nach Berufen 2009 bis 2010

Beruf	2009	2010	Entwicklung 2009 zu 2010
Koch/Köchin	14.828	14.026	- 5,4%
Restaurantfachmann/-frau	6.079	5.212	- 14,3%
Hotelfachmann/-frau	11.192	11.157	- 0,3%
Hotelkaufmann/-frau	418	423	1,2%
Fachmann/-frau für Systemgastronomie	2.821	2.543	- 9,9%
Fachkraft im Gastgewerbe	3.796	3.461	- 8,8%
Summe	39.134	36.822	- 5,9%

DEHOGA-Statistik, Quelle: DIHK; Stand März 2011

Entwicklung aller fortbestehenden und neu begonnenen gastgewerblichen Ausbildungsverhältnisse 1996 bis 2010

Jahr	Ausbildungsverhältnis	Entwicklung
1997	72.098	7,5 %
1998	78.057	8,3 %
1999	86.188	10,4 %
2000	90.645	5,2 %
2001	93.064	2,7 %
2002	91.968	- 1,2 %
2003	93.535	1,7 %
2004	97.126	3,8 %
2005	100.648	3,6 %
2006	105.042	4,4 %
2007	107.041	1,9 %
2008	103.578	- 3,2 %
2009	96.073	- 7,2 %
2010	86.887	- 9,6 %

DEHOGA-Statistik, Quelle: DIHK; Stand März 2011

Entwicklung der neu begonnenen gastgewerblichen Ausbildungsverhältnisse 1996 bis 2010

Jahr	Ausbildungsverhältnis	Entwicklung
1997	31.659	9,7 %
1998	34.617	9,3 %
1999	39.348	13,7 %
2000	40.036	1,7 %
2001	39.518	- 1,3 %
2002	38.503	- 2,6 %
2003	40.655	5,6 %
2004	42.655	4,9 %
2005	43.346	1,6 %
2006	45.598	5,2 %
2007	46.354	1,7 %
2008	43.073	- 7,1 %
2009	39.134	- 9,1 %
2010	36.822	- 5,9 %

DEHOGA-Statistik, Quelle: DIHK; Stand März 2011

chen Berufen bemerkbar. Zur demografischen Entwicklung kam eine weiter steigende Studienquote; auch wächst, bedingt durch die Konjunkturbelebung, in den Industriebranchen wieder das Interesse an Ausbildung. All dies führt dazu, dass Hotellerie und Gastronomie sich mit ihrem Werben um geeignete und motivierte Auszubildende in einem zunehmend schwierigen Wettbewerb befinden. Erkennbar ist das Bemühen der gastgewerblichen Unternehmen, im Interesse der zukünftigen Fachkräftesicherung durch weiter starkes Ausbildungsengagement dem Rückgang entgegenzuwirken. Nach wie vor stellen Hotellerie und Gastronomie rund sieben Prozent aller neuen Ausbildungsverträge in Deutschland und sind damit eine der wichtigsten Ausbildungsbranchen überhaupt. Fast 90.000 junge Menschen lernen einen der sechs gastgewerblichen Berufe. Dabei ist die vielfach in der Branche stattfindende Ausbildung in anderen anerkannten Ausbildungsberufen (z.B. Veranstaltungskaufmann/-frau, Kaufmann/-frau Tourismus und Freizeit, Büroberufe und andere) noch nicht mitgerechnet. Das Gastgewerbe trägt damit maßgeblich dazu bei, dass Schulabgängern und selbst den so genannten „Altbewerbern“ vielfältige und differenzierte Möglichkeiten des Einstiegs in ihr Berufsleben gemacht werden können. Die im europäischen Vergleich sehr geringe Jugendarbeitslosigkeit spricht eine klare Sprache für den Erfolg des dualen Systems.

Dennoch sank die Zahl der neu abgeschlossenen Ausbildungsverträge in den gastgewerblichen Ausbildungsberufen im Jahr 2010 um 5,9 Prozent. Wir verzeichnen damit im dritten Jahr in Folge ein Minus bei den Neuverträgen. Mit -14,3 Prozent den stärksten Rückgang gab es bei den Restaurantfachleuten, ebenfalls starke Rückgänge waren mit -9,9 Prozent bei den Fachleuten für Systemgastronomie zu verbuchen. Der Kochberuf liegt in der Beliebtheitskala mit rund 14.000 neu begonnenen Auszubildenden weiterhin auf Rang eins, gefolgt von den Hotelfachleuten mit über 11.000 Neuverträgen.



Der aktuelle Ausbildungsstellenmarkt der Bundesagentur für Arbeit für das Vermittlungsjahr 2010/2011 verzeichnet eine deutliche rückläufige Zahl von Ausbildungsplatzbewerbern in allen gastgewerblichen Bereichen. Dementsprechend ist die Zahl der gemeldeten und zum Stichtag noch nicht besetzten Ausbildungsplätze deutlich um ein Viertel im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. Über 6.000 Ausbildungsplätze in Speisenzubereitung, Hotellerie und Gastronomie waren Ende September 2011 noch frei. Die doppelten Abiturientenjahrgänge in Bayern und Niedersachsen 2011 sowie die Aussetzung der Wehrpflicht konnte das Gastgewerbe bisher nicht für sich nutzen.

Musterregelung Beikoch überarbeitet

Der Hauptausschuss des Bundesinstitutes für Berufsbildung hat Anfang Oktober 2011 einer überarbeiteten Musterregelung für Fachpraktiker/in Küche (Beikoch/Beiköchin) zugestimmt. Hierbei handelt es sich um eine Ausbildungsregelung für behinderte, insbesondere lernbehinderte Jugendliche. Jährlich gibt es rund 4.500 bis 5.000 Ausbildungsverträge in diesem Bereich. Der DEHOGA dankt insbesondere Siegbert Vierrether vom Kolling-Bildungswerk München und Oberbayern e.V., der den DEHOGA in diesem Verfahren vertreten hat.

Fort- und Weiterbildung

Fast 1.400 Teilnehmer haben im Jahr 2010 an einer IHK-Prüfung für eine gastgewerbliche Fortbildung teilgenommen. Die Fortbildungen:

- Küchenmeister/in
- Restaurantmeister/in
- Hotelmeister/in
- Fachwirt/in im Gastgewerbe
- Diätkoch/-köchin
- Barmeister
- Barmixer
- Weinkellner/in, Sommelier/-ière.

Überarbeitet und aktualisiert wurde in 2010/2011 die Musterregelung für Rechtsvorschriften der Industrie- und Handelskammern Geprüfter Diätkoch/Geprüfte Diätköchin. Der DEHOGA Bundesverband dankt insbesondere Christian Lunau, Euler-Hermes Kreditversicherungs-AG, Hamburg, der in diesem Verfahren den DEHOGA vertreten hat. Weiter wurde in diesem Jahr auf Initiative des DEHOGA die Aktualisierung der Musterregelung Fachwirt/in im Gastgewerbe sowie die Überführung in eine Bundesverordnung beim Bundesministerium für Bildung und Forschung beantragt. Das Verfahren wird in 2012 fortgeführt.

Auch die Hotelfachschulen melden überwiegend stabile oder steigende Schülerzahlen in der für die Branche besonders wichtigen Weiterbildung zum/zur staatlich geprüften Betriebswirt/in Fachrichtung Hotel- und Gaststättenwesen. Dazu kommen Zertifikate zahlreicher unterschiedlicher Weiterbildungsmaßnahmen privater Träger sowie eine wachsende Zahl akademischer Weiterbildungsgänge.

Deutsches Seminar für Tourismus

Der DEHOGA Bundesverband ist Gründungsmitglied des Deutschen Seminars für Tourismus (DSFT) Berlin e.V., gehört seinem Trägerverein an und engagiert sich im Kuratorium des DSFT. Das DSFT ist die zentrale Weiterbildungseinrichtung der deutschen Tourismuswirtschaft und bietet zahlreiche ein- und mehrtägige Seminare für Fach- und Führungskräfte aus dem Hotel- und Gaststättengewerbe, Kur- und Fremdenverkehr, Reisebüro- und Reiseveranstalterbereich, der

Freizeitwirtschaft und dem Bildungsbereich an. Aufgabe der beruflichen Weiterbildung im Tourismus durch das DSFT ist insbesondere

- das Leistungsvermögen und die Wettbewerbsfähigkeit der Branche zu erhalten und zu stärken, die Existenzsicherung zu gewährleisten und die betriebliche Rentabilität zu verbessern,
- die Beschäftigungsmöglichkeiten im Tourismus zu sichern,
- die Attraktivität der touristischen Berufe zu erhalten und Anpassungsprozesse zu erleichtern,
- die Kooperation unter den Betrieben zu fördern, den fachlichen Erfahrungsaustausch sektoral und übersektoral zu ermöglichen,
- den Beschäftigten im Tourismus Hilfen für die berufliche Qualifizierung, für mehr Mobilität und den sozialen Aufstieg anzubieten und ihr berufliches Fachwissen zu verbessern.

Im Jahr 2010 wurden im Rahmen von drei Projekten insgesamt 150 Seminare mit mehr als 2.300 Teilnehmern innerhalb und außerhalb Berlins durchgeführt. Dazu kamen zahlreiche Inhouse-Seminare für einzelne Unternehmen oder Kooperationen. Rund 30 Prozent der Teilnehmer kommen aus dem Gastgewerbe, die Mehrzahl davon aus kleineren und mittleren Unternehmen.

2011 ist das DSFT umgezogen:

Deutsches Seminar für Tourismus (DSFT) Berlin e.V.

Charlottenstraße 13
10969 Berlin

Fon 030/23 55 19-0
Fax 030/23 55 19-25

info@dsft-berlin.de
www.dsft-berlin.de

Ausbildung im Gastgewerbe heute und morgen

Die Auszubildenden von heute sind die Fachkräfte von morgen. Es ist Aufgabe der Branche, junge Menschen für die Ausbildung im Gastgewerbe zu begeistern, sie so zu qualifizieren, dass sie für ihr Arbeitsleben gut gerüstet sind und ihnen eine attraktive berufliche Perspektive zu bieten. Diese Aufgabe hat für den DEHOGA Priorität.



Der DEHOGA bekennt sich klar zum dualen System der Berufsausbildung mit den Lernorten Betrieb und Berufsschule. Durch die Verankerung in der betrieblichen Praxis ist weit besser als durch schulische Ausbildungssysteme, wie sie in den meisten anderen europäischen Ländern vorherrschen, gewährleistet, dass tatsächlich für den Arbeitsmarkt und nicht am Bedarf vorbei ausgebildet wird. Auch wenn die Akademisierung, insbesondere durch duale Studiengänge, auch in unserer Branche zunehmend Einzug hält, wird der überwiegende Teil der Fachkräfte nach Einschätzung des DEHOGA weiter aus dem dualen Ausbildungssystem hervorgehen. Ergänzt wird dieses Ausbildungssystem durch die berufliche und hochschulische Weiterbildung.

Sechs gastgewerbliche Ausbildungsberufe

Die gastgewerblichen Ausbildungsordnungen sind durch ihre offenen Lernzielformulierungen für die Zukunft gut gerüstet. Die aktuelle Forderung nach der Vermittlung gemeinsamer Kern-

kompetenzen in einer Berufsgruppe ist in den gastgewerblichen Berufen bereits seit der Neuordnung 1998 durch die gemeinsame berufliche Grund- und Fachbildung in den ersten beiden Ausbildungsjahren verwirklicht. Mit den sechs gastgewerblichen Berufen hat sich unsere Branche wahrhaft erfolgreich als Trendsetter erwiesen:

- Koch/Köchin
- Hotelfachmann/-frau
- Restaurantfachmann/-frau
- Hotelkaufmann/-frau
- Fachmann/-frau für Systemgastronomie
- Fachkraft im Gastgewerbe.

Im ersten Ausbildungsjahr gibt es eine gemeinsame berufliche Grundbildung für alle sechs Berufe. Auch die berufliche Fachbildung vermittelt im zweiten Ausbildungsjahr für alle Berufe, mit Ausnahme des Ausbildungsberufes Koch/Köchin, identische Ausbildungsinhalte. Der Ausbildungsrahmenplan sieht hier insbesondere die Bereiche Umgang mit Gästen, Beratung und Verkauf, Warenwirtschaft, Werbung, Verkaufsförderung und Wirtschaftsdienst vor. Vermittelt werden sollen wichtige Kernqualifikationen. Erst im dritten Jahr beginnt die Spezialisierung für die Hotelfach- und Hotelkaufleute, die Restaurantfachleute und die Fachleute für Systemgastronomie.

- Für interessierte Auszubildende hat der DEHOGA Bundesverband eine Informationsbroschüre aufgelegt, die anschaulich Ausbildungsvoraussetzungen und -inhalte, Berufsaussichten sowie Fortbildungsmöglichkeiten in



den einzelnen gastgewerblichen Ausbildungsberufen darstellt.

- Weitere Informationen enthält die Broschüre von DEHOGA Bundesverband und Deutschem Industrie- und Handelskammertag (DIHK), „Berufsausbildung im Gastgewerbe“, die bei den örtlichen Industrie- und Handelskammern erhältlich ist, sowie die „Erläuterungen zur Ausbildungsordnung“, die durch das Bundesinstitut für Berufsbildung herausgegeben werden.
- Der Azubi-Bewerber-Knigge gibt Tipps für einzelne Phasen der Bewerbung um einen Ausbildungsplatz in Hotellerie und Gastronomie. Der Knigge kann in der Rubrik „Ausbildung und Karriere“ unter www.dehoga.de eingesehen oder unter www.dehoga-shop.de bestellt werden.

Berufsbildungspolitik

Die duale Berufsausbildung in Deutschland ist ein Erfolgsmodell. Damit sie weiterhin ihre Stärken – Vermittlung von Handlungskompetenz und Orientierung am Bedarf – ausspielen kann, sind alle Bildungsakteure gefordert.

Berufsorientierung und Berufsberatung dürfen sich nicht einseitig am Ziel einer Erhöhung der Studierendenquote ausrichten, sondern müssen Zukunftsperspektiven der Jugendlichen und insgesamt und langfristig beachten. Die aktuelle Kampagne der Bundesregierung „Berufliche Bildung – praktisch unschlagbar“ ist dazu ein erster Schritt.

Dazu gehört auch, dass auf dem Weg einer Verbesserung der Durchlässigkeit zwischen beruflicher und akademischer Bildung weiter vorangegangen wird. Ein wichtiges Instrument zur Sichtbarmachung der prinzipiellen Gleichwertigkeit von akademischer und beruflicher Bildung wird der Deutsche Qualifikationsrahmen (DQR) sein. In diesem dürfen daher die allgemeinbildenden Schulabschlüsse, die allein für sich noch keinerlei



berufliche Handlungskompetenz geben, nicht höher bewertet werden, als duale Berufsabschlüsse. Verliert der DQR das Ziel der Darstellung von Handlungskompetenz aus dem Blick, so verliert er seinen Wert.

Das Berufsprinzip muss ernst genommen werden und notwendige Modernisierungsmaßnahmen dürfen nicht dazu führen, dass Ausbildungsgänge unnötig verschult oder zergliedert werden und dadurch ihr großer Vorteil einer Orientierung am Arbeitsmarkt verloren geht. Modularisierungsbestrebungen in der Berufsausbildung (z.B. Ausbildungsbausteine) sieht der DEHOGA daher mit Skepsis.

Die Unternehmen sind bei der Ausbildung pragmatisch zu unterstützen. Besondere Bedeutung hat die Förderung bei Ausbildung lernschwächerer Jugendlicher, z.B. durch ausbildungsbegleitende Hilfen (abH).

Eine besonders wichtige Rolle spielen die allgemeinbildenden und beruflichen Schulen. Es kann nicht sein, dass die Gesellschaft sich einfach damit abfindet, dass immer mehr Jugendliche nicht ausbildungsfähig sind. Nicht nur, dass sieben Prozent der Jugendlichen (und erschreckende 13,3 Prozent der Jugendlichen mit Migrationshintergrund) die Schule ohne Abschluss verlassen. Selbst etlichen Jugendlichen mit Schulabschluss fehlen oftmals einfachste Basiskonzepte, z.B. in Mathematik oder Deutsch, ohne die eine erfolgreiche Berufsausbildung kaum vorstellbar ist.

Für die Ausbildungsunternehmen bedeutet dies entweder, auf die eine oder andere Form „Nachhilfe“ zu organisieren. Oder sie besetzen zur Verfügung stehende Ausbildungsplätze nicht, wenn keine geeigneten Bewerber zur Verfügung stehen. An den allgemeinbildenden Schulen muss das Thema Vorbereitung auf das Arbeitsleben und insbesondere die Berufsorientierung einen deutlich höheren Stellenwert bekommen. Projekte wie ein „permanenter Praxistag“ wöchentlich in den letzten beiden Schuljahren der Hauptschule sind dabei gute Beispiele. Studien des Bundesinstituts für Berufsbildung (BiBB) zur Ausbildungsqualität zeigen, dass in der Beurteilung vieler Auszubildender der schulische Teil der Berufsausbildung der schwache Punkt ist – hier fehlt es oftmals an Praxistauglichkeit und Aktualität der vermittelten Inhalte. Diesem Problem müssen sich die Länder in der Lehreraus- und -fortbildung widmen. Mit Sorge beobachtet der DEHOGA in diesem Zusammenhang auch die Tendenz, weniger Fachpraxislehrer an den Berufsschulen einzusetzen.

Die Industrie- und Handelskammern als „zuständige Stellen“ im Sinne des Berufsbildungsgesetzes sind gefordert, die Eignung der Ausbildungsstätten und die Einhaltung der Ausbildungsstandards sicherzustellen. Die Sicherung und Verbesserung der Ausbildungsqualität kann nur im Dialog mit den Branchenvertretern vor Ort gelingen.

Berufsbildung ist eine Gemeinschaftsaufgabe. Packen wir sie gemeinsam an!

Deutsche Jugendmeisterschaften

Die Nachwuchsstars der Branche messen sich jedes Jahr bei den Deutschen Jugendmeisterschaften in den gastgewerblichen Ausbildungsberufen. Vom 30. Oktober bis zum 1. November 2010 traten die 51 besten angehenden Köche, Hotel- und Restaurantfachkräfte aus den 17 DEHOGA-Landesverbänden in Königswinter bei Bonn gegeneinander an, um den Deutschen Jugendmeister



Die strahlenden Gewinner der Deutschen Jugendmeisterschaften 2011: Katharina Schäfer (l.), Alexander Weinl und Anne Römer.

2010 zu ermitteln. Träger der Veranstaltung sind der Verband der Köche Deutschlands (VKD), der Verband der Serviermeister, Restaurant- und Hotelfachkräfte (VSR), der DEHOGA Bundesverband sowie das Brillat Savarin Kuratorium der FBMA-Stiftung.

Die besten ihres Fachs 2010:

- Julia Annawald, Novotel Karlsruhe City, Karlsruhe, erreichte den ersten Platz im Ausbildungsberuf Hotelfachfrau.
- Patrick Swaton, Landhotel Kallbach, Hürtgenwald, stand bei den Restaurantfachmännern ganz oben auf dem Treppchen.
- Sven Schmidt, Hilton Berlin, Berlin, konnte sich im Ausbildungsberuf Koch die Goldmedaille sichern.

Auch im Jahr 2011 ging es wieder um die Newcomer der Branche: Vom 29. bis zum 31. Oktober 2011 kamen die 51 besten Nachwuchskräfte aus

den DEHOGA-Landesverbänden bei den 32. Deutschen Jugendmeisterschaften auf dem Bonner Petersberg in Königswinter zusammen, um die Besten der Besten zu ermitteln. Nach umfangreichen theoretischen Aufgaben und der Warenerkennung am Samstag ging es am Sonntag bei den verschiedenen Aufgaben für die drei Berufsgruppen um die Präsentation der praktischen Fähigkeiten und Kenntnisse. Kochen, garnieren, dekorieren und eindecken, Cocktails mixen, Zimmer checken, Verkaufsgespräche führen – zwei Tage lang herrschte wahre Wettkampfstimmung im Steigenberger Grandhotel Petersberg.

Beim Wettbewerbsessen am Sonntagabend war dann höchste Konzentration gefragt. Aus einem für alle identischen Warenkorb mussten die Nachwuchsköche ein Menü ihrer Wahl erstellen und für zehn Personen zubereiten. Die Aufgabe der Restaurant- und Hotelfachleute war es, die Speisen und Getränke fachgerecht zu servieren. Höhepunkt der Veranstaltung war die lang erwartete Siegerehrung am 31. Oktober 2011 vor 300 geladenen Gästen aus Gastronomie, Hotellerie, Wirtschaft und Politik, bei der die Sieger der Deutschen Jugendmeisterschaften 2011 von DEHOGA-Präsident Ernst Fischer mit Medaillen geehrt wurden und attraktive Preise erhielten. Besonderen Dank sprach der Präsident den Unternehmen Bitburger, CONVOTHERM und METRO für deren einzigartige Unterstützung aus, sowie der Koelnmesse als Hauptsponsor des Wettbewerbs.

Die besten ihres Fachs 2011:

- Katharina Schäfer, Hotel Freizeit In, Göttingen, errang die Goldmedaille im Ausbildungsberuf Hotelfachfrau.
- Anne Römer, Zinnowitz Palace Hotel, Ostseebad Zinnowitz, überzeugte als beste Restaurantfachfrau.
- Alexander Weinl, Hotel Kleber Post, Bad Saulgau, ging als bester Auszubildender im Beruf Koch aus dem Wettbewerb hervor.



01



02



03



04

Die drei besten Mannschaften 2011: 01 Platz 1 Baden-Württemberg, 02 Platz 2 Niedersachsen, 03 Platz 3 Rheinland-Pfalz

04 Erreichte den ersten Platz in der Mannschaftswertung auch 2010: Das Team aus Baden-Württemberg, hier mit NRW-Arbeitsminister Guntram Schneider (r.) und DEHOGA-Präsident Ernst Fischer.

Impressionen der Deutschen
Jugendmeisterschaften 2010 und 2011



Arbeitsmarkt- und Tarifpolitik

Bundesausschuss für Arbeitsmarkt- und Tarifpolitik

Der Bundesausschuss für Arbeitsmarkt- und Tarifpolitik ist mit Sachverständigen aus den Mitgliedsverbänden und Fachabteilungen besetzt. Er garantiert in dieser Zusammensetzung die branchenbezogene Erörterung und Aufbereitung der Sachprobleme aus den Bereichen Arbeitsmarkt, Tarifpolitik und Tarifrecht sowie Arbeits- und Sozialrecht und soll die qualifizierte Meinungsbildung auf Bundesebene fördern.

Im Jahr 2011 hat der Bundesausschuss für Arbeitsmarkt- und Tarifpolitik zweimal getagt, und zwar am 24. Januar in Berlin sowie am 26. September in Hamburg. Ausschussvorsitzender ist Fritz Engelhardt, Inhaber des Hotel Garni Engelhardt in Pfullingen. Als Stellvertreter stehen ihm Dierk Kraushaar, Stockheim, Düsseldorf, sowie Marc-Andreas Kühnelt, Hotel Zumnorde, Erfurt, zur Seite.

Tarifpolitik

2011 war von großer tarifpolitischer Aktivität geprägt: In Baden-Württemberg, Berlin, Bremen, Hamburg, Hessen, Rheinland-Pfalz und Sachsen sind aktualisierte Entgelttarifverträge in Kraft getreten. In Bremen ist darüber hinaus ein neuer Tarifvertrag über Ausbildungsbedingungen geschaffen worden. In Mecklenburg-Vorpommern ist der Entgelttarifvertrag gekündigt und wird zum Redaktionsschluss noch verhandelt. Auch der Spezialentgelttarifvertrag für Systemgastronomie befindet sich derzeit in Verhandlungen.

Das Gastgewerbe blickt damit auf ein flächendeckendes, funktionierendes Tarifgeschäft, das von großer Professionalität und von Pragmatismus getragen ist.

Tarifanalyse

Die mit der Gewerkschaft NGG vereinbarten Tarifentgelte sehen spürbare Lohnerhöhungen vor,

die aber natürlich auch regionale Spezifika im Gastgewerbe berücksichtigen. Der Aufschwung kommt im Gastgewerbe in den meisten Regionen und Segmenten mittlerweile an. Die jeweils letzten Tarifrunden beliefen sich in den Ländern nach Westrick-Formel (bereinigt um Laufzeiteffekte, Leermonate und Einmalzahlungen) auf Lohnsteigerungen zwischen 1,33 Prozent und 6,33 Prozent (in Bremen und Berlin differenziert nach Tarifgruppen). Im Drei-Jahres-Mittel (2008 bis 2010) liegen die Steigerungsraten zwischen 1,05 Prozent und 2,84 Prozent). Aufgrund der sehr unterschiedlichen wirtschaftlichen Situation der Betriebe in den verschiedenen Bundesländern und den ebenfalls sehr unterschiedlichen Lebenshaltungskosten sind die Entgeltunterschiede in den verschiedenen Tarifgebieten beträchtlich. Die untersten geltenden Tariflöhne haben eine Spreizung zwischen 6,23 Euro pro Stunde (Brandenburg) und 9,10 Euro (Baden-Württemberg). In Niedersachsen wurden zum 1. Dezember 2011 die beiden unteren Tarifgruppen für allgemeinverbindlich erklärt; in Nordrhein-Westfalen ist eine entsprechende Allgemeinverbindlicherklärung beantragt.

Die Ausbildungsvergütungen wurden im letzten Jahr in mehreren Tarifgebieten überproportional erhöht. Die Steigerungsraten lagen hier in den jeweils letzten Tarifrunden nach Westrick-Formel zwischen 1,53 Prozent und 12,3 Prozent (je nach Tarifgebiet und Ausbildungsjahr). In absoluten Zahlen liegen die Ausbildungsvergütungen im ersten Ausbildungsjahr in den verschiedenen Tarifgebieten zwischen 338 Euro und 615 Euro.

Tarifsynopse und Tarif-News

Eine aktuelle Übersicht zu den wesentlichen manteltariflichen Regelungen sowie zu Entgelten und Ausbildungsvergütungen in den verschiedenen Tarifverträgen bietet die jährlich erschei-



Fritz Engelhardt, Vorsitzender des Bundesausschusses für Arbeitsmarkt- und Tarifpolitik.

nende Tarifsynopse des DEHOGA Bundesverbandes, die über die INTERHOGA GmbH (www.dehoga-shop.de) zu beziehen ist (aktueller Stand: August 2011).



In bisher neun Ausgaben ist in diesem Jahr der Tarifnewsletter des DEHOGA Bundesverbandes erschienen, der die rund 250 Mitglieder der Tarifkommissionen der Länder über tarifliche Entwicklungen im DEHOGA und in anderen Branchen sowie über tarifpolitische Diskussionen informiert.

Tarifpolitisches Seminar

Am 14./15. Februar 2011 fand in Berlin das Seminar „Tarifpolitik für das Gastgewerbe gestalten“ für Mitglieder der Tarifkommissionen der DEHOGA Landesverbände statt. Das eintägige Seminar mit Gastro-Trend-Tour im Vorabendprogramm wurde im Rahmen des Arbeitskreises Qualifizierung (Leitung: Jürgen Kirchherr, Hauptgeschäftsführer

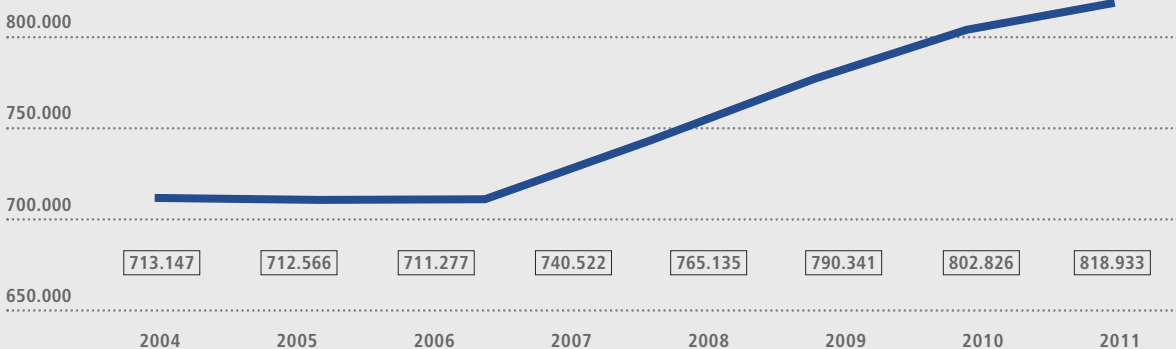
DEHOGA Baden-Württemberg) entwickelt, der aus der DEHOGA-Zukunftskommission hervorgegangen ist. Einige der Themen des Tages: Wie müssen wir unsere Tarifverträge ausgestalten, damit sie zukunftsfähig bleiben und weiter Akzeptanz bei Groß und Klein finden? Wo stehen wir mit unseren Entgelten und Tarifstrukturen und wo wollen wir hin? Wie gestalten wir unsere internen Spielregeln und wofür brauchen wir die überhaupt? Die Referenten: Sandra Warden, Geschäftsführerin DEHOGA Bundesverband, Klaus Hübenthal, Hauptgeschäftsführer DEHOGA NRW, Andreas Elvers, Direktor Human Resources Steigenberger Hotel Group.

Beschäftigung im Gastgewerbe

Das Gastgewerbe in Deutschland ist ein echter und nachhaltiger Jobmotor! In den letzten zehn Jahren ist die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Hotellerie und Gastronomie um mehr als 94.000 gestiegen. Das ist ein Wachstum um 12,1 Prozent, während das Plus in der Gesamtwirtschaft lediglich bei 2,1 Prozent lag. Fast jeder fünfte neue sozialversicherungspflichtige Arbeitsplatz ist in den letzten zehn Jahren im Gastgewerbe entstanden!

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte im Gastgewerbe

(Stichtag jeweils 31. März)



Quelle: Bundesagentur für Arbeit

Derzeit liegen die Zahlen für die sozialversicherungspflichtige Beschäftigung auf einem Allzeithoch: Nach aktuellsten Zahlen der Bundesagentur für Arbeit gab es im September 2011 im Gastgewerbe insgesamt fast 890.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte.

Nach Segmenten bedeutet dies: Mit Stand 31. März 2011 (Bundesagentur für Arbeit, veröffentlicht Oktober 2011) waren 249.674 Menschen im Beherbergungsgewerbe sozialversicherungspflichtig beschäftigt (+3,0 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitpunkt), im Gaststätten-gewerbe waren es 455.618 (+1,1 Prozent) und bei den Pachtkantinen und Caterern 113.641 (+3,5 Prozent). Die getränkegeprägte Gastronomie verlor als einziges Segment im Vergleich zum Vorjahr Beschäftigte (-0,5 Prozent). Der Anteil der Teilzeitbeschäftigten lag bei 25,5 Prozent.

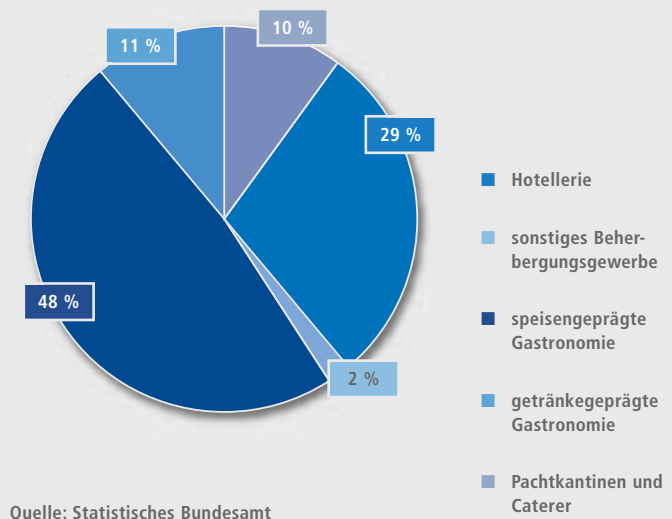
Die Zahl der bei den Arbeitsagenturen gemeldeten offenen Stellen im Gastgewerbe lag im Oktober 2011 bei 27.870, was gegenüber dem Vorjahr ein Plus von 16,3 Prozent bedeutet (Hotellerie: 9.065, Gastronomie: 18.805). Die meisten offenen Stellen sind für Köche und Kellner/Stewards ausgeschrieben. Die Unternehmen stellen nahezu durchweg fest, dass es schwieriger wird, geeignete und motivierte Fachkräfte zu finden. Vakanzenzeiten (d.h. die Zeit zwischen gewünschter und tatsächlicher Besetzung) sowie Kompromisse bei der Mitarbeiterauswahl nehmen zu.

Mindestlohn: Hände weg von politisch-staatlichen Lohnvorgaben. Vorfahrt für die Tarifhoheit!

Mit Sorge verfolgt der DEHOGA die fortschreitende Diskussion zur Einführung eines allgemeinen Mindestlohnes über Gesetz.

Der Beschluss der CDU zur Einführung einer „allgemeinen verbindlichen Lohnuntergrenze“ anlässlich ihres Bundesparteitages vom 13. bis 15. November 2011 ist nicht geeignet, die Bedenken

Beschäftigtenanteile im Gastgewerbe 2010 (Arbeitnehmer)



zu zerstreuen, wonach ein so gearteter Mindestlohn zu gravierenden Jobverlusten im Niedriglohnbereich führen und die Tarifautonomie nachhaltig beschädigen wird. Ein in einer Kommission aus Dachorganisationen und Wissenschaftlern ohne Ansehung von Spezifika der Regionen und Branchen festgesetzter Mindestlohn ist ein politischer Mindestlohn und eben kein in Tarifverhandlungen durch die Tarifpartner fair ausgehandelter Tariflohn. Das gilt in besonderem Maße dann, wenn der Orientierungsmaßstab für diese „Lohnuntergrenze“ bereits vorher – politisch – festgelegt ist. Dazu kommt, dass zahlreiche tatsächliche und juristische Fragen nach wie vor vollkommen offen sind. Das betrifft in besonderem Maße die Frage, in welchem Verhältnis eine solche Lohnuntergrenze zu gültigen Tarifverträgen stehen soll.

In einer Resolution haben die Delegierten der Delegiertenversammlung des DEHOGA Bundesverbandes am 7. November 2011 beschlossen: Hände weg von politisch-staatlichen Lohnvorgaben. Vorfahrt für die Tarifhoheit!

Die hervorragende Arbeitsmarktbilanz in Deutschland beweist, dass wir ohne allgemeine Lohnuntergrenze bislang gut gefahren sind. Deutschland weist eine deutliche niedrigere Arbeitslosigkeit und eine bessere Entwicklung auf als die EU-Staaten mit Mindestlöhnen. Insbesondere bei der Beschäftigung junger Menschen und bei der Entwicklung der Arbeitsmarktchancen für Geringqualifizierte heben wir uns positiv ab.

Das Gastgewerbe steht zu seiner tarifpolitischen Verantwortung und kann aktuelle Tarifabschlüsse in allen Regionen aufweisen. Die dort geltenden niedrigsten Entgelte bewegen sich zwischen rund 6,20 Euro in Brandenburg oder Mecklenburg-Vorpommern und 9,10 Euro in Baden-Württemberg. Dies belegt, dass die Tarifvertragspartner stets verantwortungsvoll die Wirtschaftskraft der jeweiligen Region und der Unternehmen sowie die Lebenshaltungskosten berücksichtigen.

Eine Gleichmacherei durch Mindestlöhne hätte fatale Auswirkungen für Arbeitsplätze und Unternehmen. Ferner ist zu berücksichtigen, dass eine unterste Lohngruppe nie isoliert betrachtet werden kann. Gesehen werden muss – gerade auch im Interesse der Fachkräftesicherung – das gesamte Entgeltgefüge, in dem der Stundenlohn für die ungelernte Hilfskraft ohne Berufserfahrung sich doch deutlich vom Stundenlohn der ausgebildeten Fachkraft unterscheiden sollte.

Zu hohe Mindestlöhne würden einen Anpassungsbedarf auslösen, der die Personalkosten in vielen Betrieben explodieren ließe. Viele Geringqualifizierte, insbesondere in wirtschaftsschwachen Regionen, würden dann keine Arbeit mehr finden. Der gerade mühsam auf Langzeitarbeitslose und Geringqualifizierte übergeschwappte Aufschwung auf dem Arbeitsmarkt wäre für diese Gruppen schnell wieder beendet. Das ist alles andere als sozial.

Der DEHOGA wird im Sinne eines stabilen, wirtschaftlich verantwortungsbewussten und in sich

stimmigen Tarifgefüges in Hotellerie und Gastronomie die weiteren Gespräche führen. Den Primat der Tarifverträge werden wir hochhalten.

Minijobs: 400-Euro-Regelung hat sich bewährt

Auch in diesem Jahr waren wieder Stimmen aus dem politischen Raum zu vernehmen, die – je nach politischer Couleur – entweder für eine Ausweitung der Minijobs und deutliche Heraufsetzung der Verdienstgrenze oder für eine Abschaffung oder deutliche Beschneidung von Minijobs (z.B. in Form einer Wiedereinführung der 15-Stunden-Grenze, „Minijobber-Quoten“ für einzelne Unternehmen, der bürokratischen Ausweitung von Aufzeichnungspflichten oder der Abschaffung der geringfügigen Nebenbeschäftigung) plädieren.

Diese Vorschläge gefährden das erfolgreiche Stück Arbeitsmarkt, das die geringfügige Beschäftigung darstellt, denn sie setzen es pauschal mit Niedriglohnssektor und prekärer Beschäftigung gleich. Das aber entspricht nicht den Tatsachen und verkennt die wirtschaftliche Realität. Auch ein isoliertes „Herumdoktorn“ an den Schwellenwerten birgt mehr Risiken als Chancen. Denn es wäre eher geeignet, die Minijobs als „Abgabensparmodell“ (was sie nicht sind) zu diskreditieren und ideologischen und unberechtigten Missbrauchsvorwürfen neuen Raum zu geben.

Restaurants und Hotels sind auf die flexiblen, unbürokratischen, einfachen und rechtssicheren Minijobs angewiesen, um auf Stoßzeiten und Saisonspitzen reagieren zu können. Eine Aufspaltung von sozialversicherungspflichtiger Beschäftigung in geringfügig entlohnte Beschäftigung findet im Gastgewerbe nachweislich nicht statt. Im Gegenteil sichern die Minijobs legale sozialversicherungspflichtige Voll- und Teilzeitstellen in den Unternehmen und in der Branche insgesamt. Sie können insbesondere für wiedereinsteigende Mütter, Langzeitarbeitslose oder ungelernte Kräfte eine Brücke in den Beruf darstellen. Der



Nettoverdienst aus Minijobs fließt oftmals direkt in den Konsum und kurbelt so die Binnennachfrage an. Es gibt zudem einen evidenten Zusammenhang zwischen praxisgerechten Minijob-Regelungen (gerade auch was die Nebenbeschäftigung angeht) und dem Umfang der Schwarzarbeit. Die so häufig bemühte Belastung der sozialen Sicherungssysteme durch die Minijobs dagegen ist eine Mär.

Detaillierte Daten und Fakten zum Thema Minijobs finden sich im entsprechenden DEHOGA-„Klartext“ (zu beziehen über den DEHOGA Bundesverband).

EU-Freizügigkeit zum 1. Mai 2011

Am 1. Mai 2011 sind auch in Deutschland die Übergangsregelungen ausgelaufen, die die Grundfreiheiten des EU-Binnenmarktes für die Beitrittsländer des Jahres 2004 seitdem teilweise eingeschränkt hatten. Damit sind volle Arbeitnehmerfreizügigkeit sowie volle Dienstleistungsfreiheit für Staatsangehörige der so genannte EU-8 (Polen, Ungarn, Tschechien, Slowakei, Slowenien, Estland, Lettland, Litauen) eingetreten.

Staatsangehörige der EU-8 benötigen damit zur Beschäftigung in Deutschland keine Arbeitserlaubnis mehr, unabhängig davon, in welchen Branchen

und Berufen, in welchen Regionen Deutschlands und für welche Zeitdauer sie beschäftigt werden. Ein Visum benötigen sie bereits seit 2004 nicht mehr, lediglich einen Personalausweis oder Reisepass sowie eine Anmeldung bei der Meldebehörde ihres Wohnortes. Für die osteuropäischen Mitarbeiter gelten die gleichen arbeitsrechtlichen Regelungen wie für deutsche Arbeitnehmer hinsichtlich der Arbeitsbedingungen und Löhne. Die Sozialversicherung richtet sich grundsätzlich nach dem System desjenigen Staates, in dem der Arbeitnehmer seinen Hauptjob hat.

Die Arbeitsgenehmigungsverfahren bei der ZAV (Zentrale Auslands- und Fachvermittlung der Bundesagentur für Arbeit) sind dadurch für die meisten Länder weggefallen. Stattdessen bietet die ZAV nunmehr im Rahmen des Service „Incoming Saison“ und über ihre Fachvermittlungen gemeinsam mit dem europäischen Netzwerk EURES verstärkt die Vermittlung von Arbeitskräften aus Europa an. Lediglich für die Staatsangehörigen der EU-Beitrittsstaaten von 2007, Rumänien und Bulgarien, die noch keine Arbeitnehmerfreizügigkeit genießen, sowie für Kroatien bleibt es beim bisherigen Arbeitsmarktzulassungsverfahren, das heißt, insbesondere bei der Saisonarbeiterregelung nach der Beschäftigungsverordnung.

Die DEHOGA-Vertreter in Vorstand und Vertreterversammlung der BGN für die nächsten sechs Jahre

Vorstand



Bernd Fellmer,
Vorstandsvorsitzender



Dierk Kraushaar, Vorsitzender
der Vertreterversammlung

Ordentliche Mitglieder	Stellvertreter
Bernd Fellmer, Hotel zum Ritter St. Georg, Heidelberg	Gerald Kink, Hotel Oranien, Wiesbaden
Manfred Büch, McDonald's Mannheim	Rainer Balke, DEHOGA Niedersachsen
Gregor Maihöfer, DEHOGA Hamburg	Oscar Koch, Hotel zur Post, Wiehl

Vertreterversammlung

Ordentliche Mitglieder	Stellvertreter
Dierk Kraushaar, Stockheim-Gruppe, Düsseldorf	Michael Glowig, Maredo Restaurants Deutschland, Düsseldorf
Dirk Ellinger, DEHOGA Thüringen	Joachim Schönberg, DEHOGA Baden-Württemberg
Sabine Grüber, Hotel Krone, Hirschberg	Dirk Deutz, Gaststätte Im Alten Zollhaus, Aachen
Dr. Bernd Kessel, Hotel Restaurant Schützenhof, Eitorf	Ralf Schlüter, Strandhotel Baabe, Ostseebad Baabe
Bärbel Oppermann, Steigenberger Hotel Group, Frankfurt	
Frank Sasse, Hallo Pizza, Langenfeld	
Sandra Warden, DEHOGA Bundesverband, Berlin	
Lutz Hartmann, McDonald's Deutschland, München	

Sozialwahlen 2011 bei der Berufsgenossenschaft BGN

Mit Wirksamwerden zum Oktober 2011 wurden in diesem Jahr die Sozialwahlen für die Selbstverwaltungsgremien der neuen (fusionierten) Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel und Gastgewerbe (BGN) durchgeführt. Sowohl auf Arbeitgeber- als auch auf Arbeitnehmerseite konnten so genannte Friedenswahlen durchgeführt werden, d.h. die jeweiligen Listenführer (Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände

sowie Gewerkschaft NGG) konnten einvernehmlich die jeweiligen Listenvertreter benennen. Den Beitragszahlern wurden so Kosten für eine Urwahl in Höhe von mehreren Millionen Euro erspart.

Auf den konstituierenden Sitzungen von Vorstand und Vertreterversammlung am 18. November 2011 wurden Bernd Fellmer und Dierk Kraushaar als alternierende arbeitgeberseitige Vorsitzende des Vorstandes bzw. der Vertreterversammlung einstimmig wiedergewählt.

Die Branchenlösung zur betrieblichen Altersvorsorge: hogarente

Ein voller Erfolg: seit über neun Jahren ist er in Kraft – der bundesweit geltende Tarifvertrag zur Altersvorsorge im Gastgewerbe, der am 4. Juni 2002 vom DEHOGA Bundesverband und der Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten (NGG) unterzeichnet wurde. Nach mehrmonatigen Verhandlungen haben die Tarifparteien eine bundesweite Regelung geschaffen, die dazu beitragen soll, die Versorgungslücke bei der gesetzlichen Rente zu schließen: Für Vollzeitbeschäftigte wird eine Anschubfinanzierung in Höhe von 150 Euro jährlich in die Altersvorsorge eingezahlt. Die freiwillige Entgeltumwandlung der Arbeitnehmer fördert der Arbeitgeber mit 16 Prozent.

Mit der Umsetzung wurden die Hamburg-Mannheimer Versicherungs-AG, die nach ihrer Umfirmierung nunmehr ERGO heißt, und die HDI-Gerling Lebensversicherung AG beauftragt. Beide Unternehmen haben im Ausschreibungsverfahren hinsichtlich Rendite und einfacher Handhabung das beste Ergebnis präsentiert. Bislang haben circa 130.000 Arbeitnehmer mit der hogarente Vorsorge für die Zukunft getroffen.

Die im letzten Jahr eingeführten Neuerungen bei der hogarente auf Wunsch der Arbeitgeber, als auch der Arbeitnehmer, haben die Akzeptanz der hogarente noch verbessert. Dem Wunsch vieler Arbeitgeber entsprechend, können die Unternehmen seitdem die Beiträge für die Beschäftigten monatlich abführen. Dies war in der Vergangenheit nur einmal jährlich zum 1. Dezember eines Jahres möglich. Zu weiteren Vereinfachungen führt die Möglichkeit der Arbeitgeber, die Beiträge per Lastschrift einzuziehen zu lassen.

Auf Wunsch vieler versicherter Arbeitnehmer besteht nun auch die Möglichkeit, mit der hogarente eine Berufsunfähigkeitszusatzversicherung abzuschließen. Bei dieser Zusatzversicherung zahlt die Versicherung im Falle der Berufsunfähigkeit die Beiträge in die hogarente weiter ein, um die zusätzlichen Altersvorsorgebeträge für die Arbeitnehmer im Rentenalter abzusichern. Nach aktuellen Informationen der Konsortialpartner Ergo und HDI-Gerling liegt der durchschnittliche Betrag der jährlichen freiwilligen Entgeltumwandlung bei über 750 Euro. Dies verdeutlicht, dass die Mitarbeiter die Notwendigkeit der zusätzlichen Altersvorsorge ernst nehmen.

Weitere Informationen unter www.hogarente.de

ERGO

ERGO

Überseering 45
22297 Hamburg

Fon 040/63 76-5848
hogarente@ergo.de

HDI GERLING

HDI-Gerling
Lebensversicherung AG
Vertriebsservice Leben Direkt

Charles-de-Gaulle-Platz 1
50679 Köln

Fon 0221/1 44-45 64
dehoga-service@gerling.de

Lebensmittelhygiene und -kennzeichnung

Lebensmittelhygienerecht

Veröffentlichung der Ergebnisse von Lebensmittelkontrollen (Hygiene-Ampel)

Die Verbraucherschutzminister der Länder und des Bundes haben sich auf der 7. Verbraucherschutzministerkonferenz am 16. September 2011 wie schon auf der Konferenz ein Jahr zuvor

dafür ausgesprochen, die Ergebnisse amtlicher Lebensmittelkontrollen mittels eines Kontrollbarometers transparent zu machen. Eine Arbeitsgruppe soll bis Januar 2012 – unter Berücksichtigung der Bedenken der Wirtschaftsminister, die sich im Juni 2011 gegen die Pläne der Verbraucherschutzminister ausgesprochen hatten – eine gemeinsame Linie erarbeiten. Diskutiert werden sollen unter anderem die Konsequenzen für die Betriebe, das Recht auf Nachkontrollen sowie Kostenfragen.

Aus Sicht des DEHOGA müssen die Pläne rund um das geplante Hygiene-farbbarometer vom Tisch. Die rechtlichen Fragen und Bedenken der Branche sind weiterhin nicht ausgeräumt. Es ist unverhältnismäßig und rechtlich bedenklich, dass in Restaurants das Ergebnis einer Momentaufnahme über Monate zum Ausgang kommen soll, ob-

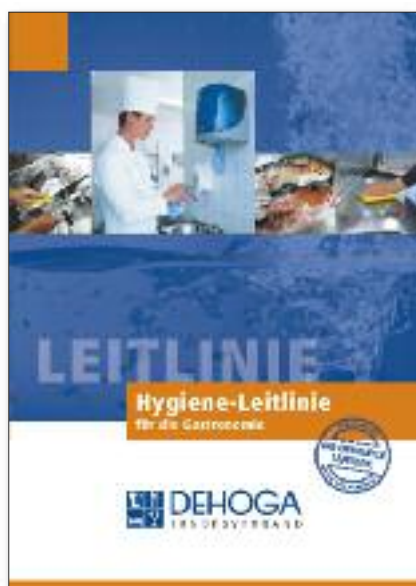
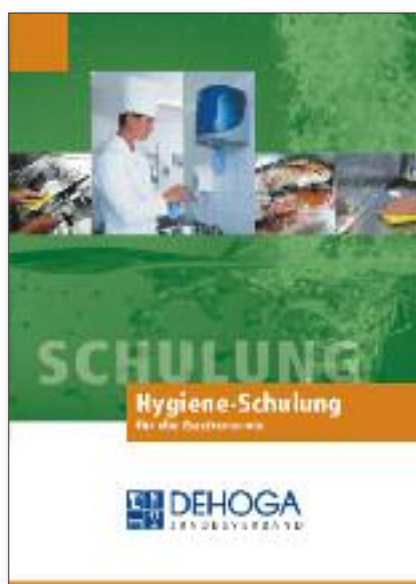
wohl längst alle Mängel beseitigt sind. Der DEHOGA fordert, die bestehenden Gesetze und Sanktionsmöglichkeiten konsequent anzuwenden anstatt neue, ineffektive Werkzeuge zu schaffen.

Das geplante Transparenzsystem – egal ob Smiley, Ampel oder Barometer – birgt die große Gefahr, dass Gastronomen auf Dauer stigmatisiert werden. Eine zeitnahe Rehabilitierung wäre aufgrund der mangelnden personellen Ausstattung bei den Lebensmittelkontrolleuren meist nicht möglich. Der DEHOGA hat auch kein Verständnis dafür, dass weiterhin eine stufenweise, nach Branchen sortierte Einführung der Farbkennzeichnung vorgesehen ist und dabei mit den Restaurants angefangen werden soll.

Hygiene hat im Gastgewerbe oberste Priorität. Der DEHOGA bekennt sich ausdrücklich zur Einhaltung der zu Recht strengen Lebensmittelhygieneregelungen. Die den Gastronomen zur Verfügung gestellten Hygieneleitlinien, Schulungsbroschüren wie auch Musterchecklisten belegen, dass der Verband ein vitales Interesse daran hat, hygienische Missstände zu verhindern. Jeder Gastwirt, der Hygiene-Mängel zu verantworten hat, schädigt nicht nur sein Geschäft, sondern das Image der gesamten Branche.

DEHOGA startet Hygieneoffensive

Nicht zuletzt vor dem Hintergrund der Diskussion über die Einführung einer Hygiene-Ampel hat der DEHOGA Bundesverband auf der ANUGA in Köln im Oktober 2011 den Startschuss zur großen Hygieneoffensive des Gastgewerbes gegeben und das neue „DEHOGA-Hygienepaket“ vorgestellt. Das Hygienepaket soll vor allem klein- und mittelständischen Betrieben Hilfestellung bei der Umsetzung der allgemeinen Hygieneanforderungen und bei der Einführung eines HACCP-Konzeptes/Eigenkontrollkonzeptes geben. Das DEHOGA-Hygienepaket, das als praktischer Ordner angeboten wird, beinhaltet u.a.:



- die aktualisierte, offizielle Hygiene-Leitlinie für die Gastronomie
- die Broschüre Hygieneschulung für die Mitarbeiter in der Gastronomie
- das Merkblatt zur betrieblichen Bewertung und Beurteilung der Lebensmittelüberwachung.

Der Clou des DEHOGA-Hygienepakets sind die 15 mit Experten entwickelten Checklisten für alle Bereiche, die es jedem gastgewerblichen Unternehmer ein ganzes Jahr ermöglichen, optimale Hygiene zu gewährleisten. Mit den Checklisten für die täglichen, wöchentlichen und monatlichen Kontrollen, lassen sich die gesetzlich vorgeschriebenen Dokumentationspflichten praktisch und einfach erfüllen. Zu beziehen ist das Hygienepaket direkt über den DEHOGA Shop (www.dehoga-shop.de).



Gute Hygienepraxis ja, Ampel nein. DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges präsentiert Dr. Gerd Müller, Parlamentarischer Staatssekretär bei der Bundesverbraucherschutzministerin, den DEHOGA Hygiene-Check-Ordner am 23. November 2011 in Berlin.

Lebensmittelkennzeichnung

Die EU-Kommission hat im Januar 2008 den Entwurf einer „Verordnung betreffend die Information der Verbraucher über Lebensmittel“ veröffentlicht (Lebensmittelinformations-Verordnung). Ziel der Verordnung ist es, das Lebensmittelkennzeichnungsrecht infolge der geänderten Erwartungshaltung der Verbraucher EU-weit zu modernisieren. Danach sollen dem Gast vor seiner Kaufentscheidung und ohne gesonderte Nachfrage wichtige Informationen über die Zutaten einer Speise vorliegen. Der Entwurf sieht u.a. auch eine verpflichtende Kennzeichnung für lose Ware vor.

Im Herbst 2011 hat nach dem Europäischen Parlament nun auch der EU-Ministerrat beschlossen, dass Verbraucher besser über die Zutaten und Nährwerte in Lebensmitteln und deren Herkunft informiert werden. Unter anderem müssen Infor-



mationen über allergieauslösende Zutaten künftig auch bei unverpackten Lebensmitteln angegeben werden – die Neuerungen betreffen also auch Restaurants und Kantinen. In welcher Art und Weise die Informationen bereitgestellt werden, liegt in der Verantwortung der Mitgliedstaaten. Wie sich die Bundesregierung diesbezüglich positionieren wird, ist aktuell noch offen.

In zahlreichen Schreiben an die zuständigen EU-Politiker hatte der DEHOGA stets darauf hingewiesen, dass eine Deklaration aller verwendeten Zutaten, die Allergien auslösen können, in den Speisekarten nicht umsetzbar ist. Der bürokratische und finanzielle Aufwand durch täglich neu zu fertigende Auflistungen wäre unverträglich. Die aus Sicht des Gastgewerbes einzig praktikable Lösung ist der Hinweis auf die Auskunftspflicht des Gastronomen gegenüber seinen Gästen. Diese Auskunft kann aber nur auf Anfrage und mündlich erfolgen.

Der DEHOGA wird sich nun weiterhin auf nationaler Ebene dafür einsetzen, dass es zielführend ist, wenn der Gast im Verkaufsraum oder in den Speisekarten darauf hingewiesen wird, dass er Informationen zu allergenen Zutaten im Gespräch oder durch ausliegendes Informationsmaterial erhalten kann.



Der DEHOGA nimmt die Belange der Gäste mit Allergien ernst, sensibilisiert und klärt auf. Dabei kooperiert er wie hier bei den Restaurantkarten „Eine Bitte an den Koch“ mit dem Deutschen Allergie- und Asthmabund (DAAB). Für unbeschwertes Genuss in der Gastronomie.

Auch bei der Verwendung von Schinken- oder Käseimitaten (teilweise auch als „Mogelschinken“ und „Analogkäse“ bezeichnet) sind strengere Gesetze völlig überflüssig. Entscheidend ist vielmehr die Einhaltung der bestehenden gesetzlichen Regeln, also eine klare und verständliche Kennzeichnung der Produkte im Einzelhandel und nachfolgend eine eindeutige, irrtumsfreie und täuschungssichere Kenntlichmachung der verwendeten Zutaten in der Gastronomie. Wo Schinken drauf steht, muss auch Schinken drin sein!

Allergiebroschüre

Der DEHOGA Bundesverband hat bereits Ende 2008 zusammen mit dem Deutschen Allergie- und Asthmabund (DAAB) sowie dem Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) im Zuge der Umsetzung des „Aktionsplanes gegen Allergien“ eine Allergiebroschüre für die Hotellerie und Gastronomie herausgegeben. Der Leitfaden soll



Die neue Broschüre kann direkt über den DEHOGA Shop (www.dehoga-shop.de) bestellt werden und ist für DEHOGA-Mitglieder kostenlos.

Novellierung des Verbraucherinformationsgesetzes (VIG)

Am 1. Mai 2008 ist das Verbraucherinformationsgesetz (VIG) in Kraft getreten. Das VIG soll der Vorbeugung und raschen Eindämmung von Lebensmittelskandalen dienen. Gleichzeitig soll es den Verbrauchern, bevor sie sich zur Auswahl eines bestimmten Erzeugnisses entschließen, Zugang zu entsprechenden Informationen geben.

Die Bundesregierung hat das Gesetz zwei Jahre nach Inkrafttreten einer Evaluierung unterzogen und im Mai ein „Gesetz zur Änderung des Rechts der Verbraucherinformation“ vorgelegt. Der Gesetzentwurf wird dem Deutschen Bundestag noch im Herbst 2011 zur Beratung zugeleitet. Das VIG soll den Plänen der Bundesregierung zufolge künftig nicht mehr ausschließlich der Information der Verbraucher, sondern gleichzeitig dem Gesundheitsschutz und dem Schutz vor Täuschung dienen.

den Gastronomen und seine Mitarbeiter für die Allergiemproblematik sensibilisieren. Nachdem die Exemplare der Broschüre sofort vergriffen waren, ist diese im Herbst 2011 noch einmal komplett überarbeitet, ergänzt und neu aufgelegt worden.

Diese Umfunktionierung des Gesetzeszwecks widerspricht aber nicht dem ursprünglichen Regelungsziel des VIG. Außer Acht gelassen wird hierbei, dass es bereits spezielle, auf verbindlichen europäischen Vorgaben beruhende Regelungen gibt, die im Falle einer Gefährdung von Verbraucherinteressen zur öffentlichen Information verpflichten. Bei Hygieneverstößen in der Gastronomie ist dies zum Beispiel das Lebens- und Futtermittelgesetzbuch. Zudem ist höchst umstritten, ob das VIG als Rechtsgrundlage für die Veröffentlichung der Ergebnisse von Lebensmittelkontrollen dienen kann.

Der DEHOGA Bundesverband spricht sich ausdrücklich für einen guten und nachhaltigen Verbraucherschutz aus; dieser muss jedoch zielführend, sachgerecht und rechtskonform ausgestaltet sein. Betriebe dürfen nicht leichtfertig an den öffentlichen Pranger gestellt werden. Existenzen und damit Arbeits- und Ausbildungsplätze stehen auf dem Spiel.

Umweltschutz und Nachhaltigkeit

Der DEHOGA hat frühzeitig die besondere Verantwortung des Gastgewerbes als Hauptleistungsträger des Tourismus erkannt und seine Mitglieder bei allen Fragen rund um das Thema Energiesparen und Umweltschutz unterstützt. So entwickelte der Arbeitskreis Umwelt des DEHOGA gemeinsam mit dem Bundesumweltministerium schon in den Neunzigerjahren den 40-Punkte-Katalog und die CD „Kosten senken durch Umweltschutz“. Die Energiekampagne Gastgewerbe und der neue „DEHOGA Umweltcheck“ setzen die vergangenen Initiativen des DEHOGA Bundesverbandes zu einer umweltorientierten Betriebsführung fort.

Eine echte Erfolgsgeschichte: Fünftausendster Teilnehmer der Energiekampagne Gastgewerbe

Die vom DEHOGA und dem Hotelverband Deutschland (IHA) getragene Initiative, die im März 2006 mit Unterstützung des Bundesumweltministeriums gestartet wurde, begrüßte Ende Januar 2011 ihren fünftausendsten Teilnehmer. Zur Ehrung von Peter Riedel, Eigentümer des

Hauses Schönblick im Bayerischen Wald, sowie zu aktuellen Trends und Hintergrundinformationen rund um das Thema Energiesparen lud der DEHOGA Bundesverband zu einem Pressegespräch ein. Anlässlich der Ehrung in Berlin würdigte Ursula Heinen-Esser, Parlamentarische Staatssekretärin im Bundesumweltministerium, die Leistung des DEHOGA: „Uns hat das Konzept überzeugt, vor allem deshalb, weil das Gastgewerbe damit eine Vorreiterrolle für den Dienstleistungssektor übernommen hat. Es ist beispielgebend, wie die Hoteliers und Gastronomen hier mitziehen.“ Auch mit Blick auf wirtschaftliche Aspekte gebe die Kampagne wesentliche Impulse. „Wer Energie spart, spart auch Kosten ein“, sagte Heinen-Esser. Zusammen mit Ingrid Hartges, Hauptgeschäftsführerin des DEHOGA Bundesverbandes, zeichnete sie Peter Riedel als fünftausendsten Teilnehmer der Kampagne aus.

Interessierte Hoteliers und Gastronomen können sich kostenlos unter www.energiekampagne-gastgewerbe.de oder direkt über den DEHOGA Bundesverband, Fon 0700/726252-42 (12 Cent/Minute), bei der Energiekampagne anmelden.



Vorbildhaftes Engagement: Die Parlamentarische Staatssekretärin Ursula Heinen-Esser (l.) und DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges gratulieren dem fünftausendsten Teilnehmer der Energiekampagne Gastgewerbe Peter Riedel vom Haus Schönblick im Bayerischen Wald/Region Sonnenwald am 24. März 2011 in Berlin.

Neuer „DEHOGA Umweltcheck“: Gold, Silber, Bronze für umweltbewusste Betriebsführung im Gastgewerbe

Gäste erwarten von den gastgewerblichen Betrieben verstärkt umweltbewusstes und verantwortungsvolles Handeln. Mit dem „DEHOGA Umweltcheck“ gibt es jetzt für die stark mittelständisch geprägte Branche eine praktikable und finanzierbare Lösung, ihr Umweltengagement der Öffentlichkeit gegenüber klar und transparent darzustellen.

Die neue Auszeichnung schließt die Lücke zwischen dem Einstieg in das betriebliche Umweltengagement, wie zum Beispiel der Teilnahme an der Energiekampagne Gastgewerbe, und sehr anspruchsvollen und teilweise kostenintensiven Umweltauszeichnungen oder Umweltmanage-

mentsystemen wie der Ökoblume oder EMAS. Grundlage des DEHOGA Umweltchecks ist die Auswertung definierter Umweltkennzahlen des Betriebes. Der Kriterienkatalog umfasst die Bereiche Energie- und Wasserverbrauch, Abfallaufkommen bzw. Restmüll und Lebensmittel, wie beispielsweise den regionalen Einkauf. Anhand seiner Verbrauchswerte sowie seiner Angebotsgestaltung wird der Betrieb eingestuft und bei Bestehen mit der Auszeichnung in Bronze, Silber oder Gold belohnt.



Alle mit dem DEHOGA Umweltcheck ausgezeichneten Betriebe werden auf der Internetseite unter www.dehoga-umweltcheck.de veröffentlicht. Dort finden sich auch alle weiteren detaillierten Informationen zum DEHOGA Umweltcheck.

DEHOGA-Broschüre „Energiesparen leicht gemacht“

Energiekosten senken, Wettbewerbsvorteile sichern, darum geht es in der neuen DEHOGA-Broschüre. Die handliche Broschüre stellt durchschnittliche Energiedaten für verschiedene Betriebsarten gegenüber, informiert über einfache organisatorische Schritte und gibt einen Über-

blick über die technischen Möglichkeiten in Hotels und Restaurants, um Energie und Kosten zu sparen und damit gleichzeitig der Umwelt etwas Gutes zu tun.

Auf 40 Seiten hält die Publikation anschauliche Grafiken und detaillierte Anleitungen für die praktische Umsetzung der Maßnahmen in Küche, Bar und Restaurant bereit. Hinweise und Tricks vom richtigen Beleuchtungskonzept über eine umweltschonende Heizungsanlage bis zur energieeffizienten Wäscherei finden sich in der DEHOGA-Broschüre ebenso wie jede Menge Best-Practice-Beispiele und Tipps zu Fördermitteln. Erläuterungen zur DEHOGA-Energiekampagne Gastgewerbe runden das Angebot der Broschüre ab.

Die Broschüre ist kostenlos erhältlich beim DEHOGA Bundesverband. Darüber hinaus steht sie als PDF-Datei zum kostenlosen Download unter www.dehoga.de bereit.

Viabono – Die Umweltdachmarke im Tourismus

Der DEHOGA Bundesverband setzte schon früh Akzente für einen ökologischen Tourismus und unterstützte die Einführung der bundesweiten Dachmarke „Viabono“. Unter dem Motto „Reisen natürlich genießen“ stellte sich Viabono im Jahr 2001 der Öffentlichkeit vor. Unter der Marke Viabono wird die Nachfrage nach umweltorientierten Reiseangeboten gebündelt und verstärkt.



Viabono bietet ein Mehr an Qualität, mehr Urlaub, mehr Erholung, mehr Erlebnis, mehr Sicherheit und Gesundheit – verbunden mit dem guten Gefühl umweltgerecht zu reisen.

Rund 300 Betriebe aus Hotellerie und Gastronomie, aber auch Tourismusgemeinden oder Naturparks setzen die Idee des nachhaltigen Reisens heute in die Tat um.



Interessierte Hoteliers und Gastronomen finden weitergehende Informationen zu Viabono wie die Teilnahmebedingungen und den Kriterienkatalog unter www.viabono.de.

Viabono GmbH

Hauptstraße 230
51503 Rösrath-Hoffnungsthal

Fon 02205/9 19 83-50
Fax 02205/9 19 83-55

info@viabono.de
www.viabono.de

Bio-Zertifizierung: Wo Bio drauf steht, muss auch Bio drin sein

Jeder Gastronom, der heute in Deutschland Bio-Lebensmittel oder Ökolebensmittel anbietet und diese auf seinen Speisekarten oder seiner Werbung dementsprechend kennzeichnet, muss am Kontrollverfahren nach der EU-Verordnung 834/2007 teilnehmen. Gäste und Kunden sollen sich darauf verlassen können, dass Lebensmittel, die mit dem Wort „Bio“ oder „ökologisch“ beworben werden, auch tatsächlich biologisch oder ökologisch nach den einschlägigen Vorschriften hergestellt, gelagert und verarbeitet wurden. Biolebensmittel, die diese EU-Rechtsvorschriften erfüllen, sind seit dem 1. Juli 2010 mit dem neuen EU-Bio-Logo zu kennzeichnen. Noch bis Ende 2012 gelten in bestimmten Fällen Übergangsfristen. Das den Verbrauchern bestens bekannte deutsche Biosiegel kann auf nationaler Ebene weiterhin auch zusammen mit dem EU-Bio-Logo verwendet werden.

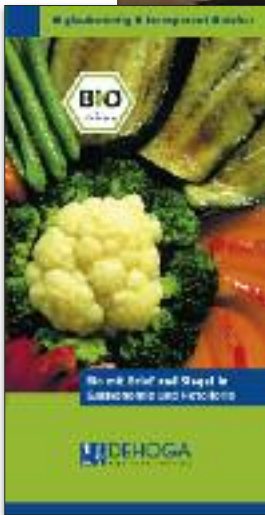


Das deutsche Bio-Siegel



Das neue EU-weite Bio-Logo

Viele Gastronomen berichten nach einer erfolgten Zertifizierung mit Bio-Produkten von guten Erfahrungen und nutzen erfolgreich das Bio-Siegel als Gütesiegel und Marketinginstrument. Derzeit gibt es 16 so genannte „Bio-Mentoren“ aus bio-zertifizierten Küchen, die mit großer Fachkompetenz, fundiertem Sachverstand und einem reichen Erfahrungsschatz ihren an „Bio“ interessierten Kollegen mit Rat und Tat zur Seite stehen. Was zu tun und zu beachten ist, wenn man mit dem Einsatz von Bio-Produkten werben will, und sei es nur die Verwendung des Wortes „Bio“ oder „Öko“ in der Speisekarte, ist in einer Kurzbroschüre „Bio mit Brief und Siegel in Gastronomie und Hotellerie“



nachzulesen, die DEHOGA-Mitglieder kostenlos bei den Landesverbänden beziehen können. Die Broschüre steht zudem auf der DEHOGA-Homepage zum Download bereit. Weiterführende Informationen finden sich auch unter www.bio-siegel.de.

2010 erfolgt und das Vorhaben wurde mittlerweile bewilligt.

Weitere Schwerpunkte der Tagung waren die Vorstellung der Initiative „Klima Hotels Deutschland“, ein Vortrag der Firma CO₂OL zum Thema CO₂-Fußabdruck und die Information über neueste gesetzgeberische Entwicklungen zu den Themen Energieeffizienz und Energetische Gebäudesanierung.

Arbeitskreis Umwelt

Am 2. November 2010 traf sich im Verbändehaus in Berlin der Arbeitskreis Umwelt des DEHOGA. Zwischen den Teilnehmern aus den DEHOGA Landesverbänden und Fachverbänden fand wieder ein reger Austausch zu den verschiedensten Umweltthemen statt. Der AK Umwelt kam einstimmig zu dem Ergebnis, dass das Projekt der Energiekampagne Gastgewerbe in Form des neuen DEHOGA Energie- und Umweltkonzeptes inkl. des DEHOGA Umweltchecks fortgeführt werden sollte. Die Beantragung des Projektes beim Bundesumweltministerium ist im Dezember



Biomentor und Vorsitzender des AK Umwelt: Ullrich Langhoff vom Restaurant Lippeschlösschen in Wesel.

Urheberrecht und Rundfunkgebühren

Urheberrecht

Rechtliche Einordnung

Das Urheberrechtsgesetz gibt jedem Urheber eines künstlerischen Werkes das Recht, sein Werk zu vervielfältigen, zu verbreiten und öffentlich wiederzugeben. Will ein Dritter das Werk gewerblich nutzen, so muss er hierzu die Einwilligung des Urhebers einholen. Da es den Urhebern praktisch nicht möglich ist, ihre Urheberrechte einzeln zu vertreten, haben sie nach dem Urheberrechtsgesetz/Urheberrechtswahrnehmungsgesetz die Möglichkeit, ihre Rechte und Ansprüche durch Verwertungsgesellschaften geltend machen zu lassen.

GEMA und Bundesvereinigung der Musikveranstalter

Die GEMA vertritt in Deutschland die Aufführungs-, Vervielfältigungs- und Senderechte von über 60.000 Komponisten, Textdichter oder Musikverleger, die bei ihr Mitglied sind. Damit ist sie die für das Gastgewerbe bedeutendste Verwertungsgesellschaft für musikalische Werke. Auf der anderen Seite haben sich die Musikkonsumenten zur Bundesvereinigung der Musikveranstalter (BVMV)

zusammengeschlossen, um in einer starken Gemeinschaft den mächtigen Verwertungsgesellschaften entgegen treten zu können. Die BVMV verhandelt allen Verwertungsgesellschaften die Höhe der einschlägigen Tarife und schließt entsprechende Gesamtverträge ab. Den Mitgliedern der BVMV/des DEHOGA wird aufgrund des bestehenden Gesamtvertrages ein Rabatt von 20 Prozent auf alle GEMA-Gebühren eingeräumt.

Mitgliederstruktur

Mitglieder der Bundesvereinigung der Musikveranstalter sind

- der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband e.V. (DEHOGA Bundesverband),
- der Internationale Fachverband Show- und Unterhaltungskunst e.V. (IFSU),
- der Bundesverband Automatenunternehmer e.V. (BA),
- der Europäische Verband der Veranstaltungszentren e.V. (EVVC),
- der Swinging World e.V. (SW),
- der Handelsverband Deutschland e.V. (HDE),
- die Mood Media GmbH und
- die INTERHOGA GmbH.

Entwicklung der Vergütungssätze

GEMA-Tarifveränderungen ab dem 1. Januar 2012

In den sehr harten Verhandlungsrunden in 2010 konnte die Bundesvereinigung zahlreiche kosten-trächtige Forderungen der GEMA erfolgreich abwehren und einen guten, moderaten Tarifabschluss bis Ende 2012 erzielen, der insbesondere der wirtschaftlichen Situation im Gastgewerbe Rechnung trägt. Es kommt daher ab dem 1. Januar 2012 nur zu einer Erhöhung um 0,75 Prozent aller vereinbarten Tarifpositionen. Außer mit der GEMA bestehen weitere Gesamtverträge mit GVL, GÜFA, VG Wort, ZWF und der VG Media.



Vorstand und Geschäftsführer der Bundesvereinigung der Musikveranstalter kämpfen gegen weitere urheberrechtliche Belastungen (v.l.): Wolfgang Steuer, Swinging World, Ernst Fischer, DEHOGA Bundesverband, Dieter Licht, HDE (inzwischen ausgeschieden), RA Stephan Büttner, Geschäftsführer.

GEMA-Handbuch

Die Bundesvereinigung der Musikveranstalter gibt zusammen mit der GEMA aus informationspolitischen Gründen ein GEMA-Handbuch heraus. Das Handbuch soll vor allem den Mitgliedern der Bundesvereinigung der Musikveranstalter die Anwendung der Tarife bzw. die Überprüfung der Verträge und Rechnungen erleichtern.

GVL

Die GVL ist die Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten (sie vertritt Interpreten, Musiker, Tonträgerhersteller, Schauspieler). Die GEMA übernimmt für die GVL das Gebühren-Inkasso. Die Gebühren für die GVL betragen grundsätzlich 20 Prozent der jeweiligen GEMA-Tarife, bei Hörfunk, Fernsehen/Großbildschirme sowie für Tonträgerwiedergabe in Discotheken beträgt der GVL-Aufschlag 26 Prozent. Für die Vervielfältigung von Hörfunksendungen muss ein Aufschlag von 13 Prozent, von Tonträgern von 10 Prozent bzw. in Discotheken von acht Prozent des GEMA-Wiedergabetarifes gezahlt werden.

GVL fordert Erhöhung von 400 Prozent – Rechtsstreit vor dem OLG München

Die GVL hat den bestehenden Vertrag teilweise gekündigt und fordert eine Erhöhung des GVL-Zuschlages von 20 auf 100 Prozent. Zur Begründung führt sie aus, die Rechte der GVL-Mitglieder seien genau so viel wert, wie die Rechte der GEMA-Mitglieder. Der DEHOGA Bundesverband und die Bundesvereinigung der Musikveranstalter haben diese utopischen Forderungen als vollkommen überzogen und unzumutbar zurückgewiesen. Derzeit befindet man sich mit der GVL im Rechtsstreit. Die urheberrechtliche Schiedsstelle hat der GVL im August 2010 eine Erhöhung des Zuschlages von 20 Prozent auf 30 Prozent zugesprochen. Beide Parteien haben diesen Einigungsvorschlag der Schiedsstelle abgelehnt. Die GVL hat darauf hin das Verfahren vor dem OLG

München fortgesetzt werden wird. Eine Entscheidung ist für Ende 2012 zu erwarten.

VG Media und CNN

Mit der VG Media, die derzeit 49 private TV-Sender und 69 private Rundfunksender vertritt, bestand für den Zeitraum 2005 bis 2009 mit der Bundesvereinigung der Musikveranstalter bzw. mit dem DEHOGA ein Gesamtvertrag bezüglich Hotelweiterleitung (§§ 87, 20, 20b UrhG), wonach Mitglieder nur 4,60 Euro pro Zimmer/Jahr, Nichtmitglieder hingegen 6,80 Euro pro Zimmer/Jahr zahlen mussten.

Nach langen, schwierigen Verhandlungen konnte eine Fortsetzung dieser Vereinbarung für den Zeitraum 2010 bis 2013 getroffen werden, wobei auch im Jahr 2010 für Mitglieder nur 4,60 Euro, ab 2011 bis 2013 dann fünf Euro pro Zimmer/Jahr zu zahlen sind. Das Inkasso hat die VG Media ab 2010 auf die GEMA übertreten. Das bedeutet, dass Hotels zukünftig nur noch eine Rechnung hinsichtlich der urheberrechtlichen Nutzung für die Kabelweiterleitung von Signalen erhalten.

Vor dem Hintergrund, dass sich in den letzten Monaten weitere TV-Sender wie CNN, Euronews, Eurosport, Al Jazeera, Bibel TV etc. der VG Media angeschlossen haben, fordert diese nunmehr eine Erhöhung der urheberrechtlichen Gebühren. Die Verhandlungen hierzu sind noch nicht abgeschlossen.

OLG München reduziert CNN-Forderungen erheblich

Großer Erfolg für das Gastgewerbe: Im Gerichtsverfahren gegen den Nachrichtensender CNN hat das OLG München mit zwischenzeitlich rechtskräftigem Urteil vom 30. Juni 2011 den jahrelang geführten Rechtsstreit beendet. Ergebnis: Die Gebühr für die Weiterleitung von CNN wurde deutlich reduziert. Die Richter sahen zwar die Weiterleitung des CNN-Programms auf die Hotelzimmer als vergütungspflichtige Urheberrechtsnutzung an,



hielten aber die von CNN geforderte Lizenzgebühr für völlig unangemessen und reduzierten diese zugunsten des beklagten Flughafenhotels auf nunmehr nur noch 0,19 Euro pro Zimmer/Jahr.

Das Urteil des OLG München bestätigt die rechtlichen Bedenken der Verbände und stellt einen wichtigen Erfolg der deutschen Hotellerie gegen die ausufernde Gebührenbelastung durch urheberrechtliche Verwertungsgesellschaften und Sendeunternehmen dar. Durch diese gerichtliche Entscheidung konnte von der Hotellerie in Deutschland in den letzten Jahren eine urheberrechtliche Belastung in Millionenhöhe abgewehrt werden. Zum Hintergrund: CNN ist bereits im Jahr 2003 an zahlreiche Hotelbetriebe herangetreten und hat eine Gebühr von 29,20 Euro pro Zimmer und Jahr für die Hotelweitersendung des CNN-Programms auf die Zimmer gefordert.

BGH-Urteil zur Kabelweitersendung

DEHOGA und Bundesvereinigung der Musikveranstalter hatten in den letzten Jahren Zweifel an der Forderung der VG Media gegenüber den Beherbergungsbetrieben, die ihre Programmsignale – im Gegensatz zum Satellitenempfang – per Kabel ins Haus geliefert bekommen. In einem über mehrere Jahre dauernden Rechtsstreit hat der BGH mit Urteil aus November 2009 festgestellt, das so genannte Kabelhotels grundsätzlich nicht Sendender und somit urheberrechtlich nicht verantwortlich sind. Leider besteht noch keine Rechtssicherheit, da VG Media und auch GEMA das Urteil als eine Einzelfallentscheidung ansehen. Es ist daher mit weiteren gerichtlichen Verfahren vor Amts- oder

Landgerichten zu rechnen. Der DEHOGA hat hierzu für Verbandsmitglieder ein ausführliches Merkblatt mit weiteren Informationen und Handlungsempfehlungen herausgegeben.

Rundfunkgebühren

In Zeiten der Medienkonvergenz gilt das bestehende Rundfunkgebührensysteem als zunehmend ungerecht, antiquiert und deshalb als längst überkommen. Diese Erkenntnis hat sich auch bei der Mehrzahl der Ministerpräsidenten durchgesetzt, die im Laufe des Berichtszeitraumes eine grundlegende Reform der Rundfunkfinanzierung beschlossen haben. Danach wird ab der Gebührenperiode 2013 ein neues System der Rundfunkfinanzierung in Deutschland eingeführt. Nach dem 15. Rundfunkänderungsstaatsvertrag wird ein geräteunabhängiger Rundfunkbeitrag erhoben, den sowohl jeder Haushalt als auch jeder Betrieb zu zahlen hat.

Bei Betrieben wird eine Staffelung eingeführt, nach der abhängig von der Anzahl der Beschäftigten mindestens ein Drittel einer vollen Rundfunkgebühr (bei bis zu acht Beschäftigten) bis hin zu 180 Rundfunkbeiträgen bei 20.000 oder mehr Beschäftigten zu zahlen ist. Ein Rundfunkbeitrag soll dabei, wie bisher, bei 17,98 Euro liegen. Die ursprünglich geplante Staffelung, die auf Drängen des DEHOGA und weiterer Wirtschaftsverbände leicht korrigiert wurde, sah bereits ab fünf Beschäftigten einen vollen Rundfunkbeitrag vor, und hätte auch im Übrigen bei Kleinstbetrieben zu massiven Mehrbelastungen geführt. Nachstehend die Staffelung des Staatsvertrages:

Ein Rundfunkbeitrag beträgt 17,98 Euro	Beitrag in Euro
ein bis acht Beschäftigte (ein Drittel des Rundfunkbeitrags)	5,99 Euro
neun bis 19 Beschäftigte (einen Rundfunkbeitrag)	17,98 Euro
20 bis 49 Beschäftigte (zwei Rundfunkbeiträge)	35,96 Euro
50 bis 249 Beschäftigte (fünf Rundfunkbeiträge)	89,90 Euro
250 bis 499 Beschäftigte (zehn Rundfunkbeiträge)	179,80 Euro
500 bis 999 Beschäftigte (20 Rundfunkbeiträge)	359,60 Euro
1.000 bis 4.999 Beschäftigte (40 Rundfunkbeiträge)	719,20 Euro
5.000 bis 9.999 Beschäftigte (80 Rundfunkbeiträge)	1.438,40 Euro
10.000 bis 19.999 Beschäftigte (120 Rundfunkbeiträge)	2.157,40 Euro
20.000 oder mehr Beschäftigte (180 Rundfunkbeiträge)	3.236,40 Euro (Maximalbeitrag)

Beschäftigte im Sinne dieser Staffelung sind alle sozialversicherungspflichtig zum vorangegangenen Jahresende Beschäftigten im Jahresdurchschnitt. Hat ein Inhaber mehrere Betriebsstätten, müssen für jede Betriebsstätte nach der Anzahl der Beschäftigten Rundfunkbeiträge gezahlt werden. Darüber hinaus ist jeweils ein Drittel einer Rundfunkgebühr für jedes Hotel- und Gästezimmer zu zahlen.

Auch wenn die Umstellung auf einen geräteunabhängigen Rundfunkbeitrag aus Sicht des DEHOGA richtig ist, kann das neue Finanzierungsmodell zu erheblichen Verwerfungen führen. Es ist falsch und systemwidrig, neben allen Haushalten, die einen Rundfunkbeitrag zu zahlen haben, auch Betriebe in die Beitragspflicht einzubeziehen. Denn Rundfunknutzer können letztlich nur die einzelnen Bürger sein. Daher wäre es konsequent gewesen, die Unternehmen bzw. Betriebsstätten von der Zahlungspflicht auszunehmen. Denn die Mitarbeiter und die Inhaber in den Betrieben entrichten bereits als Bürger einen Rundfunkbeitrag.

Der DEHOGA hat sich in der Vergangenheit für die Umstellung auf einen geräteunabhängigen Rundfunkbeitrag eingesetzt. Damit können künftig Nachforschungen der GEZ zu Anzahl und Art der Empfangsgeräte entfallen. Dies führt zu einer Minimierung der Verwaltungskosten und damit zu erheblichen Einsparungen bei den Rundfunkanstalten. Ein Gastronomiebetrieb mit 50 Beschäftigten zahlt heute, wenn ein Fernseher im Gastraum aufgestellt und ggf. noch ein Radio vorhanden ist, insgesamt knapp 24 Euro pro Monat an Rundfunkgebühren. Dieser Betrieb muss nach dem neuen Modell zukünftig knapp 90 Euro pro Monat bezahlen. Das sind pro Jahr ca. 780 Euro mehr an Rundfunkgebühren, was eine Gebührenssteigerung von 375 Prozent bedeutet!

Noch schlechter gestellt sind die Filialbetriebe, die für jede einzelne Betriebsstätte, auch wenn keine Rundfunkgeräte vorhanden sind, Gebühren zahlen müssen. Nach einer Abfrage des DEHOGA

bei Filialbetrieben führt die Anwendung des neuen Modells zu erheblichen Mehrbelastungen bis hin zu einem Vielfachen der heutigen Rundfunkgebühren!

Gerade in der personalintensiven Gastronomie, in der auch viele Teilzeitkräfte beschäftigt sind, muss gewährleistet sein, dass bei der Berechnung der Anzahl der Mitarbeiter diese hochgerechnet werden auf sozialversicherungspflichtige Vollzeitstellen.



Gerecht wäre es, wenn auf die Beschäftigtenzahl des Unternehmens insgesamt, und nicht auf die der einzelnen Betriebsstätten, abgestellt wird. Eine zusätzliche Belastung der Hotellerie mit Rundfunkgebühren ist darüber hinausgehend systemwidrig, wenn das neue Finanzierungssystem geräteunabhängig ausgestaltet ist, und dennoch für jedes Hotelzimmer zusätzlich ein Drittel einer Rundfunkgebühr, zusätzlich zum Grundbeitrag nach der Beitragsstaffel, gezahlt werden soll. Auch hier gilt, dass durch die Gebührenpflicht aller Haushalte die Gäste, die die Hotelzimmer bewohnen, als auch die Mitarbeiter und der Hotelier bereits ihren Beitrag zur Rundfunkfinanzierung geleistet haben. Eine Vervielfachung des Beitrages insbesondere in gastronomischen Betrieben ab 50 Beschäftigte ist weder sachgerecht noch zumutbar. Richtig und konsequent wäre es, die Betriebe gänzlich von Rundfunkgebühren zu befreien.

3.



Fokus Gastronomie

Mehr als 30 politische Branchenbrennpunkte hat der DEHOGA für 2011/2012 definiert. Neben den Top-Themen standen für die Gastronomie im letzten Jahr Fragen zur Alkoholpolitik, zum Jugendschutz und zum Gaststättenrecht sowie die Konsequenzen der Rauchverbote in den Bundesländern im Fokus. Plattform für den Erfahrungsaustausch der Unternehmer zu diesen und weiteren aktuellen Problemstellungen ist der Beirat Gastronomie



Alkoholpolitik und Jugendschutz

Das Gastgewerbe steht in der Verantwortung, die Vorschriften des Jugendschutzes zu achten. Jugendschutz hat in unserer Branche Priorität!

Jugendschutz geht alle an!

In der Nachfolge der bereits seit 2005 bestehenden Informationskampagne „Jugendschutz – Wir halten uns daran“ unterstützt der DEHOGA Bundesverband auch den aktuellen Nationalen Aktionsplan „Jugendschutz aktiv“ des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.



Partnerseite www.jugendschutz-aktiv.de

Weiter stellt der DEHOGA über seine Landesverbände sowie über den DEHOGA Shop das hochwertige A3-Plakate „Jugendschutz geht alle an!“ zur Verfügung. Auch der Verpflichtung eines jeden Gastronomen zum Aushang des Jugendschutzgesetzes kann im DEHOGA Shop unter www.dehoga-shop.de kostengünstig nachgekommen werden.

Jugendschutz und Alkoholprävention

Der DEHOGA Bundesverband verkennt nicht, dass wegen eines teilweise ausufernden Alkoholkonsums Jugendlicher Handlungsbedarf besteht.

Jedem muss klar sein: Wer gegen das Jugendschutzgesetz verstößt, muss mit Bußgeldern und im Wiederholungsfall mit dem Konzessionsentzug rechnen. Der DEHOGA hat daher bereits frühzeitig an die Betriebe appelliert, Flatrate-Partys oder „All you can drink“-Angebote zu unterlassen. Die Unternehmer haben sich damit deutlich zu ihrer Verantwortung bekannt, wenn es darum geht, Alkoholmissbrauch bei jungen Menschen wirksam zu bekämpfen.

Auszug aus einem Beschluss des Großen Vorstands vom 29. März 2007:

„Wer glaubt, seine Geschäfte mit der Abgabe von Spirituosen an Jugendliche machen zu können, denkt kurzfristig, handelt illegal, riskiert seine berufliche Existenz und schädigt das Image der Branche.“

Der DEHOGA arbeitet seit Jahren eng mit anderen Verbänden der betroffenen Branchen wie der Bundesvereinigung der deutschen Ernährungsindustrie, dem Handelsverband Deutschland, dem Deutschen Brauer-Bund, der Deutschen Wein-Akademie und dem Bundesverband der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure zusammen, um konstruktiv seinen Beitrag zu geeigneten Maßnahmen der Alkoholprävention zu leisten.

Seit der Gründung der „Schulungsinitiative Jugendschutz“ (SchuJu) im Oktober 2007 ist der DEHOGA Kooperationspartner dieser Kampagne des Bundesverbandes der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure (BSI). Über zeitgemäße Informationsmaterialien und deren Integration in die Aus- und Weiterbildung stärkt SchuJu das Bewusstsein für einen verantwortungsvollen Umgang mit Alkohol und vertieft das Wissen der Mitarbeiter in Handel und Gastronomie. Der DEHOGA empfiehlt den Einsatz von SchuJu in Berufsschulen, Weiterbildungseinrichtungen und



Der Fokus auf eine Reduzierung des Pro-Kopf-Verbrauchs ist dagegen nicht der richtige Indikator für eine erfolgreiche Alkoholprävention. Denn schon seit Jahren sinkt der durchschnittliche Alkoholkonsum (Erwachsener wie Jugendlicher) in Deutschland, während missbräuchliches Verhalten Einzelner nicht weniger wird. Seit Jahren haben aufgrund eines wachsenden Gesundheits- und Problembewusstseins alkoholfreies Bier und Softdrinks Konjunktur im Gastgewerbe. Daher fordert der DEHOGA insbesondere:

in der betrieblichen Unterweisung von Auszubildenden, Hilfs- und Fachkräften. Denn qualifizierte und sensibilisierte Mitarbeiter sind die Voraussetzung dafür, dass Alkohol nicht unberechtigt an Kinder und Jugendliche abgegeben wird.

Aufklären statt neuer Verbote

Die allermeisten Gastronomen wissen um ihre besondere Verantwortung. Klar ist aber auch, dass Alkoholmissbrauch Jugendlicher oftmals außerhalb der konzessionierten Gastronomie stattfindet. Alle gesellschaftlichen Gruppen (Eltern, Lehrer, Ausbilder und Trainer in Vereinen) sind aufgerufen, einen verantwortlichen Umgang mit Alkohol zu vermitteln.

Wer dagegen nach dem Gesetzgeber ruft, der löst nicht das Problem des übermäßigen Alkoholkonsums Jugendlicher. Denn Verstößen gegen geltendes Recht und Kontrolldefiziten bei den Ordnungsbehörden kann man nicht mit schärferen Gesetzen wirksam begegnen.

Konzentration auf Alkoholmissbrauch

Wer Problemverhalten in Bezug auf Alkohol, wie Alkoholkonsum im Straßenverkehr oder in der Schwangerschaft, das so genannte Binge-Drinking oder eben jugendlichen Alkoholkonsum effektiv reduzieren will, der muss seine Aktivitäten auf den Alkoholmissbrauch konzentrieren.

- Keine Preis- und Steuererhöhungen: Sie führen nicht zum gewünschten moderaten Konsum, sondern erhöhen Schwarzhandel und illegale Produktion.
- Keine weitere Absenkung der Promillegrenze: Die bestehende 0,5-Promille-Grenze gewährleistet bereits die Verkehrssicherheit. Alkoholbedingte Verkehrsunfälle werden zum allergrößten Teil von Fahrern mit weit höheren Blutalkoholwerten verursacht. Eine weitere Absenkung trifft dagegen die große Mehrheit der verantwortungsvollen Konsumenten, die nach dem moderaten Konsum von Bier auf das Auto als Verkehrsmittel angewiesen sind.



Gaststättenrecht

Durch die Föderalismusreform im Jahr 2006 ist das Gaststättenrecht in die Gesetzgebungskompetenz der Länder gefallen. Jedes Bundesland wird nun ein eigenes Gaststättengesetz erlassen. Bis es soweit ist, gilt in den einzelnen Bundesländern das Bundesgaststättengesetz fort.

In Sachen Gesetzgebung hat das Land Brandenburg im September 2008 die Vorreiterrolle übernommen und in enger Abstimmung mit dem DEHOGA Brandenburg das erste Gaststättengesetz auf Länderebene verabschiedet. Die Forderungen des DEHOGA nach effektivem Bürokratieabbau wurden erfüllt. So wurde in Brandenburg die Erlaubnispflicht völlig abgeschafft und durch ein personenbezogenes Anzeigeverfahren ersetzt. Wird Alkohol ausgeschenkt, gibt es eine nachgelagerte Zuverlässigkeitsprüfung.

Gestattungen für kurzfristige gastronomische Veranstaltungen gibt es dort künftig ebenfalls

nicht mehr. Stattdessen muss die Veranstaltung mindestens zwei Wochen vorher angezeigt werden. Diese Anzeige wird auch der Finanzverwaltung zu Kontrollzwecken übermittelt.

Dieser Liberalisierung sind nun auch die Länder Thüringen, Saarland und Sachsen gefolgt und haben ein Landesgaststättengesetz mit nahezu gleichlautenden Regelungen erlassen. Bremen hat ebenfalls ein Landesgaststättengesetz verabschiedet, das allerdings an einer Erlaubnispflicht für Gastronomen festhält, die Alkohol ausschenken. Das IHK Unterrichtsverfahren gibt es in allen fünf Bundesländern allerdings nicht mehr.

Der DEHOGA fordert, dass nach dem Vorbild Brandenburgs, Thüringens, des Saarlandes und Sachsens in allen Gaststättengesetzen die Erlaubnispflicht entfällt. In Deutschland könnten so jährlich rund 80 Millionen Euro an Konzessionsgebühren eingespart werden.



Mit der Erlaubnispflicht fallen auch die Gestattungen für kurzfristige gastronomische Veranstaltungen sowie das IHK-Unterrichtungsverfahren weg. Die Gestattungen sollten wie in vorerwähnten Ländern durch eine Anzeigepflicht mindestens zwei Wochen vor der geplanten Veranstaltung samt Weitergabe der Anzeige an das Veterinär- und Finanzamt ersetzt werden, was auch zu einer effektiveren Kontrollmöglichkeit der Straßen- und Scheunenfeste führen würde.

An dieser Stelle ist das Sächsische Gaststättengesetz hervorzuheben, das im Gesetz direkt definiert, unter welchen Voraussetzungen eine kurzfristige gastronomische Veranstaltung durchgeführt werden darf.

Die Streichung des IHK-Unterrichtungsverfahrens in seiner jetzigen Form, der reinen Anwesenheitspflicht ohne Prüfung, stellt keinen Verlust dar. Ein qualifizierter Sachkundenachweis – wie vom DEHOGA immer gefordert – wäre jedoch aus verfassungsrechtlichen Gründen auch auf Landesebene nicht realisierbar.

Der Wegfall des Unterrichtsverfahrens sollte deshalb zum Anlass genommen werden, eine bundesweite Qualifizierungsoffensive zu starten. Für diejenigen, die sich professionell durch die Teilnahme an DEHOGA-Seminaren und DEHOGA Akademie-Veranstaltungen vorbereiten, könnte es dann bevorzugt Banken- oder Brauereigeld zum Start in die Selbstständigkeit geben.

Rauchverbote

Wirtschaftliche Auswirkungen der Rauchverbote

Seit Inkrafttreten der ersten Rauchverbote in der zweiten Jahreshälfte 2007 in Baden-Württemberg, Hessen und Niedersachsen hat kein anderes Thema die DEHOGA-Geschäftsstellen so intensiv beschäftigt. Während die speisegeprägte Gastronomie sowie Hotels überwiegend gut mit



den neuen Regelungen zum Nichtraucherschutz zurechtkamen, wuchs der wirtschaftliche Druck auf die Betreiber getränkegeprägter Kleinbetriebe und Discotheken innerhalb kurzer Zeit immens.

DEHOGA ruft das Bundesverfassungsgericht an – mit Erfolg!

Im Interesse der zahlreichen massiv betroffenen Kneipen, Bars und Discotheken hat der DEHOGA nach sorgfältiger gutachterlicher Prüfung Verfassungsbeschwerden betroffener Gastronomen aus Baden-Württemberg und Berlin beim Bundesverfassungsgericht unterstützt. Am 30. Juli 2008 entschied das Gericht, dass das generelle Rauchverbot für kleine Kneipen und Bars ist verfassungswidrig sei. Das höchste deutsche Gericht hat die wirtschaftliche Betroffenheit insbesondere der Eckkneipen anerkannt und eine Lösung aufgezeigt, die respektiert und gut umgesetzt wird.

In Folge des Urteils des Bundesverfassungsgerichts waren alle Länder aufgefordert, gesetzliche Neuregelungen zum Nichtraucherschutz bis

Ende des Jahres 2009 zu finden. Fast alle verabschiedeten Nichtrauchererschutzgesetze orientieren sich an den Vorgaben des Bundesverfassungsgerichts.

Heute sind die meisten Gaststätten rauchfrei. Allgemein gilt: Dort, wo gegessen wird, wird nicht geraucht. Die in den vielen Ländern geltenden Rauchverbote mit den klar definierten Ausnahmen für Nebenräume und Eckkneipen tragen dem Nichtraucherschutz und Jugendschutz Rechnung. Gleichzeitig berücksichtigen sie die Wünsche der rauchenden Gäste und der Wirte. Der DEHOGA ist der Ansicht, dass Regelungen mit Augenmaß und gegenseitige Rücksichtnahme für das Funktionieren einer Gemeinschaft besser sind als ständige Verbote.



Die Gesetzgeber in Hamburg und im Saarland haben sich dagegen für ein ausnahmsloses Rauchverbot entschieden. In Hamburg darf in den Restaurants, in denen Speisen angeboten werden, generell nicht mehr geraucht werden. Nur in der getränkegeprägten Gastronomie, die über einen separaten Raucherraum verfügt, darf in Hamburg noch geraucht werden. In Bayern wurde durch einen Volksentscheid am 4. Juli 2010 das absolute Rauchverbot ohne jegliche Ausnahmen mit Wirkung zum 1. August 2010 eingeführt. Seit Beginn des Jahres 2011 darf auch nicht mehr auf dem Münchner Oktoberfest in den Bierzelten geraucht werden (*mehr dazu im Kapitel 8*).

DEHOGA
BUNDESVERBAND

Nichtraucherschutzgesetze in den Bundesländern – Synopse zu den Landesgesetzen –

Beachten Sie auch die Rechtsentwicklung des Bundesverfassungsgerichts vom 08. Juli 2008 sowie die Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts zum Nichtraucherschutz vom 09. März 2009 sowie die Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts zum Nichtraucherschutz vom 09. März 2009.

Bundesland	Adaptation zum Bundesgesetz	Erweiterungen im Bereich Gaststätten	Abweichende Nebenräume	Deliktzone	sonstige Infos	Praxis
Bayern
Hamburg
Saarland

Die Synopse zu den Landesgesetzen zum Nichtraucherschutz.

Service des DEHOGA: Synopse zu den Landesgesetzen zum Nichtraucherschutz

Der DEHOGA Bundesverband hat eine Synopse zu den einzelnen Nichtraucherschutzgesetzen und dem Verfahrensstand der Gesetzgebung in den Bundesländern gefertigt, die unter www.dehoga.de heruntergeladen werden kann.

Beirat Gastronomie

Der Beirat Gastronomie kam in diesem Jahr am 29. und 30. August 2011 auf Einladung des DEHOGA Hessen unter dem Vorsitz von Waldemar Fretz in Wiesbaden zusammen. Im Beirat Gastronomie sind alle Landesverbände sowie die Fachverbände und Fachabteilungen aus dem Fachbereich Gastronomie vertreten. Regelmäßig findet in den Sitzungen ein umfassender Erfahrungsaustausch zur wirtschaftlichen Situation der Branche sowie zu aktuellen Problemstellungen statt.

Im Vordergrund der Herbstsitzung des Beirates Gastronomie stand das Thema reduzierter Mehrwertsteuersatz für die Gastronomie. Die Sitzungsteilnehmer waren sich einig, dass diese Forderung nach wie vor das wichtigste Branchenanliegen sei. DEHOGA-Präsident Ernst Fischer versicherte, dass die Forderung nach Einführung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes für die Gastronomie auf der politischen Agenda des DEHOGA auf Platz eins stehe und er sich nach wie vor mit vollem Nachdruck insbesondere bei allen politischen Gesprächen dafür einsetze. Weiterer Gesprächsgegenstand war auch das Thema Rauchverbote in den Bundesländern. Über die aktuellen Entwicklungen in den Bundesländern wurde ausführlich berichtet.

Kritisch wurde von den Sitzungsteilnehmern die Möglichkeit der Eintragung von Meinungen in Internet-Bewertungsplattformen gesehen. Diese sei aufgrund der Anonymität oft übertrieben herabwertend. Es gäbe bei vielen Bewertungsplattformen keine Kontrolle der Betreiber.

Weiteres aktuelles Thema der Beiratssitzung war die in der politischen Diskussion befindliche Restaurantampel. Es wurde ausführlich dargestellt, wie der aktuelle Diskussionsstand der Verbraucherschutzminister und der Lebensmittelkontrolleure ist. Weiterhin wurde das neue Hygienepaket des DEHOGA vorgestellt, mit dem die Gastronomie sehr gut für die nächste Hygienekontrolle gewappnet ist (*mehr dazu in Kapitel 2.5*).



Waldemar Fretz,
Vorsitzender des Beirates Gastronomie im DEHOGA

Neben den Sachthemen wurde die Beiratssitzung durch Fachvorträge bereichert. Thomas Kiefer von der Content Management AG berichtete über erfolgreiche Gastronomie im Internet und professionelle Web-Lösungen. Ein Vertreter der BGN informierte die Beiratsmitglieder über Gefahren, die von Schankanlagen ausgehen. Natürlich waren auch die aktuellen Verhandlungen mit Verwertungsgesellschaften und das CNN-Urteil Thema auf der Beiratssitzung.

4.



Fokus Hotellerie

Ein echtes Erfolgsprodukt des DEHOGA ist die Deutsche Hotelklassifizierung. Über 8.200 Hotels dürfen sich derzeit mit dem repräsentativen Messingschild schmücken, das die Anzahl der verliehenen Sterne darstellt. Das System der Hotelsterne hat sich durchgesetzt und bewährt. Auf europäischer Ebene arbeitet der DEHOGA an einer Harmonisierung der Systeme und ist mit der Gründung der Hotelstars Union dabei ein gutes Stück vorangekommen. Mehr Informationen zu den Aktivitäten des DEHOGA auf dem Gebiet der Hotel- und G-Sterne sowie zum Hotel-Benchmarking mit STR Global und zum Deutschen Hotelführer finden sich auf den folgenden Seiten.



Klassifizierungen

Deutsche Hotelklassifizierung

Markenprodukt

Bereits seit 1996 bietet der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband auf freiwilliger Basis die Deutsche Hotelklassifizierung an, welche nach bundesweit einheitlichen Kriterien durchgeführt wird. Die Sterne ermöglichen dem Gast Transparenz und Sicherheit und eröffnen den teilnehmenden Beherbergungsbetrieben durch einschlägiges Marketing verbesserte Absatzchancen.



Ein Schild der Deutschen Hotelklassifizierung

Eine Werbeanzeige für die Deutsche Hotelklassifizierung. Oben links ist das Logo der Deutschen Hotelklassifizierung (vier Sterne) zu sehen. Die Hauptansicht zeigt eine lächelnde Hotelangestellte in einem dunklen Blazer vor einem Hintergrund, der einen Hotelkorridor zeigt. Darunter steht in großen, fetten, schwarzen Buchstaben 'VERTRAUEN SIE DEN STERNEN!'. Darunter befindet sich ein gelber Pfeil, gefolgt von dem Text 'MEHR TRANSPARENZ UND SICHERHEIT FÜR DEN GAST'. Ein Textblock erklärt, dass die Deutsche Hotelklassifizierung mit ihren fünf international anerkannten Kategorien eine verlässliche Entscheidungshilfe bei der Wahl eines Hotels bietet. Rechts daneben ist ein kleines Bild der Sterne der Klassifizierung zu sehen. Unten rechts steht der Text 'WEITERE INFOS UNTER WWW.HOTELSTERNEN.DE'.

Anzeige der Deutschen Hotelklassifizierung

Die Deutsche Hotelklassifizierung ist ein Markenprodukt von internationalem Standard, das regelmäßig an die sich ändernden Gästeerwartungen und Markttrends angepasst wird. Dadurch wird garantiert, dass beispielsweise technische Neuerungen und neue Urlaubstrends aufgegriffen und in die Anforderungen eingearbeitet werden. Die letzte Fortschreibung der Kriterien erfolgte im Sommer 2009, so dass die Hotelbetriebe nun

mehr nach 270 gästeorientierten und aktuellen Aspekten bewertet werden. Es werden Kriterien wie Zimmerausstattung und Dienstleistungsangebot bewertet, die ein aussagekräftiges Raster über Beherbergungsbetriebe legen. Dank der Sterne weiß der Gast, welche Angebote und Leistungen geboten werden und kann sich individuell darauf einstellen.

Der Fachbereich Hotellerie des DEHOGA legt die Bewertungskriterien und -modalitäten der Deutschen Hotelklassifizierung verbindlich fest und sorgt für deren bundesweit einheitliche Anwendung. Die Klassifizierung selbst wird von den Bundesländern durch eigene Klassifizierungsgesellschaften durchgeführt.

Die Kriterien der Deutschen Hotelklassifizierung unterteilen sich in Mindest- und fakultative Kriterien. Die Mindestkriterien müssen von jedem Betrieb für eine bestimmte Sternekategorie erfüllt werden und stellen den Standard dar, der für die jeweilige Kategorie in jedem Fall gegeben sein muss. Zudem werden Punkte mit fakultativen Kriterien gesammelt. Hier kann das Hotel seinen Schwerpunkt, wie zum Beispiel einen Wellness- oder Tagungsbereich, in Punkte umsetzen. Die Betriebe, die deutlich mehr Punkte erhalten haben, als für ihre Sternekategorie notwendig, erhalten den Zusatz „Superior“. Es gilt: Je höher die Sternekategorie, desto mehr Mindestanforderungen und zusätzliche Leistungen müssen erfüllt werden.

Die Klassifizierung erfolgt anhand eines vom Hotelier ausgefüllten Erhebungsbogens, der per elektronischer Datenverarbeitung vorläufig ausgewertet wird. Anschließend wird jeder einzelne Betrieb von einer Klassifizierungskommission vor Ort überprüft. Erst dann werden die Sterne verliehen, die für drei Jahre gültig sind. Um die Neutralität der Bewertung zu gewährleisten, gehören den entsprechenden Kommissionen in der Regel sowohl Vertreter der zuständigen Tourismusorganisationen als auch des Gastgewerbes an. Verbleibende Unstimmigkeiten werden letztendlich in einem Schiedsstellen- oder Schlichtungsverfahren bei den Industrie- und Handelskammern ausgeräumt. Einer illegitimen Eigenvergabe von Sternen durch die Beherbergungsbetriebe selbst wird durch die Deutsche Hotelklassifizierung ein wirksamer Riegel vorgeschoben.

Die Klassifizierung erfolgt nur auf freiwilliger Basis. Da die Kriterien im Internet zum Download zur Verfügung stehen (siehe www.hotelsterne.de), ist das System vollkommen transparent; jeder Betrieb hat die Möglichkeit, seine voraussichtliche

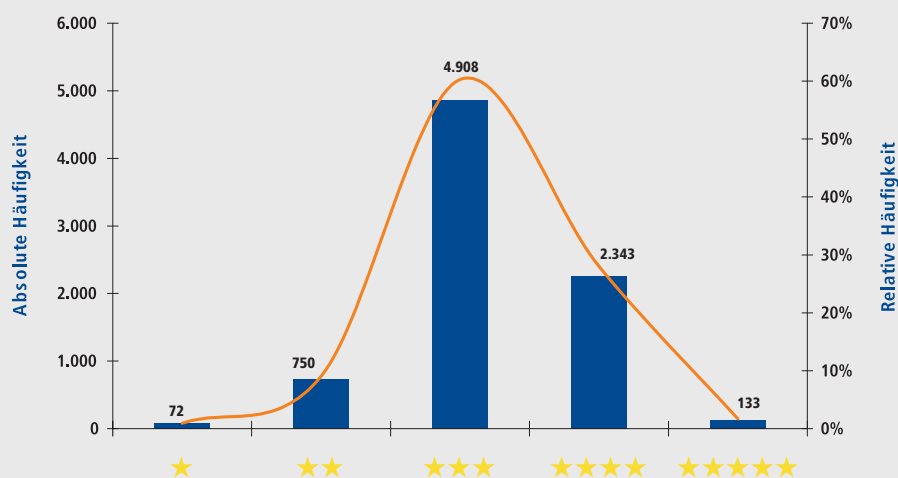


Einstufung zu ermitteln. An der Deutschen Hotelklassifizierung können sich alle Beherbergungsbetriebe mit mehr als acht Betten beteiligen.

Sachstand

Die Deutsche Hotelklassifizierung stellt eine Erfolgsgeschichte dar. In den fünfzehn Jahren des Bestehens zählt die Deutsche Hotelklassifizierung heute mehr als 8.000 gültig klassifizierte Betriebe. Tendenz: steigend. Insgesamt sind mittlerweile rund 40 Prozent aller Hotels und Hotels garni nach den Kriterien der Deutschen Hotelklassifizierung klassifiziert. Die meisten Betriebe sind im mittleren Segment, dem 3-Sterne Bereich, zu finden.

Ergebnisse der Deutschen Hotelklassifizierung



Quelle: www.hotelsterne.de, Stand Juli 2011

Ergebnisse der Deutschen Hotelklassifizierung nach Bundesländern

Bundesland	★	★★	★★★	★★★★	★★★★★	Anzahl
Baden-Württemberg	4	79	937	336	19	1.375
Bayern	11	155	1.072	484	23	1.745
Berlin	3	34	117	99	10	263
Brandenburg	4	15	95	45	4	163
Bremen	1	17	29	18	1	66
Hamburg	3	22	54	43	9	131
Hessen	3	61	285	142	13	504
Mecklenburg-Vorpommern	2	6	136	143	9	296
Niedersachsen	5	82	502	230	8	827
Nordrhein-Westfalen	15	95	535	323	11	979
Rheinland-Pfalz	5	108	441	128	3	685
Saarland	1	13	27	18	1	60
Sachsen	6	12	195	104	4	321
Sachsen-Anhalt	3	3	137	66	1	210
Schleswig-Holstein	4	34	186	93	13	330
Thüringen	2	14	160	71	4	251
Summe	72	750	4.908	2.343	133	8.206
Relative Häufigkeit	0,9%	9,1%	59,8%	28,6%	1,6%	100%

Quelle: www.hotelsterne.de, Stand Juli 2011

Ergebnisse der Deutschen Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen nach Bundesländern

Bundesland	G★	G★★	G★★★	G★★★★	Anzahl
Baden-Württemberg	0	32	121	1	154
Bayern	3	64	212	3	282
Berlin	0	0	1	0	1
Brandenburg	0	10	11	0	21
Bremen	0	0	0	0	0
Hamburg	0	0	0	0	0
Hessen	0	6	33	3	42
Mecklenburg-Vorpommern	0	0	10	2	12
Niedersachsen	0	13	46	2	61
Nordrhein-Westfalen	6	25	57	0	88
Rheinland-Pfalz	4	17	59	6	86
Saarland	0	3	2	0	5
Sachsen	0	14	36	2	52
Sachsen-Anhalt	0	3	11	0	14
Schleswig-Holstein	0	3	9	0	12
Thüringen	0	11	39	0	50
Summe	13	201	647	19	880
Relative Häufigkeit	1,5%	22,8%	73,5%	2,2%	100,0%

Quelle: www.hotelsterne.de, Stand Juli 2011

Deutsche Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen

Das Reiseland Deutschland verfügt neben dem Hotelmarkt auch über viele kleinere Beherbergungsbetriebe, die durch einen fehlenden Tagungs-, Wellness- oder Restaurantbereich unbillige Ergebnisse bei einer Einstufung gemäß Deutscher Hotelklassifizierung erzielen würden. Um auch diesen Häusern eine auf sie zugeschnittene Klassifizierung bieten zu können, wurde die Klassifizierung für Gasthäuser, Gasthöfe und Pensionen vom Deutschen Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA Bundesverband) in Kooperation u.a. mit dem Deutschen Tourismusverband (DTV) zum 1. Juli 2005 eingeführt. Die Resonanz auf die G-Klassifizierung ist positiv: Bis Mitte des Jahres 2011 haben sich schon fast 900 Betriebe klassifizieren lassen.

Die Deutsche Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen wendet sich an Beherbergungsbetriebe mit nicht mehr als 20 Gästezimmern, die keinen Hotelcharakter aufweisen. Zur Unterscheidbarkeit der Klassifizierungssysteme für den Gast wird den Sternen stets ein „G“ vorangestellt. Wie bei ihrer „großen Schwester“, der Deutschen Hotelklassifizierung, sorgt eine strenge und regelmäßige Überprüfung der Häuser und Kriterien für eine hohe Akzeptanz der neuen Sterne am Klassifizierungshimmel in Deutschland.



Ein Schild der Deutschen Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen.



Anders als bei der Hotelklassifizierung gab es bei der G-Klassifizierung bis 2011 nur vier Sternekategorien – die Auszeichnung von fünf Sternen existierte bei der Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen nicht. In 2010 und 2011 wurden die Kriterien der G-Klassifizierung überarbeitet und an die sich ändernden Gästeerwartungen angepasst. Am 1. Juli 2011 sind die fortgeschriebenen Kriterien erfolgreich in Kraft getreten. Durch die Weiterentwicklung der Kriterien erfolgt bei der G-Klassifizierung zukünftig die Einstufung in Kategorien von einem bis zu fünf Sternen. Der nun hinzugekommene fünfte Stern sorgt für Transparenz der Kategorien bei in- und ausländischen Gästen.

Die Kriterien der Deutschen Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen, hilfreiche Definitionen und Musterseiten zur Darstellung in Gastgeberverzeichnissen sind im Internet unter der Adresse www.g-klassifizierung.de verfügbar.

Einheitliche Hotelsterne

Die Hotelverbände aus Deutschland, der Niederlande, Österreich, Schweden, der Schweiz, Tschechien und Ungarn gründeten im Dezember 2009 die „Hotelstars Union“. Unter der Schirmherrschaft von HOTREC – Hospitality Europe haben die Mitglieder ein gemeinsames Klassifizierungssystem in ihren Ländern eingeführt. In 2011 sind auch Estland, Lettland, Litauen und Luxemburg der Sternefamilie beigetreten.

präsentativen Gästebefragung, die im Auftrag des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes (DEHOGA) und des Fachverbandes Hotellerie der Wirtschaftskammer Österreich von TNS Infratest durchgeführt wurde, modernisiert. Die Studie gab Aufschluss über sich verändernde Gästeerwartungen und belegte den hohen Stellenwert der Sterne für die Hotelauswahl.

Mit der Weiterentwicklung der Kriterien und einer noch besseren Abstimmung werden Syner-



Die Sternefamilie in Europa wächst weiter.

Das Fundament der einheitlichen Hotelsterne bilden die 21 Prinzipien von HOTREC, dem europäischen Dachverband für Hotels, Restaurant und Cafés in Europa, die alle Mitglieder der „Hotelstars Union“ für bindend erklärten. Mit den 21 Prinzipien einigten sich die Länder auf grundlegende Standards für die Hotelklassifizierung: Fünf Kategorien, Vergabe der Sterne nur nach Kontrolle des Betriebes, Einhaltung der rechtlichen Bestimmungen, Sauberkeit und ein guter Allgemeinzustand, regelmäßige Überprüfung der Kriterien, Anpassung an die Marktbedürfnisse, einfach zugängliche Informationen, usw.

gien genutzt, Anreize zur Steigerung der Qualität gesetzt und die Vermarktung der Angebote gefördert. Der Gast muss seine Anforderungen an ein Hotel nicht mehr dem jeweiligen Land anpassen oder im Reisekatalog die Erläuterungen des Veranstalters lesen, sondern kann sich zunehmend auf einen Standard ohne Grenzen verlassen.



Das Logo der Hotelstars Union.

Darauf aufbauend wurde der Kriterienkatalog optimiert und mithilfe der Ergebnisse einer re-

Weitere Informationen finden sich unter www.hotelstars.eu.

Hotel-Benchmarking mit STR Global



STR Global ist der Marktführer im weltweiten Hotel-Benchmarking. Das Unternehmen geht aus einem Zusammenschluss des in London ansässigen HotelBenchmark Survey von Deloitte und The Bench sowie dem in Nordamerika operierenden Unternehmen Smith Travel Research (STR) aus dem Jahre 2008 hervor.

Der Hotel Survey von STR Global hat sich in den letzten Jahren zu einem der weltweit größten seiner Art entwickelt und umfasst derzeit rund 44.000 Hotels mit über 5.5 Millionen Zimmern. Allein in Deutschland nehmen rund 800 Hotels teil. Der Betriebsvergleich entspringt dem Bedürfnis der Hotellerie nach objektiven und verlässlichen Hotelkennzahlen und Marktindikatoren.

Detaillierte Informationen über Hotelmarktdaten, Industriestatistiken und weltweite Trends sind auch für die laufende Arbeit des Fachbereichs Hotellerie im DEHOGA von größter Bedeutung. Aus diesem Grund unterstützt der Hotelverband

Deutschland (IHA) bereits seit Jahren den Hotel Survey von STR Global für Deutschland. Auch die Fachgruppen Hotels aller Landesverbände im DEHOGA werben für eine möglichst breite Teilnahme am Betriebsvergleich von STR Global unter ihren Mitgliedern.

Welche Vorteile bietet den Hoteliers eine aktive Teilnahme, welche für die Hotellerie in Deutschland kostenlos ist?

- Über die interaktive Internetseite www.strglobal.com bietet STR Global den Teilnehmern online eine große Auswahl spezieller Datenanalysen für deren Regionen und Städte an. So kann täglich, wöchentlich und monatlich die Entwicklung von Zimmerauslastung, Durchschnittspreisen und Durchschnittserträgen verfolgt werden.
- Darüber hinaus stehen bei einer Teilnahme jährliche Rentabilitätsstudien zur Entwicklung der Betriebsergebnisse zur Verfügung.





- Ein Hotelmarkt Forecast, bestehend aus einer Hoteldatenprognose für ausgewählte deutsche Städte, ist ebenso im Produktportfolio zu finden.
- Ferner können als weitere Option auch individuelle Vergleiche mit mindestens vier unmittelbaren Wettbewerbern angefertigt werden. Hotelergebnisse werden hierbei in einem zusammengefassten Format erstellt. Hierbei gibt es spezielle Angebote für Mitglieder.

Der Erhebungsbogen erfasst in der Minimalversion lediglich die monatlichen individuellen Hotelangaben über verfügbare und belegte Zimmer sowie den Logisumsatz (nach Abzug der Umsatzsteuer und des Frühstücks) und ist auch im Internet als elektronisches Formular erhältlich (www.strglobal.com).

Um ein Hotel mit sofortiger Wirkung in den Betriebsvergleich einbeziehen zu können, benötigt STR Global lediglich einmalig zusätzlich zu den

laufenden Monatsdaten auch die monatlichen Betriebsergebnisse für den Zeitraum Januar bis Dezember des vergangenen Jahres.

Selbstverständlich wird allen Teilnehmern strengste Vertraulichkeit ihrer Daten garantiert! Individuelle Hotelergebnisse werden unter keinen Umständen preisgegeben. Nur aufgrund der strikten Verschwiegenheitsgarantie konnte sich STR Global zu dem führenden Informationspool für die Hotellerie entwickeln.

Interessierte Hoteliers wenden sich bitte (gerne auch auf deutsch) an Matthias Schulthess, Business Development Executive, E-Mail: mschulthess@strglobal.com.

Für Rückfragen steht darüber hinaus auch Tobias Warnecke vom Hotelverband Deutschland (IHA) in Berlin (E-Mail: office@hotellerie.de, Fon 030/59009969-0) gerne zur Verfügung.

Deutscher Hotelführer

Der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA Bundesverband) gibt jährlich den Deutschen Hotelführer heraus, in dem alle Hotels farbig und mit Bild präsentiert werden. Zudem bildet der Deutsche Hotelführer die Leistungen der Hotels sowie die offiziellen Sterne der Deutschen Hotelklassifizierung ab.

Das gebundene Buch und die Internet-Version machen den Deutschen Hotelführer zu einem topaktuellen und multimedialen Produkt.

Die enge Zusammenarbeit mit Unternehmen und Verbänden der Tourismusbranche wirkt sich positiv auf die Verbreitung der Produkte aus und steigert den Bekanntheitsgrad.

Über die Hotelsuche des Deutschen Hotelführers im Internet unter www.hotelguide.de können sich Reisende aus der ganzen Welt kostenlos in deutscher und englischer Sprache informieren und eine passende Unterkunft finden.



Weitere Informationen sind erhältlich bei:

Matthaes Verlag GmbH

Silberburgstraße 122
70176 Stuttgart

Fon 0711/21 33-334
Fax 0711/21 33-377

hotelguide@matthaes.de
www.hotelguide.de

Als umfassendster Hotelführer Deutschlands bietet er für jeden Anspruch das richtige Haus – sei es die gemütliche Pension auf dem Land oder das luxuriöse Hotel in der Stadt. Dank seiner Vielfalt ist er ein unverzichtbares Hilfsmittel für jeden, der zuverlässig und schnell eine Übernachtungsmöglichkeit finden möchte.

5.



Initiativkreis Gastgewerbe

Bei seinem Einsatz für Hotellerie und Gastronomie weiß der DEHOGA Bundesverband den Initiativkreis Gastgewerbe fest an seiner Seite. Der Initiativkreis ist der einzigartige Schulterschluss auf Bundesebene zwischen der Branche und der gastgewerblichen Zulieferindustrie. Die Mitglieder des Initiativkreises haben erkannt: Zulieferindustrie und Gastgewerbe können nur bei einer wachstumsfreundlichen Wirtschaftspolitik erfolgreich sein.





Eine starke Partnerschaft für die Zukunft der Branche

„Wenn es dem Gastgewerbe gut geht, dann profitiert auch die Zulieferindustrie“ – unter diesem Motto schlossen sich 1996 die führenden Unternehmen der gastgewerblichen Zulieferindustrie im Initiativkreis Gastgewerbe zusammen. Seit nunmehr 15 Jahren kann der DEHOGA Bundesverband auf den Initiativkreis Gastgewerbe als einen wichtigen Unterstützer und unentbehrlichen Förderer der Branche bauen. Heute engagieren sich mehr als 40 Top-Unternehmen im Initiativkreis und tragen so maßgeblich zum Gelingen der Veranstaltungen und Initiativen des DEHOGA bei. Der Initiativkreis Gastgewerbe wird als feste Größe in der Welt der Gastronomie und Hotellerie wahrgenommen.

Von Brauereien über Foodproduzenten bis Einrichter und Ausstatter – der Initiativkreis ist ein exklusiver Kreis von ausgewählten Markenfirmen, deren umfangreiches Produktportfolio die Vielfältigkeit dieses Kreises widerspiegelt.



Dr. Claus Stauder, Vorsitzender des Initiativkreises Gastgewerbe.



Das Zusammenwirken von DEHOGA und Initiativkreis ist der erfolgreiche und einzigartige Schulterschluss von Gastgewerbe und Zulieferindustrie auf Bundesebene. Die Fördermitglieder werden in einem Förderbeirat zusammengefasst, der das Präsidium des DEHOGA auf Bundesebene in allen branchenpolitischen Fragen berät. Als langjähriger Vorsitzender steht Dr. Claus Stauder, Inhaber der gleichnamigen Privatbrauerei in Essen und ehemaliger Präsident des Deutschen Tennis Bundes, dem Initiativkreis vor.

Gemeinsam kommunizieren, erfolgreich wirken

Ob in Anzeigen zu Branchenevents oder zu politischen Themen – die Mitglieder des Initiativkreises Gastgewerbe werden stets an prominenter Stelle positioniert. Der Initiativkreis Gastgewerbe tritt als Mitherausgeber verschiedener DEHOGA-Produkte in Erscheinung, so zum Beispiel bei Imagebroschüren, Info-Flyern oder auf Teilnehmermappen bei Branchenveranstaltungen. Über die gemeinsamen exklusiven Auftritte bei Messen und Branchenveranstaltungen des DEHOGA hinaus nutzen die Mitglieder das Initiativkreislogo auch für ihre eigene Kommunikation. So findet sich das markante Motiv mittlerweile auf vielen Messeständen, auf Briefbögen und in Anzeigen der einzelnen Mitglieder. Ein Gütesiegel hat sich entwickelt und etabliert.

**Starker Auftritt der Mitglieder des Initiativkreises
Gastgewerbe beim DEHOGA-Branchentag am
23. November 2011 im Hotel InterContinental Berlin.**



01



02



03



04



05



06



07



08



09



10

01 Genießen die Kaffee-Pause: Ralf-D. Gnewkow (r.) und DEHOGA-Präsident Ernst Fischer.

02 Das erste Mal dabei: Petra Bavendieck und Roel van de Velde (r.) mit DEHOGA-Präsident Ernst Fischer.

03 Wolfgang Schmidt (l.) und Franko Voigt (r.) nehmen DEHOGA-Präsident Ernst Fischer in ihre Mitte.

04 Bier-Profis bei Warsteiner: Lothar Menge (l.) und DEHOGA-Präsident Ernst Fischer.

05 Auf diese Partner ist Verlass: Andreas Schneider (2.v.r.) und Natascha Brandenburg sowie Frank Grossmann (r.) mit DEHOGA-Präsident Ernst Fischer.

06 Ralph Kölch (r.) und Jens Christen (l.) informieren DEHOGA-Präsident Ernst Fischer über ihre neuesten Produkte.

07 Ralf Hübner (l.), Silvio Koch (r.) und Bettina Bohnert (2.v.l.) begrüßen DEHOGA-Präsident Ernst Fischer und Claudia Johannsen von der Hamburg Messe an ihrem Stand.

08 Burkhard Randel (l.) und Dietmar Zapf (r.) präsentieren ihre Lösungen für die Gastronomie DEHOGA-Präsident Ernst Fischer und den fast 1.000 Branchentagsbesuchern.

09 DEHOGA-Präsident Ernst Fischer (2.v.l.) heißt Manfred Meuser (r.), Axel Gelhot (2.v.r.) und Hans-Georg Wegner (l.) in Berlin willkommen.

10 Yves Becker (M.) und sein Team erklären DEHOGA-Präsident Ernst Fischer (2.v.r.) ihre Ideen, um Energie zu sparen.

Fotovermerk: Alle Bilder Alois Müller

Vorsprung durch Wissen bei den Veranstaltungen des Initiativkreises

Neben dem individuellen Austausch in Gesprächen und auf Veranstaltungen trifft sich das Who-is-Who der Zulieferer zu seinen Initiativkreistagungen. Der DEHOGA Bundesverband berichtet den Mitgliedern des Kreises aus erster Hand über politische Brennpunkte, aktuelle konjunkturelle Entwicklungen und Branchentrends. Neben erfolgreichen Gastromachern referieren auf den Tagungen Experten aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft.

Die Frühjahrstagung im malerischen Aying

Vom 4. bis 5. Mai 2011 kamen die Mitglieder des Initiativkreises Gastgewerbe zu ihrer Frühjahrssitzung im traditionsreichen Brauereigasthof Hotel Aying in Oberbayern zusammen, um über Trends, Erfolgsmodelle und Zukunftsstrategien zu referieren und mit den Teilnehmern zu diskutieren.

Im Anschluss an die Eröffnung der Tagung durch Dr. Claus Stauder informierten DEHOGA-Präsident Ernst Fischer und DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges über die aktuelle politische Arbeit des DEHOGA. Danach erklärte Stefan Bruckner, Director of Marketing der Bewerbungsgesellschaft München 2018 GmbH, die Kommunikationsstrategie der Bewerbung von München und Garmisch Partenkirchen als Austragungsort

Hatten für die Initiativkreistagung in Aying spannende und informative Vorträge im Gepäck.



Jürgen Knauss, Stephan Gerhard und Stefan Bruckner.



Der Brauereigasthof Hotel Aying vor malerischer Kulisse – Veranstaltungsort der Frühjahrssitzung des Initiativkreises Gastgewerbe.

der Olympischen und Paralympischen Winterspiele 2018 und zeigte die positiven Effekte für den Tourismus und die Zulieferindustrie auf. Wie Marketing mit Freunden und Fans via Facebook, Twitter & Co. funktioniert stellte Medienprofi Michael Cramer, Geschäftsführer von ALT&CRAMER, vor.

Die Erfolgsunternehmer Thomas Hirschberger, Geschäftsführer Sausalitos Holding, und Ulrich N. Brandl, Inhaber des ULRICHSHOF Baby & Kinder Bio-Resort und DEHOGA Bayern-Präsident, portraitierten ihre Betriebe und verrieten ihre Erwartungen an die Zulieferindustrie. Branchenanalyst Stephan Gerhard von der TREUGAST Solutions Group wartete mit den für die Initiativkreismitglieder exklusiven Hotelinvestment-News 2011 auf. Einer der erfolgreichsten Markenmacher Deutschlands der Werbepionier Jürgen Knauss, Chairman der renommierten Agentur Heye & Partner, sprach über „Marken, Macher, Medien: Anforderungen an moderne Kommunikation.“ Darüber hinaus präsentierten die Mitgliedsfirmen Ecolab und GUBSE, vertreten durch Regional Division Manager Michael Werz und Key Account Manager Manfred Ehlert ihre Unternehmen und Geschäftsstrategien für den gastgewerblichen Markt in Deutschland und Europa.

Großen Zuspruch fand die sich an den ersten Sitzungstag anschließende Führung durch die traditionsreiche Ayingener Brauerei. Das stilvolle Am-

Jede Menge Marktanalysen, Unternehmerenergie und konkrete Anregungen für den Geschäftsalltag gab es bei der Herbsttagung.

biente des Brauereigasthofs gepaart mit der perfekten und herzlichen Gastfreundschaft des Inhaber- und Betreiberehepaars Angela und Franz Inselkammer und den kulinarischen Künsten von Senior-Küchenchef Josef Rampl boten den Teilnehmern einen hervorragenden Rahmen für gewinnbringende Gespräche am Abend.

Die Herbsttagung in der letztjährigen Kulturhauptstadt Europas

Die Herbsttagung des Initiativkreises fand am 17. und 18. November 2011 im ATLANTIC Congress Hotel Essen statt.

Die Bedeutung des Initiativkreises Gastgewerbe betonte der Vorsitzende Dr. Claus Stauder. DEHOGA-Präsident Ernst Fischer und DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges gaben einen Überblick über die Lage und die aktuellen Branchenbrennpunkte. Über die HOGATEC 2012, ihren neuen Standort und das neue Konzept, berichtete Egon Galinnis, Geschäftsführer der Messe Essen GmbH. Konzepte, Trends und die aktuellen Herausforderungen standen im Fokus des Unternehmertalks mit Erhan Baz, Geschäftsführer von Mr. Chicken, Gelsenkirchen, Frank Buchheister, Geschäftsführer von Road Stop, und Hans-Hubert Imhoff, Geschäftsführer Imhoff GmbH/Parkhaus Hügel.

Rolf W. Schmidt, Geschäftsführender Gesellschafter von der The Business Target Group, ging in seinem Vortrag der Frage nach: „Wo sind meine neuen Kunden?“ und stellte das neue Produkt TARGETaround vor. Unter dem Titel „Kreativität – mysteriöser Zufall oder systematischer Prozess?“ bewies Florian Rustler, Innovationsexperte, Chinakenner, Gründer und Inhaber der Agentur creaffective, dass es sehr wohl gelingen kann, gezielt neue Ideen zu entwickeln. Einen Überblick über die aktuelle politische Lage kam vom ALT&CRAMER-Geschäftsführer Michael Cramer bevor die Geschäftsführer von METRO Cash & Carry Deutschland Dr. Stephan Rüschen



Machte Lust auf die HOGATEC 2012: Egon Galinnis.



Gastronomen aus Leidenschaft: Erhan Baz, Frank Buchheister und Hans-Hubert Imhoff im Gespräch mit DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges.



Rolf W. Schmidt beantwortet die Frage „Wo sind meine neuen Kunden?“.



Florian Rustler testet die Kreativität der Tagungsteilnehmer.



Michael Cramer analysiert die politische Lage.



Dr. Stephan Rüschen (l.) und Jan Gerlach (r.) präsentieren das Leistungsportfolio von METRO.



Plattform für Infos und Kontakte: Die Tagung des Initiativkreises am 17./18. November 2011 in Essen. DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges informiert über die Brennpunkte der Branche und stellt die neuen Produkte und Initiativen des DEHOGA vor.

und Jan Gerlach das Geschäftsmodell, das Leistungsportfolio und das Konzept ihres Unternehmens demonstrierten. Ein emotionaler Höhepunkt war die Verabschiedung zweier langjähriger Mitglieder des Initiativkreises. Seit 1999 vertrat Heinrich Wurster die Bitburger Braugruppe im Initiativkreis. Manfred Sussmann engagierte sich seit 2002 für CONVOTHERM in diesem für die Branche so wichtigen Zusammenschluss. Reichlich Gelegenheit zum Austausch in entspannter Atmosphäre gab es bei der Gastro-Tour durch Essen. Auf dem Programm standen das Restaurant Vincent & Paul im Folkwang-Museum, das Schlosshotel Hugenpoet sowie die traditionsreichen Bars Ampütte und Plan b.

Darüber hinaus veranstaltete der Initiativkreis Gastgewerbe das Forum Systemgastronomie anlässlich der Anuga am 10. Oktober 2011 in Köln (mehr dazu im Kapitel 6.1).



Dank für langjährige herausragende Unterstützung: Der Initiativkreisvorsitzende Dr. Claus Stauder (2.v.r.), DEHOGA-Präsident Ernst Fischer (r.) und DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges verabschieden Manfred Sussmann (2.v.l.) und Heinrich Wurster aus dem Initiativkreis.



Von München nach Essen: Der bayerische Starkoch und Begründer der euro-aisatischen Küche Frank Heppner erklärt das Konzept und die Idee seines Restaurants Vincent & Paul in Essen anlässlich der Initiativkreistagung am 17. November 2011.



Herausragende Förderer der Branche: Rainer Noll (r.) und Robert Krumme von der Bitburger Braugruppe hier bei den Deutschen Jugendmeisterschaften in den gastgewerblichen Ausbildungsberufen 2011.



Herrenrunde: Star-Friseur und Unternehmer Udo Walz (2.v.l.) zu Gast am Stand des engagierten Initiativkreismitglieds Develey beim DEHOGA-Branchentag am 23. November 2010 in Berlin mit Hans-Günter Borchers (r.), Franz Leitner (2.v.r.) und Marco Wening.



Die Top-Veranstaltung des Initiativkreises: Das Forum Systemgastronomie am 11. Oktober 2011 anlässlich der Anuga in Köln.

Full House beim Forum Systemgastronomie: Ohne den Initiativkreis könnte der DEHOGA solch eine Veranstaltung nicht organisieren.



Das Motto des Initiativkreises ist Programm – auch beim Forum: Der Vorsitzende des Kreises Dr. Claus Stauder (l.) mit DEHOGA-Präsident Ernst Fischer und DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges.



Treffpunkt der Gastro-Szene: Initiativkreismitglied Bernd Stark (r.) von SALOMON FoodWorld zusammen mit Axel Fassbach (l.) und Frank Sasse von Hallo Pizza.



Der Vorsitzende des Initiativkreises Dr. Claus Stauder (l.) begrüßt den Sportrepräsentanten im Auswärtigen Amt und ehemaligen FIFA- und WM-Schiedsrichter Walter Eschweiler zum wichtigsten Systemgastronomie-Event im Herbst.



Branchen-Talk: Initiativkreismitglied Peter Häusler von Nestlé Schöller (r.) und der damalige Vorsitzende und Gründungsvorsitzende der DEHOGA-Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie Axel Fischer von der Bayer Gastronomie.

6.



Aus unseren Fachabteilungen

Im DEHOGA sind die vier Fachabteilungen Systemgastronomie, Gemeinschaftsgastronomie, Bahnhofsgastronomie und Discotheken zusammengeschlossen. Sie vertreten die speziellen Anliegen der in ihnen organisierten Unternehmen. Dabei nehmen die Fachabteilungen die ideellen, beruflichen, gewerbspolitischen und steuerlichen Belange der einzelnen Branchensegmente wahr. Die Fachabteilungen bündeln und koordinieren die entsprechenden sozial- und tarifpolitischen Interessen.



Fachabteilung Systemgastronomie

20 Jahre Fachabteilung Systemgastronomie – Gemeinsam stark!

Ein starkes Jubiläum: Was 1991 mit 13 Systemen begann, ist heute ein schlagkräftiger Zusammenschluss von 55 Unternehmen der Markengastronomie in Deutschland. Die bunte Palette reicht vom alteingesessenen, mittelständischen Familienunternehmen bis zur deutschen Tochtergesellschaft eines internationalen Konzerns, von Verkehrsgastronomen bis zu Handelsgastronomen, von Steakhaus-Ketten über Fastfood-Spezialisten bis hin zu trendigen Konzepten aus der Kommunikationsgastronomie. Die Systemgastronomie-Unternehmen von heute danken den Gründervätern von damals – allen voran dem Gründungsvorsitzenden Dr. Erich Kaub und der heutigen DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges – für ihre Weitsicht und ihr Engagement!

2011 sind mit dem Multi-Konzept-Player Enchilada Unternehmensgruppe, den Dodenhof-Shoppingcentern und den Thermen- und Bäder-spezialisten der Interspa-Gruppe erneut drei starke Mitgliedsunternehmen dazu gekommen. Bei den Sandwich-Machern von Subway haben wir seit Jahresbeginn die Deutschland-Mutter an Bord.

Auch „in her Twenties“ präsentiert sich die Fachabteilung Systemgastronomie als dynamische Plattform und starke Interessenvertretung des Wachstumssegments Systemgastronomie auf Bundesebene.

Lobbying und Networking – die Säulen der täglichen Arbeit

Die Fachabteilung bringt die wachsende Bedeutung des gastronomischen Spezialsegments hinsichtlich Wirtschaftskraft und Arbeitsplatzangebot in das DEHOGA-Verbandsgeschehen und in Politik und Öffentlichkeit ein. Die Erfahrungen aus der betrieblichen Praxis der Mitglieder fließen direkt in die Lobbyarbeit des Verbandes ein.

Die Fachabteilung hat den satzungsmäßigen Zugang zu allen Entscheidungsgremien des DEHOGA. Ihre Vertreter arbeiten seit Jahren engagiert in den DEHOGA-Bundesausschüssen für Arbeitsmarkt- und Tarifpolitik, Berufsbildung und Steuern mit. Auch in den Gremien der Berufsgenossenschaft BGN sind nach den diesjährigen Sozialwahlen wieder zahlreiche Systemer vertreten.

Die Fachabteilung Systemgastronomie im DEHOGA

Vorstand

- Thomas Hirschberger (Sausalitos Holding GmbH), Vorsitzender
- Uwe Büscher (Maredo Restaurants Holding), stellv. Vorsitzender
- Stefan Fehr (McDonald's Deutschland Inc.), Beisitzer
- Dierk Kraushaar (Stockheim GmbH & Co. KG), Schatzmeister

Geschäftsführung

- Sandra Warden, DEHOGA Bundesverband



Starke Stimmen für die Systemgastronomie – der Vorstand und die Geschäftsführung der Fachabteilung Systemgastronomie: Vorsitzender Thomas Hirschberger (M.) mit Stellvertreter Uwe Büscher (2.v.r.), Beisitzer Stefan Fehr (r.) und Schatzmeister Dierk Kraushaar (l.) sowie Sandra Warden, Geschäftsführerin der Fachabteilung.

Lösungsorientierte Angebote für Mitglieder

Ein regelmäßiger Rundschreibendienst hält die Mitgliedsfirmen permanent auf dem Laufenden über Aktivitäten und neue Gesetze sowie deren Konsequenzen für die betriebliche Praxis. Problemthemen, die sich im Alltagsgeschäft eines Systemers ergeben, werden aufgegriffen und entsprechende Lösungsangebote entwickelt. Zum tarifpolitischen Geschehen in den DEHOGA-Landesverbänden wird nicht nur informiert, sondern konkret Einfluss genommen. Zahlreiche Mitglieder der Fachabteilung sind in den Tarifkommissionen der Landesverbände vertreten. Als bundesweite tarifliche Alternative wurde 1997 von einer eigens gebildeten Tarifgemeinschaft der Spezialtarifvertrag Systemgastronomie geschaffen, der in diesem Jahr neu verhandelt wird. Auf den mindestens zweimal jährlich stattfindenden Mitgliederversammlungen steht der Erfahrungsaustausch zur Geschäftsentwicklung und zur Personalsituation im Vordergrund.

Nachwuchssicherung heißt Zukunftssicherung

Von wahrhaft vitaler Bedeutung ist das Thema Aus- und Weiterbildung. Denn die Sicherheit des Managementnachwuchses bedeutet Zukunftssicherung – für das Einzelunternehmen genauso wie für die gesamte Branche.

Fachmann/Fachfrau für Systemgastronomie

Dass es der Fachabteilung Systemgastronomie als Initiator und treibender Kraft im Jahre 1998 gelang, gemeinsam mit vielen engagierten Mitstreitern aus Firmen und Berufsbildungswesen den Fachmann/die Fachfrau für Systemgastronomie als Ausbildungsberuf zu etablieren, kann sie sich als einen ihrer größten Erfolge auf die Fahnen schreiben. Die Ausbildung erfährt Lob von allen Seiten. So würdigte die Wirtschaftsfachzeitschrift „food-service“ vom Deutschen Fachverlag

in Frankfurt am Main dieses Gemeinschaftswerk im Jahr 2002 mit der Verleihung des „Hamburger Preises“ und im Februar 2009 mit dem Special „Fit for the Future“ zum Jubiläum. Zufriedenheit und Optimismus der Azubis und der Ausbildungsunternehmen lassen wenig Wünsche offen.

Ausbildungsverhältnisse Fachmann/-frau für Systemgastronomie in allen drei Ausbildungsjahren



Quelle: DIHK; Stand März 2011

Auch zahlenmäßig hat sich die Ausbildung zum Fachmann/Fachfrau für Systemgastronomie gut entwickelt. Während im allerersten Ausbildungsjahr 395 Azubis an den Start gingen, sind wir heute bei über 3.000 neuen Azubis jährlich. Rund 6.500 junge Menschen befinden sich aktuell in der Ausbildung. Allerdings sind aufgrund der demografischen Entwicklung in den letzten Jahren Rückgänge zu verzeichnen – eine Riesen-Herausforderung für die Nachwuchsarbeit der Branche.

Fachkraft im Gastgewerbe

Die duale Berufsausbildung ist mit Abstand die wichtigste Quelle für den Fachkräftenachwuchs in der Markengastronomie. Neben der anspruchsvollen managementorientierten Ausbildung der Fachleute für Systemgastronomie nutzen viele Unternehmen der Systemgastronomie in den letzten Jahren auch zunehmend die differenzierten

Möglichkeiten, die ihnen das duale System der gastgewerblichen Berufe bietet, um Jugendlichen mit unterschiedlichem Leistungsvermögen eine solide Berufsperspektive zu bieten. So richtet sich die zweijährige Ausbildung zur „Fachkraft im Gastgewerbe“ an eher praktisch begabte Jugendliche und stellt einen Einstieg mit Zukunft in gewerbliche Aufgaben auch im systemgastronomischen Restaurant dar. Nach Erreichen des Berufsabschlusses kann die Ausbildung mit dem Ausbildungsziel „Fachmann/-frau für Systemgastronomie“ fortgeführt werden; Durchlässigkeit ist also gegeben.

Fachwirt/in im Gastgewerbe

Logische Konsequenz einer guten Ausbildung: Die weitere Investition in die Fortbildung. Die 2002 insbesondere für die Fachleute für Systemgastronomie geschaffene IHK-Aufstiegsfortbildung zum Fachwirt im Gastgewerbe wird derzeit durch die Sozialpartner aktualisiert und voraussichtlich in eine Bundesverordnung überführt.

Ausbildungsinitiative www.gast-star.de jetzt auch auf Facebook

Die Systemer-Ausbildung dokumentiert auf breiter Front Attraktivität und Wachstumschancen

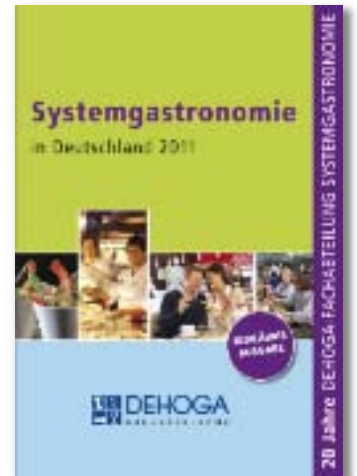


www.facebook.com/gaststar

dieses Branchensegments. Die Unternehmen der Systemgastronomie sind großartige Ausbilder und Arbeitgeber – nur weiß das noch nicht jeder. Um dies zu ändern und um das Image der Systemgastronomie weiter zu verbessern, haben sich viele Ausbildungsunternehmen der Fachabteilung zur Ausbildungsinitiative www.gast-star.de zusammengetan. Seit Herbst 2011 sind die Gast-Stars auch auf Facebook präsent und machen die „Marke Systemgastronomie“ erlebbar.

Broschüre „Systemgastronomie in Deutschland 2011“

Noch ein Jubiläum: Zum zehnten Mal erweist sich in diesem Jahr die DEHOGA-Broschüre „Systemgastronomie in Deutschland“ als die Daten- und Informationssammlung Nummer 1 für das Branchensegment. Welche Unternehmen halten den gastronomischen Wachstumsmotor am Laufen? Welche Firmen bringen den wirtschaftlichen Erfolg? Welche Potenziale können ausgeschöpft werden? Was zeichnet die Systemgastronomie aus? Wo liegen die Probleme, Möglichkeiten und Chancen für Unternehmer, Mitarbeiter und Azubis? Fragen, die immer wieder gestellt werden – von Politikern, der Presse und von interessierten Menschen, die ihre Zukunft in der Gastronomie sehen.



Die Broschüre der Fachabteilung „Systemgastronomie in Deutschland 2011“ hält die passenden aktuellen Antworten parat. Geschichte, wirtschaftliche Entwicklung, Ausbildungsleistung und Karrierechancen: Die Mitgliedsunternehmen der Fachabteilung lassen keine Frage offen und unterstreichen so das positive Image der Branche.

Forum Systemgastronomie mit Nationalem Azubi-Award

Am Morgen des 11. Oktobers trafen sich 700 Unternehmenslenker und Manager aus Gastronomie, Hotellerie und gastgewerblicher Zulieferindustrie im Congress-Centrum Ost der Koelnmesse, um über Trends, aktuelle Herausforderungen und Zukunftsperspektiven zu diskutieren. Das Forum Systemgastronomie 2011 des Initiativkreises Gastgewerbe im DEHOGA, das in dieser Form bereits zum 21. Mal stattfand, stellte sich einmal mehr als absolute Wissens- und Innovationsplattform der Branche heraus.



Hausherr Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse, zeigte sich in seinem



Treffpunkt der Branche: Das Forum Systemgastronomie 2011 in Köln.

Grußwort erfreut über die hohe Anziehungskraft der Messe und des Forums auf die Branche der Gastlichkeit.

DEHOGA-Präsident Ernst Fischer sprach anschließend in seinem Bericht aus Berlin über die Lage des Gastgewerbes, unterstrich die Branchenforderung nach einem einheitlichen reduzierten Mehrwertsteuersatz für Gastronomie und Hotellerie und erteilte unverhältnismäßigen Prangersystemen wie dem Hygiene-Smiley eine klare Absage.



01 Spricht über die Lage des Gastgewerbes und fordert verlässliche Rahmenbedingungen von der Politik: DEHOGA-Präsident Ernst Fischer.

02 Zeigt sich erfreut über die hohe Anziehungskraft der Messe und des Forums auf das Gastgewerbe: Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse Gerald Böse.

03 Analysiert scharfsinnig die gegenwärtige Situation in Deutschland und richtet deutliche Worte ans Publikum: Jurist, Autor und ehemaliger sächsischer Ministerpräsident Kurt Biedenkopf.

04 Stellt in seiner Branchenbilanz 2011 die aktuellen Zahlen des Außer-Haus-Marktes dar: Jochen Pinsker, Senior Vice President Foodservice Europe/npdgroup deutschland GmbH.

05 Gewährt seinen Zuhörern einen echten Wissensvorsprung mit seinem Vortrag zu den Trend-Inspirationen 2012: Gastro-Trend-Experte Pierre Nierhaus.

06 Berichtet von Catering und Gastronomie im Wandel der Zeit: CEO der KOFLER & KOMPANIE AG KP Kofler.

07+08 Moderieren das Forum Systemgastronomie 2011: Ingrid Hartges, DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin, und Stefanie Heckel, DEHOGA-Pressesprecherin.



01



02



03



04



05



06

01 Gemeinsam für die Branche: DEHOGA-Präsident Ernst Fischer, Helmut Otto, Ehrenmitglied des DEHOGA-Präsidiums, RA Christian Ehlers, Vectron-Aufsichtsratschef, und Hans-Albert Hinterkeuser, Kassenprüfer des DEHOGA Bundesverbandes (v.l.).

02 Geben den Startschuss zum neuen Internetportal www.jobsterne.de: DEHOGA-Präsident Ernst Fischer (l.), DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges und Joachim Eckert vom Matthaes Verlag.

03 Erfolgreiche Award-Teilnehmer im Gespräch mit DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges (2.v.r.): Carolin Schwientek, Ausbildungsberaterin bei Burger King, Markus Becker, 1. Betriebsleiter bei Maredo, und Stefanie Fluck, Zentralbereichsleiterin Marketing bei Stockheim (v.l.).

04 Werden für ihr langjähriges Engagement geehrt: Dierk Kraushaar (l.), Vorsitzender der Jury, sowie sein Stellvertreter Hagen Jankowski.

05 Echte Größen der Branche: Gretel Weiß, Chefredakteurin und Herausgeberin food-service/Food-Service Europe & Middle East, zusammen mit Thomas Hirschberger, Geschäftsführer und Alleingesellschafter der Sausalitos Holding GmbH und Vorsitzender der Fachabteilung Systemgastronomie.

06 Jeder ein Gewinner – die 47 Auszubildenden haben sich bereits in regionalen Meisterschaften oder in ihren Ausbildungsunternehmen für die Teilnahme am 10. Nationalen Azubi-Award qualifiziert.

Als Keynote-Speaker konnte in diesem Jahr Professor Dr. Kurt Biedenkopf gewonnen werden. Der Jurist, Autor und ehemalige sächsische Ministerpräsident referierte in seinem Vortrag „Worauf es jetzt in Politik und Wirtschaft wirklich ankommt“ über die gewaltigen Herausforderungen im Jahr 2011. Die Besucher des Forums genossen die deutlichen Worte und eine scharfsinnige Analyse der gegenwärtigen Situation in Deutschland.



DEHOGA-Präsident Ernst Fischer mit Keynote-Speaker Kurt Biedenkopf, Ministerpräsident a.D., Jurist und Autor.

Jochen Pinsker, Senior Vice President Foodservice Europe/npdgroup deutschland GmbH, präsentierte in seiner aktuellen Branchenbilanz 2011 die neuesten Zahlen, Daten und Fakten des Außer-Haus-Marktes und gab einen Ausblick auf das kommende Jahr.

In guter Tradition kamen auch beim 21. Forum Systemgastronomie erfolgreiche Unternehmer zu Wort. In seiner anschaulichen Präsentation „Trend-Inspirationen 2012: Innovationen aus den Metropolen Asiens, Europas und Amerikas“ machte der internationale Gastro-Trend-Experte Pierre Nierhaus deutlich, welche Neuerungen in der Welt der Gastronomie zu erwarten sind und sorgte so für einen echten Wissensvorsprung bei seinen Zuhörern. Wie er die Entwicklung vom Hoflieferanten Kaiser Wilhelms II zum internationalen Catering-Unternehmen vollzog und das Traditionsunternehmen in den nächsten Jahren weiter voranbringt, erklärte KP Kofler, CEO der KOFLER & KOMPANIE AG, in seinem Vortrag „Von Sports Hospitality bis Pop Up Restaurants: Catering und Gastronomie im Wandel der Zeit“.

Anlässlich des Jubiläumsawards kamen in diesem Jahr drei ehemalige Wettbewerbsteilnehmer zu Wort, die bereits auf eindrucksvolle Karrieren zurückblicken können. Stefanie Fluck, die im Jahr 2004 den 7. Platz erreichte und ihre Ausbildung bei Stockheim absolvierte, verantwortet dort mittlerweile den Zentralbereich Marketing. Markus Becker erkämpfte 2009 für sich und sein damaliges Ausbildungsunternehmen Maredo Restaurants Holding GmbH den 9. Platz. Für

Maredo ist er weiterhin tätig und zwar als 1. Betriebsleiter einer Filiale in Düsseldorf. Carolin Schwientek war noch vor drei Jahren Auszubildende bei Burger King. Heute kümmert sie sich als Ausbildungsberaterin bei Burger King um den Nachwuchs. Sie hat am Azubi-Award 2008 teilgenommen und dort den 9. Platz errungen. Diese Erfolgsgeschichten belegen eindrucksvoll, dass der Ausbildungsberuf Fachmann/Fachfrau für Systemgastronomie ein wahres Sprungbrett für die Karriere ist.



Zwei Tage lang kämpften die angehenden Fachleute für Systemgastronomie um die begehrten Spitzenplätze, wie hier bei der Warenerkennung und der Präsentationsaufgabe.



01



02



03

Strahlende Gewinner des Jubiläumsawards: Goldmedaillengewinner Ben-Oliver Timm (Foto 01), die Zweitplatzierte Susann Zimmermann (Foto 02) und der dritte Sieger Tyll Hartmann, zusammen mit dem Jury-Vorsitzenden Dierk Kraushaar, Dr. Kurt Biedenkopf und DEHOGA-Präsident Ernst Fischer (Foto 03 v.l.).

Um die Arbeitsplatzsuche in Deutschlands Gastronomie und Hotellerie zu vereinfachen, gab die Matthaes Verlag GmbH auf dem Forum Systemgastronomie 2011 zudem den Startschuss für das neue Portal www.jobsterne.de.

Emotionaler Höhepunkt der Veranstaltung war einmal mehr die Siegerehrung der zehn besten Teilnehmer des 10. Nationalen Azubi-Awards Systemgastronomie. 47 angehende Fachleute für Systemgastronomie, die sich entweder in ihren Unternehmen oder über Landesmeisterschaften qualifiziert hatten, nahmen am Jubiläums-Award 2011 der großen Markengastronomen aus der Fachabteilung Systemgastronomie im DEHOGA Bundesverband teil und kämpften um die begehrten ersten Plätze. Zwei Tage lang hatten sie mit Können, Kreativität und Durchhaltevermögen um die Spitzenplätze gerungen. So mussten sie Fragen zum Personalwesen, Controlling, Marketing oder zur Systemorganisation beantworten. Auch das Fachrechnen kam nicht zu kurz. Ein wichtiger Aspekt des Awards war wie jedes Jahr die Warenerkennung. Hier galt es, Gerätschaften

Die Platzierungen

1. Platz	Ben-Oliver Timm, Hallo Pizza
2. Platz	Susann Zimmermann, Joey s Pizza Service
3. Platz	Tyll Hartmann, CITTI Handelsgesellschaft
4. Platz	Franziska Ritter, McDonald's
5. Platz	Sina Brückner, McDonald's
6. Platz	Dominik Frehn, Maredo
7. Platz	Johanna Wurm, Liebenau Service
8. Platz	Natalie Abou Assali, Nordsee
9. Platz	Conny Wolbach, McDonald's
10. Platz	Jessica Birsner, Vapiano

Ewige Bestenliste des Nationalen Azubi-Awards

1. Platz	McDonald's
2. Platz	Hallo Pizza
3. Platz	Maredo
4. Platz	Burger King
5. Platz	NORDSEE
6. Platz	Joey's Pizza Service
7. Platz	LSG Sky Chefs
8. Platz	Stockheim
9. Platz	Marché
10. Platz	IKEA

zu identifizieren und Obstsorten, Kräuter oder Flüssigkeiten zu benennen. Die Teilnehmer stellen ihre Kenntnisse und Fähigkeiten außerdem bei einer anspruchsvollen Konzeptions- und Präsentationsaufgabe sowie in einer Überraschungsaufgabe unter Beweis.

Jury-Vorsitzender Dierk Kraushaar, Stockheim, der gemeinsam mit Dr. Kurt Biedenkopf und DEHOGA-Präsident Ernst Fischer die Preise und Medaillen überreichte, freute sich über einen kollegialen Wettbewerb und blickte auf die vergangenen Awards zurück. Mehr als 440 Auszubildende hätten in den letzten zehn Jahren eindrucksvoll bewiesen, dass sie in höchstem Maße motiviert seien und Lust auf Leistung hätten.

Als Auszeichnung für ihre herausragenden Kenntnisse gab es für die Auszubildenden nicht nur Urkunden und Medaillen, sondern auch viele hochwertige Sachpreise, Reisen und Bildungsgutscheine. So kann sich der Gewinner des Jubiläumsawards über eine Reise nach Chicago, gesponsert von McDonald's, sowie über einen

Weiterbildungsgutschein zum Fachwirt im Gastgewerbe beim IST-Studieninstitut im Wert von 3.000 Euro freuen.

Der Nationale Azubi-Award wurde im Jahr 2002 von der Fachabteilung Systemgastronomie im DEHOGA ins Leben gerufen. Erklärtes Ziel war es, der spannenden Ausbildung eine größere Öffentlichkeit zu geben und die Auszubildenden stärker an die Branche zu binden. Der jährlich im Herbst stattfindende Wettbewerb hat sich mittlerweile zu einem echten Highlight der Branche entwickelt.

Zum diesjährigen Jubiläum wurde die DEHOGA-Broschüre „Mit Erfolg in die Zukunft“ herausgegeben, die mit mutmachenden Erfolgsgeschichten ehemaliger Award-Teilnehmer die Fachleute für Systemgastronomie in den Mittelpunkt rückt. Die Broschüre zeigt Impressionen der vergangenen Jahre, stellt Wissenswertes über den Ausbildungsberuf vor und lässt neben den Auszubildenden selbst wichtige Wegbegleiter sowie prominente Vertreter aus Politik und Wirtschaft zu Wort kommen.



Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie

Kenner der Branche

Als Sprachrohr der Gemeinschaftsgastronomie setzt sich die Fachabteilung seit März 1999 für die Verbesserung der politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ein. Die Fachabteilung garantiert, dass den spezifischen Bedürfnissen der gemeinschaftsgastronomischen Unternehmen optimal Rechnung getragen wird. Sie bietet die geeignete Plattform zum Erfahrungsaustausch unter Kollegen und für den Aufbau tragfähiger Beziehungen auf Bundesebene.

Die Wahrnehmung der ideellen, beruflichen, wirtschaftlichen und steuerlichen Belange der Gemeinschaftsgastronomie ist das erklärte Ziel der Fachabteilung. Von vitaler Bedeutung ist darüber hinaus die Förderung der beruflichen Aus- und Weiterbildung. Hierbei geht es vor allem um lückenlose Kommunikation und bestmögliche Abstimmung in allen Fragen rund um die Qualifikation des Nachwuchses.



Neuer und alter Vorsitzender der Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie: Axel Fischer, RA Jürgen Benad und Helmut Heinz (v.l.).

Mit vereinten Kräften etwas bewegen, den Anliegen der Branche Gewicht verleihen – über 40 erfolgreiche Gemeinschaftsgastronomen haben sich entschieden und sind Mitglied der Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie im DEHOGA Bundesverband geworden. Denn nur bei gleicher

und auch nach außen erkennbarer Marschrichtung kann es gelingen, die zum Erreichen der gesetzten Ziele notwendige Präsenz in den Medien und bei der Politik zu erhalten. Der professionellen Lobby- und Öffentlichkeitsarbeit kommt in diesem Zusammenhang die maßgebliche Bedeutung zu, ergänzt durch Imagebroschüren, Informationsflyer und Messeauftritte.

Anlässlich der Mitgliederversammlung in Hamburg am 10./11. November 2011 verabschiedete sich der Vorsitzende der Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie Axel Fischer von der Bayer Gastronomie GmbH in den wohlverdienten Ruhestand. Die Fachabteilung dankte dem Gründungsvorsitzenden der Fachabteilung herzlich für sein engagiertes Eintreten für die Belange der Gemeinschaftsgastronomie seit der Gründung der Fachabteilung vor zwölf Jahren. Für die restliche Zeit der Amtsperiode wurde Helmut Heinz von der Airport Cater Service GmbH als neuer Vorsitzender gewählt. Neu im Vorstand vertreten ist nun Markus Berdyszak von der Panorama Hotel und Service GmbH; PANORAMA Catering, als Beisitzer. Andreas W. Ehrich von der ZF Gastronomie GmbH wurde als neuer Schatzmeister von der Mitgliederversammlung votiert. Stellvertreter Vorsitzender bleibt Hans-Jürgen Fiedler, ZDF Casino GmbH. Andreas Voßmöller, Hüls Service GmbH, bekleidet weiterhin den Posten des Beisitzers innerhalb des Vorstandes.



Der Gründungsvorsitzende der Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie Axel Fischer.

Erfolgsfaktor Kommunikation

Branchenkommunikation steht im Vordergrund, wenn sich die Mitglieder der Fachabteilung zu Mitgliederversammlungen treffen. Hierbei im Fokus: umfassender Erfahrungsaustausch zur aktuellen Geschäftsentwicklung, Diskussion drän-



Der Vorstand der Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie: Hans-Jürgen Fiedler, Stellvertretener Vorsitzender (ZDF Casino GmbH), Helmut Heinz, Vorsitzender (Airport Cater Service GmbH), Jürgen Benad, Geschäftsführer (DEHOGA Bundesverband), Markus Berdyszak, Beisitzer (Panorama Hotel und Service GmbH; PANORAMA Catering), Andreas W. Ehrich, Schatzmeister (ZF Gastronomie GmbH), Andreas Voßmüller, Beisitzer (Hüls Service GmbH) (v.l.).

gender Fragestellungen sowie die Entwicklung innovativer Konzepte und zeitgemäßer Strategien. Trendtouren, Seminare und andere offizielle wie informelle Treffen bieten weitere Chancen zur wichtigen Netzwerkbildung.

Die Mitgliederversammlung fand am 10./11. November 2011 in Hamburg auf Einladung der LZ-Catering GmbH statt. Ein gemeinsames Abendessen im Restaurant Brook in Hamburg rundete das kommunikative Miteinander des diesjährigen Treffens ab.

Am Folgetag der Mitgliederversammlung trafen sich die Gemeinschaftsgastronomen zunächst im Betriebsrestaurant von LZ-Catering. Markus Geyr, Geschäftsführer und Thorsten Wallbaum, Betriebsleiter der LZ-Catering GmbH, präsentierten den anderen Kollegen, Mitgliedern und Gästen der Fachabteilung das Betriebsrestaurant, die SB-Shops, Bistros und Automatenstationen der LZ-Catering GmbH. Im Anschluss fand eine Besichtigung-Tour bei der Lufthansa Basis Technik statt. Diese führte durch die Überholungshalle, die Triebwerkswerkstatt sowie die Lackier-

halle. Hier konnten die Mitglieder und Gäste hautnah erleben, wie größtmögliche Sicherheit produziert wird. Der Tag endete mit einer Führung durch das Betriebsrestaurant der PACE Papparazzi Catering & Event GmbH beim Axel Springer Verlag in Hamburg.



Kommunikatives Miteinander bei der diesjährigen Mitgliederversammlung der Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie am 10./11. November 2011 in Hamburg.

Gute Gründe für die Mitgliedschaft in der Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie im DEHOGA

- politische Interessenvertretung, wie zum Beispiel in Fragen der Steuergesetzgebung, des Arbeits- und Tarifrechts, des Hygienerechts usw.,
- Lobbyarbeit auf EU- und Bundesebene sowie Koordination auf Landes- und kommunaler Ebene,
- Öffentlichkeitsarbeit für die Gemeinschaftsgastronomie,
- tarifpolitische Interessenvertretung und entsprechender Erfahrungsaustausch,
- Informationsvorsprung durch aktuellen Rundschreibendienst,
- Plattform für Informations- und Erfahrungsaustausch,
- Förderung der Aus- und Weiterbildung für die gemeinschaftsgastronomische Branche sowie Zusammenarbeit mit Hotelfachschulen und Fachhochschulen,
- zentrale Anlauf- und Auskunftsstelle am Sitz der Bundesregierung in Berlin,
- Koordination der Zusammenarbeit mit anderen Organisationen,
- Kräftebündelung und Synergieeffekte unter dem Dach des DEHOGA Bundesverbandes,
- Rückgriff auf Spezialisten im DEHOGA, wie zum Beispiel auf das Referat für Steuern und Recht und ein
- attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis.

Einen bedeutenden Informationsvorsprung erhalten die Mitgliedsfirmen darüber hinaus mit dem regelmäßigen, aktuellen Newsletterdienst der Fachabteilung. Über sämtliche Gesetzesänderungen, tarifvertragliche Regelungen und deren Konsequenzen für die betriebliche Praxis sind die Mitglieder damit immer auf dem neuesten Stand. Branchenspezifische Themen werden prompt aufgegriffen und entsprechende Lösungsangebote umfassend und verständlich aufbereitet.

Stark im DEHOGA

Die Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie besitzt den satzungsmäßigen Zugang zu allen Entscheidungsgremien des DEHOGA Bundesverbandes und damit die Möglichkeit zur Mitgestaltung des Verbandsgeschehens.

Seit November 2004 ist die Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie mit Axel Fischer erstmalig auch direkt im Präsidium des DEHOGA Bundesverbandes vertreten. Bis zu dessen Neuwahl im November 2012 bleibt Axel Fischer stellvertretender DEHOGA-Präsident.

Weiterhin engagieren sich Vertreter der Gemeinschaftsgastronomie im Bundesausschuss für Arbeitsmarkt und Tarifpolitik, im Berufsbildungs- und im Steuerausschuss sowie im Großen Vorstand des DEHOGA.

Der Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie im DEHOGA steht die gesamte Infrastruktur und das Know-how eines großen und etablierten Branchenverbandes zur Verfügung. Gemeinsam mit dem DEHOGA sichert die Fachabteilung in Berlin und Brüssel Gegenwart und Zukunft der Gemeinschaftsgastronomie und streitet für eine Politik, die unternehmerisches Handeln am Ende auch belohnt.

Fachabteilung Bahnhofsgastronomie

UNION Deutscher Bahnhofsbetriebe

Für die UNION Deutscher Bahnhofsbetriebe ist 2011 das 35. Jahr der Zusammenarbeit zwischen dem Verband des Deutschen Bahnhofhandels (VDB) und der Fachabteilung Bahnhofsgastronomie (FAB) im DEHOGA Bundesverband.

Bei beiden reicht die Tradition deutlich weiter zurück in die Vergangenheit. Der VDB wurde vor über 85 Jahren gegründet und die FAB geht auf den über 100 Jahre alten Verband der Bahnhofs-wirte zurück.



In der UNION sind rund 200 Unternehmen zusammengeschlossen, die den Löwenanteil des an deutschen Bahnhöfen getätigten Umsatzes erwirtschaften und für deren Interessen die UNION gegenüber der Politik, den Medien und der Öffentlichkeit sowie der Deutschen Bahn (DB) eintritt.

Die Mitgliederstruktur im VDB weist eine große Bandbreite auf – von der Apotheke über den Dienstleister bis zum Fachgeschäft in den Bereichen Süßwaren, Bäckereien, Friseurhandwerk, Kleidung, Schuhe, Tabak sowie Presse und Buchhandel. Die UNION pflegt gleichzeitig eine enge Kooperation mit dem Verband Deutscher Bahnhofsbuchhändler.

Die FAB vereint ebenfalls alle Angebotsformen, die an deutschen Bahnhöfen anzutreffen und zugleich ein Spiegelbild des von einem schnellen Strukturwandel gekennzeichneten Marktes sind. Vom einfachen Imbiss, einer Milch-, Saft- oder Kaffeebar bis zu einer vielfältigen Systemgastronomie, und vom Anbieter ausländischer Imbiss-spezialitäten bis zur anspruchsvollen Speise- und Konferenzgastronomie.

Die FAB vereint ebenfalls alle Angebotsformen, die an deutschen Bahnhöfen anzutreffen und zugleich ein Spiegelbild des von einem schnellen Strukturwandel gekennzeichneten Marktes sind. Vom einfachen Imbiss, einer Milch-, Saft- oder Kaffeebar bis zu einer vielfältigen Systemgastronomie, und vom Anbieter ausländischer Imbiss-spezialitäten bis zur anspruchsvollen Speise- und Konferenzgastronomie.

Alle Mitglieder der UNION haben eine Gemeinsamkeit: Sie befinden sich in einem miet- oder pachtvertraglichen Verhältnis mit der Deutschen Bahn Station&Service AG (DB S&S).

Deutsche Bahn AG

Die Deutsche Bahn Station&Service AG ist eine 100-prozentige Tochter der Deutsche Bahn AG und für den Betrieb

von 5.400 aktiven Bahnhöfen zuständig, sowohl für die Verkehrsinfrastruktur, als auch für die Vermarktung der Flächen in 1.600 Bahnhofsgebäuden.

Der Vermarktungsbereich ist zuständig für mehr als 1,2 Millionen Quadratmetern Geschäftsfläche in deutschen Bahnhöfen, die selbstverständlich in Konkurrenz zum Einzelhandel und zur Gastronomie in den Innenstädten und Einkaufszentren stehen. Insgesamt 4,1 Milliarden Reisende und Besucher strömen jährlich – und mehr als 11 Millionen täglich – durch deutsche Bahnhöfe und sind somit potenzielle Kunden und Gäste.

Im Jahr 2010 hat die Deutsche Bahn ihren Umsatz um 17,3 Prozent auf 34,4 Milliarden Euro steigern können. Dies resultierte insbesondere aus der deutlichen konjunkturellen Erholung und der nachfolgenden Belebung der für die Bahn relevanten Transport- und Logistikmärkte. Daneben machten sich auch positive Effekte im Personenverkehr bemerkbar, insbesondere durch die höhere Verkehrsleistung und in der Infrastruktur infolge der wieder spürbar gestiegenen Nachfrage im Schienengüterverkehr. Im Geschäftsfeld DB Netze Personenbahnhöfe, das für den Betrieb der Bahnhöfe zuständig ist, wurde ein Ergebnis von 1,04 Milliarden Euro erzielt – ein Plus von 1,9 Prozent.



Dierk Kraushaar, Vorsitzender der Fachabteilung Bahnhofsgastronomie.



Rahmenbedingungen und Arbeitsschwerpunkte

Die bereits vor mehreren Jahren verlängerten Ladenöffnungszeiten hatten dem Bahnhof bereits Standortvorteile genommen, die inzwischen noch weiter zusammengeschmolzen sind. Im Rahmen der beschlossenen Föderalismusreform mit einer Neuverteilung von Gesetzgebungskompetenzen haben die Länder inzwischen die Hoheit über die Ladenöffnungszeiten erhalten. Von dieser neuen Gesetzgebungskompetenz haben die Bundesländer unterschiedlich, aber alle mit großer Freizügigkeit, Gebrauch gemacht.

Damit hat sich dieser früher wesentliche Standortvorteil für Bahnhofsbetriebe jetzt nur noch auf den offenen Sonntag reduziert. Mit „Sonntags immer“ lässt sich dies kurz und treffend beschreiben.

Für die Bahnhöfe ist damit erst recht eine Herausforderung und Veränderung ihres Branchenmixes verbunden, die die UNION aus Gründen notwendiger Vielfalt und Qualität ohne ruinöse Preisstrategien seit Jahren gefordert hat. Weg von der Food-Lastigkeit und hin zu einer in-

teressanten Mischung des Angebotes möglichst mit Alleinstellungsmerkmalen, die sie im Vergleich zu den Innenstädten wettbewerbsfähig machen.

Um gemeinsam mit der Deutschen Bahn über neue Wege nachzudenken, welche Marketingstrategien und Werbekonzepte bestehende Kunden binden und wie neue Kunden gewonnen werden können, treffen sich Vertreter der UNION in regelmäßigen Abständen mit den Marketingverantwortlichen der Deutschen Bahn.

Die Mitglieder der UNION werden die Standortkampagne 2012, die in der Zeit vom 1. Mai bis zum 31. Mai nächsten Jahres an den TOP 10 Bahnhöfen stattfindet, optimal unterstützen. In Vorbereitung der Standortkampagne haben sich daher Mitglieder der UNION mit den Marketingverantwortlichen der Bahn im Nachgang der diesjährigen Mitgliederversammlung getroffen.

Das Thema „Betriebs- und Nebenkostenabrechnungen“ steht seit Jahren auf der Tagesordnung und hat uns auch im Berichtszeitraum erneut beschäftigt. Das Deutsche Bahn-Projekt „Maschi-

nelle Nebenkostenabrechnungen mit SAP RE“ als Mittel zur Prozessoptimierung wurde Anfang 2006 gestartet und sollte möglichst bis Ende 2007 auf die TOP 144 Bahnhöfe angewendet werden, um mehr Transparenz und Einheitlichkeit für alle Beteiligten zu schaffen. Das Thema wird auf der Tagesordnung bleiben, solange die Abrechnungsbelege nicht den gesetzlichen Anforderungen entsprechen und die notwendige Klarheit und Nachvollziehbarkeit aufweisen. Die aktuellen Gespräche mit der Deutschen Bahn zu diesem Thema lassen jedoch auf eine endgültige, zeitnahe Lösung hoffen. So wurde bekannt, dass die Deutsche Bahn zu Pauschalabrechnungen im Bereich der Nebenkosten übergehen will. Hier bleibt abzuwarten, wie die Vorschläge für die vertraglichen Neugestaltungen im Detail aussehen.

Weitere Schwerpunkte der Arbeit im Berichtszeitraum waren u.a. die Tabaksteuererhöhung zum 1. Mai 2011 und eine von DB Station & Service an alle Mieter versandte neue Anlage zu den Mietverträgen. In persönlichen, konstruktiven Gesprächen mit der Deutschen Bahn konnten wichtige Ergebnisse im Interesse der Mitglieder erzielt werden.

Mitgliederversammlung 2011 UNION Deutscher Bahnhofsbetriebe

Wichtige Termine im Verbandsleben sind ganz sicher die jährlichen Zusammenkünfte, die alternierend als Mitgliederversammlung oder zusätzlich in Verbindung mit einem Kongress stattfinden. Hier wird Rechenschaft abgelegt, über Trends referiert und diskutiert und nicht zuletzt werden in entspannter Atmosphäre unternehmerische Erfahrungen mit Verbandskollegen ausgetauscht.



Die diesjährige Mitgliederversammlung, die am 19. Oktober 2011 in Frankfurt am Main stattfand, war geprägt von einer Vielzahl interessanter Themen über den Erfahrungsaustausch zu den politischen Aktivitäten hinaus. Externe Referenten berichteten beispielsweise über Möglichkeiten, eine eigene Homepage in das Internet zu stellen.

Weiterhin berichtete DB Energie über die Öffnung des Strommarktes in den Bahnhöfen zum 1. Januar 2012 und DB Station&Service über die für 2012 geplanten Aktivitäten. Als Beispiel sei hier SANIFAIR genannt, die bereits in einigen Bahnhöfen die Bewirtschaftung der Kundentouretten übernommen haben. Daneben stand die strategische Ausrichtung der UNION zusammen mit der Deutschen Bahn im Vordergrund der Diskussionen.

Fachabteilung Discotheken

Bundesverband deutscher Discotheken und Tanzbetriebe e.V. (BDT)



Porträt der Fachabteilung

Der Bundesverband deutscher Discotheken und Tanzbetriebe (BDT) ist der bundesweit agierende Berufsverband der Discothekenunternehmer und



Seit 19 Jahren an der Verbandsspitze: Henning Franz, Präsident des BDT. Foto: Cordula Giese

bildet die Fachabteilung Discotheken im DEHOGA Bundesverband. Der BDT vertritt die, von der traditionellen Gastronomie oftmals abweichenden, spezifischen Interessen der Discothekenbranche in der Öffentlichkeit und auf politischer Ebene.

Mit circa 2.000 Betriebsstätten, 30.000 Beschäftigten und einem Umsatz von über 720 Millionen Euro stellt die Discothekenbranche innerhalb des Gastgewerbes nur einen kleinen, aber dennoch bedeutsamen Wirtschaftsfaktor dar.

Als ein wesentlicher Teil der Nachtgastronomie sind Discotheken aus dem heutigen Erscheinungsbild vieler Städte und Gemeinden nicht mehr wegzudenken. Ein pulsierendes und faszinierendes Nachtleben gehört zum Flair und zu den besonderen Attraktionen einer Stadt. Die hohen Gästezahlen bestätigen dies in eindrucksvoller Weise. Discothekenbesuche nehmen im Freizeitverhalten der Jugendlichen einen sehr hohen Stellenwert ein.

Der Konkurrenzdruck hat allerdings in den letzten Jahren aufgrund des größer gewordenen Freizeitangebot für die klassischen Discotheken-Gäste (zum Beispiel Fitnessstudios, Internet oder Multiplex-Kinos) sowie durch Veranstaltungen in Szene-, Tanz-, Event- und Erlebniskneipen zugenommen. Hinzu kommt die ausufernde Zahl von schwarzgastronomischen Konkurrenzveranstaltungen auf der grünen Wiese, in Scheunen, Bauernhöfen oder Gemeindehallen, die vielfach ohne Beachtung der Sperrzeit, der gesetzlichen

Hygiene-, Brandschutz- und Jugendschutzvorschriften etc. durchgeführt werden.

BDT-Mitgliederversammlung

Die Mitgliederversammlung des BDT fand am 29. März 2011 in Berlin statt. Über 100 Discothekenunternehmer aus ganz Deutschland diskutierten zu wichtigen discospezifischen Themen, wie zum Beispiel Nichtraucherschutz, Alkoholpolitik und Jugendschutz, Schallpegelbegrenzung, DJ-Führerschein, GEMA-Gebühren, Künstlersozialabgaben und Markenschutz.

Rauchverbote

Mit den gesetzlichen Rauchverbotsregelungen und der Möglichkeit, einen Raucherraum einzurichten, haben sich die meisten Discotheken grundsätzlich arrangiert und zum Teil kreative bauliche Lösungen gefunden. Die absoluten Rauchverbote in Bayern und jetzt auch im Saarland machen zahlreichen Betrieben hingegen zu schaffen. Besonders Betriebe ohne Außenbereich haben bzw. werden es vermutlich in Zukunft sehr schwer haben.

Alkoholpolitik: BDT appelliert an die Branche

Die in der Presse bekannt gewordenen Fälle von Alkoholmissbrauch von Jugendlichen nimmt der BDT nun schon seit Jahren zum Anlass, eindringlich an alle Discothekenunternehmer und Clubbetreiber zu appellieren, die gesetzlichen Abgabeverbote von Alkohol, vor allem an Jugendliche, einzuhalten und die aufenthaltsrechtlichen Bestimmungen zu beachten. Wer glaubt, seine Geschäfte mit der Abgabe von Spirituosen an Jugendliche machen zu können, denkt kurzfristig, handelt illegal, riskiert seine berufliche Existenz und schädigt das Image der Branche! Weitere Reglementierungen in diesem Bereich lehnt der BDT allerdings als nicht problemlösend ab. Hier hilft nur Aufklärung und Prävention!

GEMA-Discothekentarif

Die Discotheken sehen sich enormen finanziellen Belastungen durch die von der GEMA erhobenen Gebühren ausgesetzt. Ungeachtet dessen ist die GEMA der Ansicht, dass Clubs und Discotheken zu wenig GEMA-Gebühren zahlen. So hat die GEMA in 2010 erneut eine deutliche Erhöhung des Discothekentarifes gefordert.

Der BDT hingegen fordert eine Absenkung des Tarifes, da die Anzahl der Öffnungstage und damit auch die Musikknutzung in den letzten Jahren deutlich zurückgegangen ist. Kaum eine Discothek kommt mehr an die tariflich vorgesehenen 16 Öffnungstage pro Monat heran, der Durchschnitt liegt hier bei gerade einmal acht Tagen.



Die BDT-Mitgliederversammlung 2011 in Berlin.

Vervielfältigungszuschläge für GEMA und GVL

Neben dem allgemeinen Disco-Wiedergabetarif erheben GEMA und GVL so genannte Vervielfältigungszuschläge für die Musikknutzung von selbst gebrannten CDs oder über PC/Laptop.

Dem BDT ist hier in harten Verhandlungen ein großartiger Erfolg gelungen: der von der GEMA seit dem 1. Januar 2003 erhobene Vervielfälti-

gungszuschlag konnte von ursprünglich 50 Prozent auf 30 Prozent, der Zuschlag für die GVL von zehn Prozent auf acht Prozent reduziert werden.

GVL fordert Verfünfachung des Zuschlages

Mit großer Sorge betrachtet der BDT die Forderungen der GVL. Diese hat bereits einen Teil der bestehenden Rahmenverträge gekündigt und verlangt eine Erhöhung des GVL-Zuschlages auf 100 Prozent in allen Tarifen, so auch auf den Discotarif, der zurzeit bei 26 Prozent liegt. Als Argument führt die GVL an, dass die Rechte der GVL-Mitglieder (Künstler, Sänger, Musiker, Tonträgerhersteller) genau so viel wert seien, wie die Rechte der GEMA-Mitglieder (Komponisten, Textdichter). Der BDT wird sich mit aller Kraft gegen diese gewaltigen und Existenz bedrohenden Forderungen zur Wehr setzen. Es wird bereits ein gerichtliches Verfahren geführt, in dem die Schiedsstelle in der erster Instanz eine Erhöhung des Zuschlages um 50 Prozent für angemessen angesehen hat. Das Verfahren befindet sich nunmehr vor dem Oberlandesgericht München.

Schallpegelbegrenzung/DJ-Führerschein erfolgreich platziert

Der BDT wehrt sich massiv gegen eine gesetzliche Lärmpegelbegrenzung für Discothekengäste auf einen Höchstwert von nur 95 dB(A). Die Discothekenunternehmer in Deutschland sind sich ihrer Verantwortung für ihre meist jugendlichen Gäste bewusst. Nach Auffassung des BDT sollten nicht alle Lebenssachverhalte mit starren, unflexiblen gesetzlichen Verboten reglementiert werden. Der Weg, die Verantwortlichen (Discjockey und Discothekenunternehmer) auf freiwilliger Basis zu einer nachhaltigen Bewusstseinsänderung und somit zu niedrigeren Schallpegeln zu bewegen, ist sicherlich effektiver und Erfolg versprechender als Gesetze, deren flächendeckende Kontrolle schwierig sein würde.





Spannende Vorträge und trendiges Nightlife: beides wurde auf dem diesjährigen Disco Contact geboten.

Auf Initiative des BDT wurde in den letzten sechs Jahren in der Discotheekenbranche eine große Aufklärungs- und Informationskampagne betrieben und der so genannte „DJ-Führerschein“ eingeführt. Mit Unterstützung fast aller Bundesländer und der Techniker Krankenkasse wurden in bisher bundesweit 27 Fortbildungsseminaren über 2.500 DJs über gesundheitliche Folgen lauter Musik und vor allem über haftungsrechtliche Konsequenzen aufgeklärt.

Antiquierte Tanzverbote an Feiertagen

Viele Discotheekenunternehmer leiden unter den Belastungen und Beschränkungen der antiquierten Feiertagsgesetze der einzelnen Bundesländer. Es ist nicht nachvollziehbar, warum am Gründonnerstag vor Ostern, am Ostersamstag oder an Allerheiligen keine Discoveranstaltungen durchgeführt werden dürfen, wo doch zum Beispiel im Fernsehprogramm der „erste Charakter“ des Feiertages auch nicht gewahrt wird. Der BDT fordert daher mit Nachdruck eine Liberalisierung und Freigabe der Öffnungszeiten.

Künstlersozialkasse – DJ ist grundsätzlich kein Künstler oder Musiker!

Bei Clubs und Discotheeken stellt sich immer wieder die Frage, ob für die Beschäftigung eines selbstständigen DJs Abgaben an die Künstlersozialkasse zu entrichten sind. Dies ist grundsätzlich nicht der Fall! Die Künstlersozialkasse hat in einem dem BDT vorliegenden Schreiben nochmals klargestellt, dass ein DJ nur dann ein Künstler/Musiker ist, wenn er unter Verwendung von Tonträgern und technischen Hilfsmitteln verschiedene Musikstücke zu neuen Klangbildern und Kompositionen zusammenmischt.



Mit dem Discothekenunternehmerpreis 2011 ausgezeichnet: Michael Münch (2.v.l.) und Wolfgang Hannes Hirsch (2.v.r.), Inhaber u.a. der Discothek „A65“ in Kandel, nehmen den begehrten Preis von BDT-Präsident Henning Franz (l.) und Stephan Büttner, Geschäftsführer des BDT, entgegen. *Foto: BDT*

10. Branchentreffen „Disco Contact 2011“

Kraftvoll und dynamisch zeigte sich auch 2011 wieder Deutschlands größter Branchentreff für Discotheken, Clubs und Szenegastronomie. Das Top-Ereignis für die Entscheidungsträger im Nightlife feiert Geburtstag. Am 18. Oktober fand in und um den sehenswerten Tanzpalast „Aura“ in Ibbenbüren nahe Osnabrück das zehnte Branchen-Meeting „disco contact“ statt. Das vom BDT und dem Branchenmagazin discomagazin entwickelte Konzept aus Messe, Seminaren und einmaligem Nightlife-Angebot hat sich nicht nur bewährt, es wurde in diesem Jahr noch weiter ausgebaut.

Discothekenunternehmerpreis 2011

Der Bundesverband deutscher Discotheken und Tanzbetriebe e.V. (BDT im DEHOGA Bundesverband) hat Mitte Oktober 2011 auf dem Branchenmeeting „disco contact“ die höchste Ehrung der Branche, den Discothekenunternehmerpreis für das Jahr 2011, verliehen. BDT-Präsident Henning Franz zeichnete Michael Münch und Wolfgang Traxel, Inhaber der Discothek „A65“ in Kandel sowie fünf weiterer „A“-Betriebe mit dem begehrten Branchen-Award aus.

Der BDT als Berufsverband der Discothekenunternehmer verleiht jedes Jahr den Discotheken-Unternehmerpreis an Personen, die sich um das Ansehen des Deutschen Discothekengewerbes in hervorragender Weise verdient gemacht haben und mindestens 15 Jahre in der Discobranche tätig sind.

7.



Aus unseren Fachverbänden

Die drei Fachverbände im DEHOGA sind der Hotelverband Deutschland (IHA), die UNIPAS – Union der Pächter von Autobahn-Service-Betrieben sowie der Verband der Internationalen Caterer in Deutschland (V.I.C.). Zusammen mit dem DEHOGA kämpfen sie für eine Verbesserung der Rahmenbedingungen für Gastronomie und Hotellerie in Deutschland.



Hotelverband Deutschland (IHA)



Das Team des Hotelverbandes beim Hotelkongress im Juni 2011 in Freiburg (Breisgau).

Profil und Aufgaben

Der Hotelverband Deutschland (IHA) ist der Fachverband der Hotellerie im DEHOGA Bundesverband. Die fast 1.400 IHA-Mitglieder aus Reihen der Individual-, Ketten- und Kooperationshotellerie verfügen über rund 170.000 Hotelzimmer und repräsentieren damit einen Anteil von mehr als 20 Prozent des deutschen Hotelmarktes. Gemeinsam mit dem DEHOGA Bundesverband vertritt der Hotelverband die Interessen der Hotellerie in Deutschland gegenüber Politik und Öffentlichkeit. Die Mitglieder des Hotelverbandes profitieren von qualifizierten Dienstleistungen, die ihren speziellen betrieblichen Bedürfnissen entsprechen und ihnen entscheidende geldwerte Vorteile bringen.

Politische Schwerpunktthemen und Ziele

Dass die Hotellerie in Deutschland im Gleichklang mit der deutschen Wirtschaft den Weg aus der Krise gefunden hat, verdankt sie insbesondere der Einführung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes für Übernachtungen von 19 auf sieben Prozent zum 1. Januar 2010. Auch im Berichtszeitraum des vorliegenden Jahrbuches war die Mehrwertsteuerangleichung an den europäischen Standard Schwerpunktthema der politischen Arbeit des Hotelverbandes. Zusammen mit

dem DEHOGA Bundesverband machte er gegenüber der Politik, der Presse und der Öffentlichkeit deutlich, dass die Hoteliere trotz massiver medialer und öffentlicher Kritik Wort halten und in Millionenhöhe in ihre Betriebe investieren und tausende Mitarbeiter einstellen. Im Mittelpunkt aller Aktivitäten stand die Botschaft: Die Mehrwertsteuersenkung war eine längst überfällige Entscheidung für den Tourismusstandort Deutschland (*mehr dazu im Kapitel 2.1*).

Die immer wieder aufkommende Debatte um eine Rücknahme der Maßnahme als auch die in vielen Städten beschlossenen bzw. diskutierten kommunalen Bettensteuern sorgen für große Verunsicherung und Verärgerung in der Branche – und bei den kreditgebenden Banken. Zusammen mit dem DEHOGA wehrte sich der Hotelverband politisch und juristisch gegen diese „Matratzen-Maut“ und wird dies auch weiterhin tun. Denn Bettensteuern – oder wie immer diese neuen Abgaben auch bezeichnet werden – konterkarieren alle Investitionsbemühungen der heimischen Hotellerie, stehen im krassen Widerspruch zum vom Bund und Ländern beschlossenen Wachstumsbeschleunigungsgesetz und schaden in erheblichem Maße dem lokalen Tourismus (*mehr dazu in den Kapiteln 2.1 und 2.2*).

Im Fokus des Engagements des Hotelverbandes standen im Berichtszeitraum mehr Fairness im Bereich der Online-Distribution und Hotelbewertungen, das Zurückweisen unverhältnismäßiger Ansprüche urheberrechtlicher Verwertungsgesellschaften, neue bargeldlose Bezahlsysteme für die Hotellerie, eine praxisgerechtere Ausgestaltung des Melderechts, die Abwehr unnötiger Normungsprojekte und eine aussagekräftigere Tourismusstatistik.

Die Hotellerie in Deutschland ist auf verlässliche und vernünftige politische und rechtliche Rahmenbedingungen in Deutschland und Europa angewiesen. Dafür macht sich der Hotelverband Deutschland stark.

Veranstaltungen und Branchentermine

Der IHA-Hotelkongress 2011

Hochkarätige Referenten, spannende Diskussionen, jede Menge Best Practice-Beispiele und eine wichtige Plattform zum Meinungs- und Erfahrungsaustausch in bewegten Zeiten bot der IHA-Hotelkongress 2011. Vom 8. bis 10. Juni 2011 kamen mehr als 200 führende Hoteliers, Hoteldirektoren und Hotelmanager im Konzerthaus Freiburg im Breisgau zusammen, um über Branchenthemen, zukunftsweisende Geschäftsansätze und die Hotelmärkte von morgen zu diskutieren. Neben den Tagungsschwerpunkten Web-Reputation und Online-Distribution als Schlüsselfaktoren des Markterfolges ging es beim offiziellen Teil des Hotelkongresses am 9. Juni 2011 um die Trendthemen Gesundheitstourismus und Green Hospitality.



Eröffnet den IHA-Hotelkongress 2011 und hebt die Bedeutung von Veranstaltungen wie dieser für die Branche hervor: Fritz G. Dreesen (l.), der Vorsitzende des Hotelverbandes.

Führt in die hochaktuellen Kongress Themen ein und durch das Programm: IHA-Hauptgeschäftsführer Markus Luthé.

Die Referenten und Diskutanten

- Jakob Riegger, Geschäftsführer von TrustYou
- Jan Peter Kretschmer, Industry Manager Travel von Google Germany
- Prof. Dr. Constantin Lange, Inhaber der publoCity GmbH & Co. KG

Plattform für Infos und Kontakte: Der IHA-Jahreskongress 2011



01



02



03

01 Gespannte Aufmerksamkeit auf die Kongressschwerpunkte Web-Reputation und Online-Distribution .

02 Branchen-Know-how, aber auch reichlich Gelegenheit für persönliche Gespräche bietet der IHA-Jahreskongress: Hier Paolo Masaracchia (l.), Direktor BEST WESTERN PREMIER Hotel MOA Berlin, mit Norbert Toedter, Leiter Unternehmensplanung/Partnermanagement/Marktforschung bei der Deutschen Zentrale für Tourismus.

03 Die IHA-Themen treffen den Nerv der Hotellerie: Dr. Gerhard Engelmann (l.), Geschäftsführer der Fachgruppe Hotels des DEHOGA Bayern, und Stefan Wild, Vorsitzender des Beirates des Fachbereichs Hotellerie im DEHOGA.

Impressionen des Branchen-Events in Freiburg



01



02

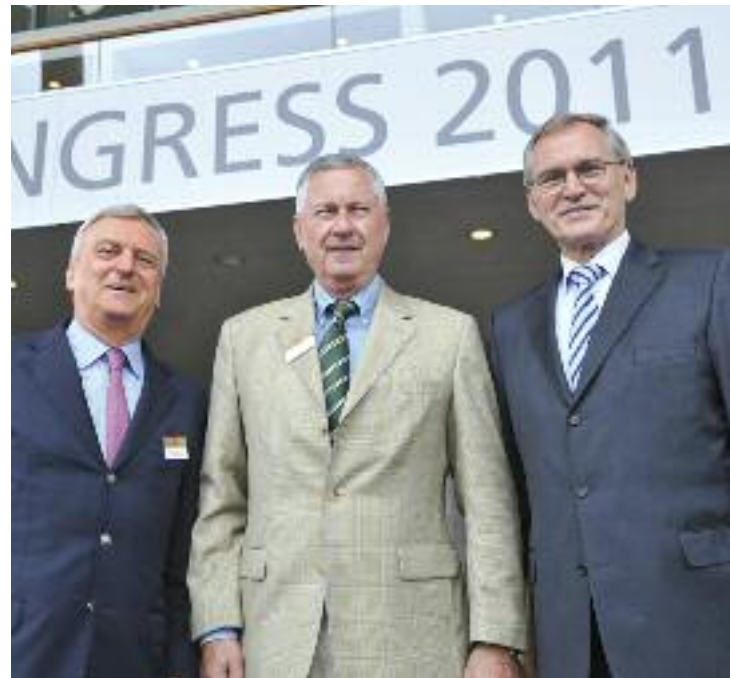


03

01 Hotelprofis unter sich: IHA-Vorstandsmitglied Ernst-F. von Kretschmann und seine Tochter Caroline von Kretschmann, beide Geschäftsführung Hotel Europäischer Hof in Heidelberg.

02 Fachgespräche: Elke Schade, IHA-Beiratsmitglied, und Michael Struck, Vorstand der GOLD INN AG.

03 Intensiver Erfahrungsaustausch unter IHA-Vorständen: Roland Zadra, Vorsitzender der Romantik Hotels & Restaurants AG, und Michael Mücke, Geschäftsführer Accor Hospitality Germany GmbH.



Die Branche trifft sich in Freiburg: DEHOGA-Präsident Ernst Fischer (l.), Bernd Geyer (M.), Ehrenpräsident von HOTREC, und Gastgeber Roland Burtsche vom Colombi Hotel Freiburg beim IHA-Hotelkongress 2011.

- Rainer Matthias Gruber, Geschäftsführer von Pegasus Solutions
- Michael Simon, Geschäftsführer von HRS
- Heidi Böttcher, Senior Account Manager Germany von Booking.com
- Marco Nussbaum, Geschäftsführer des prizeotel Bremen-City
- Andrea Bianchi, Director Business Development for Distribution Logistics von MICROSFIDELIO
- Prof. Dr. Martin Grothe, Geschäftsführer von complexium
- Frank Pahlke, Direktor Kundenservice der progres Einkaufsgesellschaft
- Dr. Peter Buttner von der RAL
- Bertram Späth, Inhaber des Best Western Premier Hotels Victoria in Freiburg
- und Dr. Kirsten Moser, Geschäftsführerin Hotel Stadt Freiburg

lieferten den Teilnehmern jede Menge Diskussionsstoff und wertvollen Input für ihren Geschäftsalltag. Am Abend des dicht gefüllten Kongresstages lud der Hotelverband zur festlichen IHA-Gala in das Colombi Hotel Freiburg. Die nicht-öffentliche Mitgliederversammlung des Hotelverbandes fand am Folgetag statt. Als externer Redner referierte Prof. Dr. Mathias Feige,



Prof. Dr. Martin Grothe



Dr. Peter Buttner



Rainer Matthias Gruber



Frank Pahlke



Jan Peter Kretschmer



Jakob Riegger



Dr. Kirsten Moser



Prof. Dr. Constantin Lange



Marco Nussbaum



Bertram Späth

Geschäftsführer der dwif-Consulting GmbH in Berlin, zum verbandlichen Hotspot der Finanzierung der touristischen Infrastruktur auf kommunaler Ebene.

Der Hotelverband auf der ITB und auf der GÄSTE 2011

2011 war wieder GÄSTE-Jahr. Vom 4. bis 6. September 2011 präsentierte sich der Hotelverband mit seinem Leistungsangebot auf der Fachmesse für Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschafts-

verpflegung in Leipzig. Auch dieses Mal lud der Hotelverband zu seinem „Marktplatz Hotel 2011.“ Das Forum, das die IHA gemeinsam mit den DEHOGA-Landesverbänden Sachsen, Thüringen und Brandenburg veranstaltete, bot kompetentes Praxiswissen. In Fachvorträgen widmeten sich die IHA-Referenten Branchenthemen wie Social Media, Barrierefreiheit, Nachhaltigkeit und beantworteten aktuelle Rechtsfragen. Der „Marktplatz Hotel“ erwies sich auch 2011 wieder als wichtige Diskussionsplattform und Weiterbildungsmöglichkeit.



Diskutieren in Freiburg engagiert und teilweise sehr kontrovers die großen Herausforderungen im Hotelvertrieb: (v.l.) Michael Simon von HRS, Heidi Böttcher von Booking.com, Andrea Bianchi von MICROS-FIDELIO, IHA-Hauptgeschäftsführer und Moderator Markus Luthe, Jan Peter Kretschmer von Google Germany und Rainer Matthias Gruber von Pegasus Solutions.



Treffpunkt ITB in Berlin: Der IHA-Vorsitzende Fritz G. Dreesen (2.v.r.), DEHOGA-Präsident Ernst Fischer (l.) und DEHOGA-NRW-Präsident Olaf Offers (r.) sowie Ingrid Hartges, DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin, und Markus Luthé, IHA-Hauptgeschäftsführer, beim IHA-Get together am 9. März 2011.

In guter Tradition war der Hotelverband vom 9. bis 13. März auf der ITB 2011 in Berlin vertreten. Das IHA-Team informierte über die Produkte und Ziele des Verbandes und stand Besuchern zu allen Fragen rund um die Hotellerie, insbesondere zu den Klassifizierungen, Rede und Antwort.

Die IHA-Jahrespressekonferenz 2011

Aussagekräftige Berichte in der überregionalen und regionalen Tagespresse (unter anderem Hannoversche Allgemeine Zeitung, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Die Welt, Berliner Zeitung und Financial Times Deutschland), diverse Artikel in der Fachpresse und Meldungen in den Onlinemedien waren das Ergebnis der Jahrespressekonferenz des Hotelverbandes in Berlin. Am 22. März 2011 informierten der IHA-Vorsitzende Fritz G. Dreesen und der IHA-Hauptgeschäftsführer Markus Luthé im Verbändehaus Handel-Dienstleistung-Tourismus über die Lage der Hotellerie in Deutschland, formulierten die Erwartungen der Unternehmer an die Politik und stellten die Perspektiven der Branche dar.

Der IHA-Vorsitzende Dreesen zeigte in seinem Statement die positiven Impulse der Mehrwertsteuersenkung auf, warnte vor kommunalen Bettensteuern und forderte Planungssicherheit



Präsentieren auf der Jahrespressekonferenz 2011 die Jubiläumsausgabe des IHA-Branchenreports: Fritz G. Dreesen (l.), IHA-Vorsitzender, und Markus Luthé (r.), IHA-Hauptgeschäftsführer, zusammen mit den IHA-Referenten und Mit-Autoren des Berichts Lizzy Herzog und Tobias Warnecke.



Reges Medieninteresse: Fritz G. Dreesen (M.), IHA-Vorsitzender, und Markus Luthé (l.), IHA-Hauptgeschäftsführer, stehen den Pressevertretern auf der Jahrespressekonferenz des Verbandes am 22. März 2011 in Berlin Rede und Antwort.

für die Unternehmer. Im Mittelpunkt der Pressekonferenz standen neben steuerrechtlichen Themen aktuelle verbraucherrechtliche Entwicklungen. Auf großes mediales Interesse stieß einmal mehr der IHA-Branchenreport „Hotelmarkt Deutschland 2011“ (siehe Seite 121).

Initiativen und Publikationen

Neben wirkungsvoller Lobbyarbeit für die Branche bietet der Hotelverband seinen Mitgliedern



IHA-Schild

exklusiv professionelle und spezialisierte Dienstleistungen wie Fachseminare (zum Beispiel zu den Themen Webmarketing, Datenschutz oder Arbeitsrecht), Publikationen oder Rahmenabkommen.

Darüber hinaus initiiert und fördert er Marketingmaßnahmen und Kooperationen. So hat der Hotelverband unter dem Dach von HOTREC – Hospitality Europe die Dialoginitiative zur Steigerung der Qualität und Verlässlichkeit von Hotelbewertungsportalen intensiviert (siehe www.hotrec.eu) und zusammen mit seinen europäischen Partnerverbänden 20 Eckpunkte fairen Verhaltens von Hotel-Buchungsportalen erarbeitet.

Sehr erfolgreich entwickeln sich zudem die europäischen Qualitätsinitiative European Hospitality Quality (EHQ) sowie die Initiative zur Harmonisierung der Hotelklassifizierungssysteme in Europa (vgl. www.hotelstars.eu), die der Hotelverband aktiv vorantreibt (*mehr dazu im Kapitel 4.1*).

Die Logos der drei Stufen des EHQ



Quelle: www.hotrec.eu

Wichtigste Publikation des Hotelverbandes und unentbehrliches Nachschlagewerk für alle an der Branche Interessierten ist der jährlich erscheinende IHA-Branchenreport „Hotelmarkt Deutschland“. Der Jahresbericht, der 2011 bereits zum zehnten Mal vorgelegt wurde, bereitet die Prozesse, Strategien und Strukturen auf dem heimischen Beherbergungsmarkt in komprimierter Form auf und spiegelt zugleich die konjunkturelle Entwicklung wider. Der IHA-Branchenreport 2011 wurde am 22. März 2011 anlässlich der Jahrespressekonferenz des Verbandes der Öffentlichkeit vorgestellt.

Zentrale Informations- und Kommunikationsplattform des Hotelverbandes ist das Internetportal www.hotellerie.de. Neben aktuellen Brancheninformationen, Veranstaltungshinweisen und Karrieretipps bietet die Website den Nutzern unter anderem einen Einkaufsberater, eine Bilddatenbank sowie einen Blog zu aktuellen Hotellerithemen.

Hotelverband Deutschland (IHA)

Verbändehaus Handel –
Dienstleistung – Tourismus

Am Weidendamm 1A
10117 Berlin

Fon 030/59 00 99 69-0
Fax 030/59 00 99 69-9

office@hotellerie.de
www.hotellerie.de

UNIPAS – Union der Pächter von Autobahn-Service-Betrieben



Die UNIPAS – Union der Pächter von Autobahn-Service-Betrieben e.V. – ist der Interessenzusammenschluss der Pächter von Autobahnbetrieben, d.h. von Autobahn-Raststätten und -Tankstellen. Eigentümer der Autobahnbetriebe ist die Autobahn Tank & Rast GmbH, die im Jahre 2004 von dem britischen Investor Terra Firma gekauft wurde. Mitte 2007 hat die Infrastrukturgesellschaft Rreef, eine Tochter der Deutschen Bank, rund 50 Prozent der Anteile von Terra Firma gekauft.

Das Jahr 2011 war für die UNIPAS ein turbulentes und von Veränderungen geprägtes Jahr. Nach dem Rücktritt des langjährigen Vorsitzenden Dr. Willy Habermeyer wurde in einer außerordentlichen Mitgliederversammlung ein neuer Vorstand gewählt, der Mitte des Jahres die Verbandsführung übernommen hat. Dem Vorstand gehören an:

- Vorsitzender: Ronald Graetz
- Stellvertretender Vorsitzender: Stephan A. Niggemann
- Stellvertretender Vorsitzender: Holger Dötsch
- Schatzmeister: Michael Vogler

Ebenfalls neu gewählt wurden in diesem Jahr die Pächtervertreter für die Kommission des Kooperativen Systems. Gewählt wurden folgende Unternehmer/innen:

Ronald Graetz, Stephan A. Niggemann, Holger Dötsch, Manfred Bolz, Franz-Josef Distler, Walter Schmid, Lars Nußbaum, Michael Vogler, Albert Weber, Thomas Förster, Jörg Nieswandt, Beate Stahmer, Otto Botschek, Heinrich Knieps.

Die Kommissionsmitglieder arbeiten eng mit dem Vorstand zusammen. In regelmäßigen Treffen werden alle wichtigen Themen diskutiert und abgestimmt.

Um dem Trend insbesondere in der Gastronomie Rechnung zu tragen, wird unter der Bezeichnung Gastro 1.0 ein neues Gastronomiekonzept entwickelt. Tank & Rast und die Pächter arbeiten intensiv zusammen, um den Kunden ein attraktives Angebot in der Gastronomie zu bieten.

Wie bei allen neuen Systemen gibt es Anlaufschwierigkeiten, die aber in intensivem Dialog zwischen Tank & Rast und Pächtern möglichst schnell behoben werden sollen. Dies gilt auch für die Einkaufskooperation der Pächter. Es wird mit Hochdruck daran gearbeitet, das System so zu gestalten, dass die Wirtschaftlichkeit der Autobahnbetriebe verbessert wird.

Gravierende Veränderungen wird es auch bei den Autobahntankstellen im Hinblick auf die Belieferung mit Kraftstoffen geben. Die Belieferungsrechte, die sich zurzeit an einem Quotensystem (angelehnt an die Marktanteile im Straßentankstellennetz) orientieren, werden ab 2013 neu geregelt. Es gibt ein Ausschreibungsverfahren, nach dem weiterhin 65 Prozent der Belieferungsrechte nach Quote erfolgen, 30 Prozent werden ausgeschrieben und bei 5 Prozent wird die Tank & Rast als Belieferer auftreten. Das Ausschreibungsverfahren ist angelaufen. Bei einigen wenigen Betrieben ist die Tank & Rast bereits als Belieferer tätig.



Außenansicht der Raststätte Brohltal-Ost



Terrasse der Raststätte Rhynern Nord

Sehr gut haben die deutschen Raststätten beim diesjährigen ADAC-Raststättentest abgeschnitten. Insbesondere die überprüften Sanitäreanlagen der Tank & Rast-Betriebe wurden mit „sehr gut“ oder „gut“ bewertet. In der Gesamtbeurteilung erhielt keiner der Tank & Rast Betriebe die Note „mangelhaft“. Die Unternehmer an der Autobahn werden auch in Zukunft alles tun, um diesen Qualitätsstandard nicht nur zu halten, sondern weiter zu erhöhen.

Ein weitere Veränderung steht bevor: Ab 2012 wird UNIPAS mit ihrer Geschäftsstelle in das Verbändehaus in Berlin ziehen. Die Betreuung und Verwaltung der UNIPAS erfolgt dann durch den DEHOGA. In den letzten zehn Jahren hat diese Aufgabe der BTG – Bundesverband Tankstellen – in Minden wahrgenommen, der auch weiterhin die fachliche Betreuung der Autobahntankstellen sicherstellen wird.

UNIPAS – Union der Pächter von Autobahn-Service-Betrieben

Stiftstraße 35
32427 Minden

Fon 0571/8 86 08-0
Fax 0571/8 86 08 20

info@unipas.de
www.unipas.de

Verband der Internationalen Caterer in Deutschland (V.I.C.)



Der Verband der Internationalen Caterer in Deutschland (V.I.C.) ist ein Zusammenschluss von derzeit vier Caterern. Dazu gehören die Compass Group, Sodexo, apetito catering und die SV (Deutschland) GmbH.

Der V.I.C. wurde im Oktober 2000 gegründet, um die Kräfte der Wachstumsbranche Contract Catering in einer politischen Interessenvertretung zu bündeln und die Anliegen der Branche auf nationaler und europäischer Ebene fachlich kompetent zu vertreten. Seit Januar 2003 ist der V.I.C. als Fachverband Mitglied im DEHOGA Bundesverband. Die Mitgliedsunternehmen beschäftigen derzeit rund 30.000 Mitarbeiter und erwirtschaften einen Anteil von 40 Prozent am Gesamtumsatz des deutschen Contract Catering-Marktes in Höhe von circa drei Milliarden Euro. Im Jahr 2010 betrug der Netto-Umsatz der V.I.C.-Mitglieder rund 1,3 Milliarden Euro.



Die Aufgabenschwerpunkte des V.I.C. auf nationaler Ebene sind die Aufklärungsarbeit in Fragen des Contract Catering und der Betriebsgastronomie sowie der Aus- und Weiterbildung in spezifischen Berufen der Gemeinschaftsgastronomie. Ein Schwerpunktthema ist im Berichtszeitraum die umsatzsteuerliche Abgrenzung von Lieferun-

gen zu sonstigen Leistungen. Nach einem Urteil des Bundesfinanzhofs vom Dezember 2008 müssten nahezu alle Cateringleistungen umsatzsteuerlich als sonstige Leistungen versteuert werden. Anderer Auffassung ist das Bundesfinanzministerium, welches im Erlasswege eine liberale Abgrenzung vorgenommen hat. Im September 2009 hat es ein diesbezügliches Gespräch des V.I.C. im Bundesfinanzministerium gegeben, in dem die Caterer die Rechtsunsicherheit bemängelt und eine schnellstmögliche Klärung gefordert haben. Der Bundesfinanzhof hat im Jahr 2010 einen Abgrenzungsfall im Bereich des Partyservice dem Europäischen Gerichtshof zur Klärung vorgelegt, über den der EuGH im März dieses Jahres entschieden hat. Danach gilt für die Lieferung von „Standardspeisen“ ohne zusätzliche Dienstleistungselemente oder Umsätze, in denen weitere, besondere Umstände belegen, dass die Lieferung der Speisen der dominierende Anteil ist, der reduzierte Mehrwertsteuersatz. Wenn beim Party-Service zusätzliche Dienstleistungselemente hinzutreten, gilt für den gesamten Umsatz der volle Mehrwertsteuersatz. Nun bleibt allerdings noch die endgültige Entscheidung des Bundesfinanzhofes in diesem Fall abzuwarten.

Auf europäischer Ebene sieht der V.I.C. seinen Schwerpunkt in der Schaffung einheitlicher Sicherheitsstandards und Qualitätsmaßstäbe sowie in der Harmonisierung der Mehrwertsteuersätze im Bereich Contract Catering.

Dem V.I.C. ist die Ungleichbehandlung bei der umsatzsteuerlichen Bemessungsgrundlage der Mitarbeiterbeköstigung ein Dorn im Auge. Während die Eigenregiebetriebe hier die Werte der Sachbezugsverordnung heranziehen können, wird bei den Contract Caterern der Wert der Mahlzeit zu Grunde gelegt. Hier fordert der V.I.C., dass auch die Contract Caterer die Werte der Sachbezugsverordnung bei der Bemessung der Umsatzsteuer anwenden können. Der V.I.C. hat in persönlichen Gesprächen mit Finanzpolitikern



auf Bundesebene auf diese Ungleichbehandlung hingewiesen und entsprechenden Änderungsbedarf angemahnt.

Ein weiterer positiver Effekt des Zusammenschlusses der großen Caterer im V.I.C. ist bei Betriebsübergängen zu verzeichnen. Wurden früher noch rechtliche Meinungsverschiedenheiten, beispielsweise zum Personalübergang, über Anwälte geführt, gibt es nun innerhalb der V.I.C.-Mitgliedsunternehmen keinerlei gerichtliche Auseinandersetzungen mehr. Diese Entwicklung hat in erheblichem Umfang zur Beruhigung der Catering-Branche beigetragen.

Vorsitzender:
Jürgen Thamm, Compass Group

Geschäftsführerin:
Ingrid Hartges, Deutscher Hotel-
und Gaststättenverband e.V.
(DEHOGA Bundesverband)

Am Weidendamm 1A
10117 Berlin

Fon 030/72 62 52-46

Fax 030/72 62 52-42

benad@dehoga.de

8.





Aus den DEHOGA- Landes- verbänden

Lokal. Regional. National. Für einen schlagkräftigen Verband muss der DEHOGA überall gut aufgestellt sein – von der Orts- über die Landes- bis zur Bundesverbandsebene. Und das ist er. Die 17 Landesverbände im DEHOGA garantieren den Mitgliedern eine optimale Ansprache, Kommunikation, Dienstleistung und Interessenvertretung vor Ort. Mit den entsprechenden Sozialpartnern handeln die DEHOGA-Landesverbände die tariflichen Löhne und Arbeitsbedingungen aus.

Baden-Württemberg

Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Baden-Württemberg e.V.

Gemeinschaft fördern und Vorteile schaffen

Das DEHOGA-Frühlingsfest als starkes Gemeinschaftserlebnis sowie die Schaffung zusätzlicher Vorteile für Besucher der verbandseigenen DEHOGA Akademie in Bad Überkingen bildeten 2011 wichtige Schwerpunkte der Arbeit des DEHOGA Baden-Württemberg.

Neben der politischen Interessenvertretung und dem Angebot von Dienstleistungen und geldwerten Mitgliedervorteilen bildet die Förderung des Gemeinschaftsgefühls in der Branche eine wichtige Säule der Verbandsarbeit des DEHOGA. Einen starken Akzent setzte der Verband in dieser Hinsicht mit dem 2. DEHOGA-Frühlingsfest am 2. Mai 2011 auf dem Cannstatter Wasen in Stuttgart. Mehr als 3.600 Gastronomen und Hoteliers aus allen Teilen des Landes waren zu diesem Großereignis gekommen – die meisten von ihnen nutzten Busfahrten, die von den DEHOGA-Kreisstellen im Land organisiert worden waren.



Deutliche Worte: Bei der politischen Kundgebung auf dem DEHOGA-Frühlingsfest redet Peter Schmid, Präsident des DEHOGA Baden-Württemberg, Klartext.

Im Zentrum des DEHOGA-Frühlingsfestes stand die politische Kundgebung: Peter Schmid, Präsident des DEHOGA Baden-Württemberg richtete in seiner Rede deutliche Worte an die Politik. Eine klare Positionierung beim Thema Hotelmehrwertsteuer fehlte hierbei ebenso wenig wie For-



Riesenstimmung im Zelt: Zum DEHOGA-Frühlingsfest kamen mehr als 3.600 Gastronomen und Hoteliers nach Stuttgart.



Modern: Info-Touchscreens sorgen in der DEHOGA Akademie für zusätzliche Möglichkeiten.

derung nach einer fairen steuerlichen Behandlung der Gastronomie. Ein Höhepunkt des DEHOGA-Frühlingsfestes war die größte Branchentombola des deutschen Gastgewerbes, bei der über 2.300 Preise verlost wurden und deren Erlös in Höhe von 25.000 Euro den Ausbildungsaktivitäten der DEHOGA-Kreisverbände im Land zugute kommt. Hauptpreis war ein von der Messe Stuttgart gestifteter „INTERGASTRA Smart“.

DEHOGA Akademie schafft Vorteile

Mehr Service, mehr Inhalte, mehr Möglichkeiten – so präsentiert sich die DEHOGA Akademie in Bad Überkingen, Süddeutschlands führendes Weiterbildungszentrum für Gastronomie und Hotellerie, nach umfangreichen Investitionen während der Sommerpause 2011. Bestandteil der Modernisierung waren u.a. die Ausstattung der Seminarräume mit neuester Tagungstechnik sowie die Modernisierung und Erweiterung des Restaurantbereichs. Für echten Mehrwert sorgen darüber hinaus zusätzliche Lern- und Informationsangebote an Info-Touchscreens und in der neu eingerichteten Fachbuchbibliothek.

Doch nicht nur baulich, sondern auch inhaltlich hat sich eine Menge bewegt an der DEHOGA Akademie: Wichtige Seminarreihen wie der DEHOGA UnternehmerBrief und die Basisseminare in den Bereichen Gründung, Führung, Marketing, Finanzen und Hygiene wurden komplett überarbeitet. Die Seminarteilnehmer profitieren von einem neuen Lernkonzept, das unter anderem Umsetzungshilfen, Download-Angebote und



Küchenpraxis-Seminare sind ein Markenzeichen der DEHOGA Akademie in Bad Überkingen.

Kontaktmöglichkeiten in einem geschützten Internetbereich (Wiki) vorsieht. Die Seminarunterlagen wurden neu gestaltet, die Online-Buchbarkeit der Seminare wird ausgeweitet und verbessert.

Die Investitionen in der DEHOGA Akademie in Bad Überkingen konnten zu rund drei Vierteln durch Zuschüsse von Bund und Land im Rahmen des Konjunkturpaketes finanziert werden. Aus diesem Grund und dank der Beteiligung wichtiger Partner kann die Akademie ihren Besuchern alle neuen Vorteile ohne Preiserhöhung anbieten.



Besucher der DEHOGA Akademie in Bad Überkingen können sich über zahlreiche neue Vorteile freuen.

Bayern

Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern e.V.



Auf dem Weg nach vorne: Das neue Präsidium des DEHOGA Bayern (v.l.): Monika Poschenrieder, Vorsitzende des Fachbereichs Gastronomie, Ralf Barthelmes, Thomas Förster, Ulrich N. Brandl, Angela Inselkammer, Thomas Domani sowie Stefan Wild, Vorsitzender des Fachbereichs Hotellerie.

Seit Oktober 2010 führt ein neues Präsidium mit Ulrich N. Brandl vom Baby & Kinder Bio-Resort Ulrichshof in Rimbach als Präsident an der Spitze den DEHOGA Bayern. Als Vizepräsidenten wurden ihm zur Seite Angela Inselkammer vom Brauereigasthof Hotel Aying sowie Thomas Förster von den Serways Tank- und Rastanlagen Nürnberg Feucht und Kammersteiner Land gewählt. In ihren Ämtern bestätigt wurden Schriftführer Ralf Barthelmes von den Residenzgaststätten und dem Restaurant Martinz in Würzburg sowie



Eine Branche – zwei Steuersätze: 7 statt 19 Prozent Mehrwertsteuer auf Gastfreundschaft! Getreu dem Motto „Wenn nicht wir, wer dann?“ hat der DEHOGA Bayern auf unzähligen Veranstaltungen auf die nach wie vor bestehende, eklatante Wettbewerbsverzerrung zum Nachteil der Gastronomie hingewiesen. Höhepunkt war der Frühjahrsempfang auf dem Münchner Frühlingsfest, auf dem über 1.600 Hoteliers und Gastronomen für faire Wettbewerbsbedingungen demonstrierten. Aber auch in vielbeachteten, offenen Briefen an Politiker bezog der Präsident Ulrich N. Brandl Stellung für die Branche.

Schatzmeister Thomas Domani von den Gaststättenbetrieben Kurt Lilly in Nürnberg.

Branchenpolitisch startete das neue Präsidium durch: die gesamte Bandbreite politisch-relevanter Themen wurde auf den Prüfstand gestellt, Positionen gegebenenfalls modifiziert und anschließend mit der Abarbeitung begonnen. Es wurden neue, zielführende Kooperationen geschlossen und bestehende Strukturen optimiert.

Neben der Verbesserung der branchenpolitischen Rahmenbedingungen hat sich das neue Präsidium aber auch das Ziel gesetzt, für eine bessere Wertschätzung der Branche einzutreten. Hierbei kommt eine Vielzahl an Maßnahmen zu tragen, von denen nachfolgend der GastroManagementPass, die Ausbildungsbotschafter sowie der Schnupper-Knigge exemplarisch näher vorgestellt werden sollen.

Der GastroManagementPass – Für eine hohe Qualität im Gastgewerbe

Qualität, Verbraucherschutz und eine sehr gute Hygienepaxis haben im Gastgewerbe höchste Priorität. Jedoch gibt es für die Gastronomie keine Zugangsvoraussetzungen; repressive Lebensmittelkontrollen, wie im Rahmen des geplanten Hygienebarometers vorgesehen, können wiederum nicht den Zweck eines hohen Qualitätsstandards erfüllen, zumal sie nicht präventiv wirken. Daher hat der DEHOGA Bayern zur Erhaltung und Steigerung der Qualität im bayerischen Gastgewerbe den GastroManagementPass (GMP) eingeführt.



Ziel ist es, die Voraussetzungen für die nachhaltige Positionierung Bayerns als Tourismusland Nr. 1 zu schaffen und mit IHK und Wirtschaftsministerium als Kooperationspartner das Vertrauen der Verbraucher in die bayerische Gastlichkeit zu sichern.



Die Zertifizierung ist ein Instrument zur Sicherung der bestehenden Hygiene- und Qualitätsstandards der Branche. Sie soll dem Endverbraucher dokumen-

tieren, dass der Betrieb hoch qualifiziert aufgestellt ist und in den Bereichen Hygiene, Recht, Unternehmensführung und Service-Qualität fundierte Kenntnisse aufweisen kann. Im Vordergrund steht dabei die Qualifizierung und die kontinuierliche Fort- und Weiterbildung.

Berufe in Hotellerie und Gastronomie – Berufe für ein ganzes Leben

Wohl keine andere Branche ist so spannend und abwechslungsreich wie Hotellerie und Gastronomie. Doch angesichts des demografischen Wandels wird es zunehmend schwieriger, offene Ausbildungsstellen zu besetzen. Um dieser Entwicklung entgegenzuwirken, wurden verschiedene Initiativen gestartet.

Ausbildungsbotschafter – Visitenkarte für die nächste Generation

Alle Ausbildungsbotschafter sind Unternehmer der Branche, die selbst ausbilden und in Prüfungsausschüssen tätig sind. Sie erhalten staatliche Benennungsurkunden auf drei Jahre und werden jährlich geschult. Sie haben einen Blick für junge Menschen und können Eltern und Lehrkräfte kompetent beraten. Ihnen zur Seite stehen junge Auszubildende, die den zukünftigen Azubis noch glaubwürdiger vermitteln können, dass gastgewerbliche Berufe wirklich cool sind.

Oberstes Ziel ist es, dass die Ausbildungsbotschafter bei allen Ausbildungs-Veranstaltungen und Schulen einsetzbar sind und eine einheitliche Sprache sprechen. Ihre Kernbotschaft lautet: „Eine Ausbildung in Hotellerie und Gastronomie ist die Basis für 111 Berufe. Sie gibt eine weltweite Jobgarantie und ist zudem eine Studienberechtigung.“



Jeder von ihnen ist ein Vorbild der Branche: Die Ausbildungsbotschafter des DEHOGA Bayern.

Das Gastgewerbe bietet Berufe für ein ganzes Leben. In dieser Branche kann sich jedes Talent verwirklichen und Persönlichkeit ist gefragt.“

Schnupperlehre ist Chefsache – Neuer Leitfaden „Schnupper-Knigge“

Jahr für Jahr absolvieren hunderte von Schülern ihre Schulpraktika, auch „Schnupperlehren“ genannt. Sehr beliebt sind dabei die Berufe Koch und Hotelfachmann. Doch leider ist dem einen oder anderen dieser „Schnupper-Schüler“ ihr Praktikum nicht nur in guter Erinnerung. Anderenorts ist die Schnupperlehre Chefsache. Denn ist ein lernwilliger junger Mensch als Praktikant erst einmal im Betrieb, setzen andere Branchen alles daran, ihn so zu beeindrucken, dass sie ihn als Auszubildenden gewinnen können. Dass dies auch in Hotels und Gastronomiebetrieben gelingen kann, zeigt der Schnupper-Knigge: Begrüßung und Hausführung des Schnupper-Azubis durch den Chef, Betreuung während der gesamten Zeit durch einen Paten, aktives Einbinden in sinnvolle Aufgaben mit Erläuterungen, Anlernen von Serviettenfalten oder einem einfachen Gericht, mit dem er zu Hause stolz sein Gelerntes präsentieren kann. Ein Abschlussgespräch mit konkreten Vereinbarungen und Verabschiedung durch den Chef sollten der Standard sein, will man punkten, empfiehlt sich vielleicht sogar ein Abschluss-Geschenk wie einen Essensgutschein für die Eltern.



Berlin

Hotel- und Gaststättenverband Berlin e.V. (DEHOGA Berlin)

Der Rahmen muss stimmen – aktiv. für die Gastgeber berlins

Die Abschaffung der Ausnahmeregelungen für gastronomische Betriebe forderte eine Volksinitiative „Frische Luft für Berlin“ im Frühjahr 2011 vom Berliner Abgeordnetenhaus, was der Ausschuss für Gesundheit, Umwelt und Verbraucherschutz vorbereitend für die Entscheidung der Volksvertreter zu behandeln hatte. Der DEHOGA Berlin argumentierte und bezog ausführlich Stellung mit dem Resultat, dass die Mehrheit aller Teilnehmer und Parteien entschied, dass das geltende Nichtraucherschutzgesetz in der Hauptstadt ausreichend und keine Verschärfung notwendig sei. Ein Erfolg, der ganz besonders die Gastronomen freut!

Ob Smiley, Farbbarometer oder Hygieneampel – das so genannte Transparenzsystem gefährdet die Existenz unzähliger Betriebe und beschädigt das Image einer ganzen Branche in Deutschland, ohne dass der Verbraucher davon profitiert. Eine übereifrige Verbraucherschutzsenatorin in Berlin wollte bundesweit Vorreiterin sein und begann bereits im August, Kontrollergebnisse zu veröffentlichen. Ob diese Eile im Zusammenhang

stand mit den bevorstehenden Wahlen und der Werbung um Wählerstimmen mittels eines populistischen Themas? Völlig zu Recht stellen einige Bezirke die Prozedur in Frage und beteiligen sich nicht daran, andere handhaben die Vorgänge ganz unterschiedlich. Fakt ist, die Senatorin, inzwischen aus dem Amt geschieden, ist mit ihrem System gescheitert. Dennoch wird das Thema eine der Herausforderungen auch im Jahr 2012 für den Verband bleiben, denn die Inszenierungsformen und emotionalen Kampagnen sind bei diesem Thema offensichtlich ausgerichtet auf anhaltendes Publikumsinteresse statt auf sachliche Argumentationen – diese werden gar nicht oder nur unzureichend bzw. aus dem Zusammenhang gerissen dargestellt. Der DEHOGA Berlin lässt nicht zu, dass Gastronomen zum Spielball der Politik werden!

Brennpunkt Gastgewerbe

Berlin vor der Wahl: „Wir wollen wissen, ob Sie unsere Kandidatin, unser Kandidat sind!“ – unter dieser Überschrift standen sieben Fragen des DEHOGA Berlin an ausgewählte Kandidaten der Parteien in Form eines Wahlcheckformulars, um herauszufinden, wer für welche Ziele steht, denn die offiziellen Wahlprogramme gingen nicht auf alle Brennpunkte unserer Branche ein. Von 94 Anfragen wurden jedoch lediglich 16 beantwortet. Die Antworten wurden auf der DEHOGA Berlin-Website veröffentlicht, was den Befragten im Vorfeld bekannt war. Es waren also 78 versäumte Möglichkeiten, mit Wählern ins Gespräch zu kommen. Inwieweit das Ergebnis des Wahlchecks für das eine oder andere Mitglied entscheidend war, weiß man natürlich nicht. Die Würfel sind inzwischen gefallen und der DEHOGA Berlin bleibt weiterhin am Ball – durch gute Vernetzungen, u.a. durch den „Runden Tisch Tourismus“, der auch weiterhin gemeinsam mit dem Regierenden Bürgermeister von Berlin Klaus Wowereit und Vertretern aus Politik, Wirtschaft und Tourismus stattfindet. Hier werden touristische Herausforderungen und deren Lösungen diskutiert.



Der graue Hotelmarkt – Ferienwohnungen in Berlin

Mit über 20 Millionen Übernachtungen in 2010 ist Berlin nach London und Paris die Nummer drei in Europa und zählt zudem zu den zehn wettbewerbsfähigsten Destinationen Europas. Das zunehmende Interesse von Gästen aus der ganzen Welt spüren auch die Berliner, und dies weit über die Innenstadtbezirke hinaus. Zum einen prägen die Besucher das Erscheinungsbild der Metropole, zum anderen verändern sie aber auch die Lebenswirklichkeit in der Stadt. Die weitere touristische Entwicklung muss deshalb im Einklang mit den Interessen der hier lebenden und arbeitenden Menschen sowie der etablierten gastgewerblichen Betriebe fortgeführt werden.

Unser herausragender Erfolg in 2010, die Änderung der Bauverordnung durch den Senat, wodurch alle Gebäude mit mehr als zwölf Betten als Beherbergungsstätten gelten und somit alle dazu gehörenden Sicherheits- und sonstigen Auflagen zu erfüllen haben, stellte wider Erwarten in diesem Jahr eine der größten Herausforderungen dar: Die Umsetzung in den Bezirken sowie die Kontrollen der Bezirksämter gingen ihren eigenen Weg – weder bewegte, geschweige denn veränderte sich etwas. Professionell vermarktete Ferienwohnungen schossen weiter wie Pilze aus der Erde, ohne dass die neuen Gesetze berücksichtigt wurden. Die Behörden, angesprochen auf ihre Kontrollpflicht, reagierten mit Ausflüchten oder gar nicht – alles in allem inakzeptabel für den DEHOGA Berlin. Ein spektakulärer Pressetermin in Ferienwohnungen des Szenebezirks Friedrichshain, den Medien über die deutsche Landesgrenze hinaus aufgegriffen haben, brachte Bewegung in die Amtsstuben: Inzwischen sind Unterlassungsaufforderungen und erhebliche Bußgelder ergangen. Über zusätzlich zu erwartende Steuereinnahmen hat sich der amtierende Finanzsenator allerdings noch nicht geäußert! Bei kaum einem anderen Verbandsthema war und ist das Verständnis der Berliner Bevölkerung so



groß, fühlen sich doch viele Menschen persönlich betroffen. Kontraproduktiv nicht nur für das Gastgewerbe, sondern die ganze Stadt, wäre weltweit negative Publicity durch verärgerte Bürger. Der DEHOGA Berlin will den Tourismus in der Hauptstadt nicht nur mit vermarkten, sondern auch schützen: Berlins Gäste sollen sich sicher fühlen und stets von allen Berlinern willkommen geheißen werden – ohne Belästigungen von Bewohnern, ohne Vertreibung von Mietern, ohne künstliche Verknappung auf dem Wohnungsmarkt und zu gleichen Bedingungen für die im harten Wettbewerb zueinander stehenden Beherbergungsbetriebe. Ferienwohnungen ausdrücklich inbegriffen.

Die lange N8 der Aus- und Weiterbildung

Fachkräftesicherung für Hotellerie und Gastronomie stehen nach wie vor ganz oben auf der Prioritätenliste. Erstmals wird der DEHOGA Berlin im Januar 2012 die lange „Nacht“ veranstalten – eine groß angelegte Aktion, beworben in der ganzen Stadt durch Plakate, das „Berliner Fenster“ in der U-Bahn, im Radio und anderswo, um viele Leute zu erreichen und ihnen die Möglichkeiten, die die Branche bietet, nahe zu bringen. 46 Ausbildungsunternehmen aus Gastronomie & Hotellerie beteiligen sich daran, durch außergewöhnliche Aktionen „zum Anfassen“ für sich und die Branche zu werben.

Brandenburg

Deutscher Hotel- und Gaststättenverband Brandenburg e.V.

1. Gemeinsamer Qualitäts- und Branchentag des DEHOGA Brandenburg mit der Tourismusakademie Brandenburg

Servicequalität, Gästebegeisterung und Unternehmenskultur standen im Mittelpunkt

Qualität ist der Schlüssel zum Erfolg! Dies war das Thema des Qualitäts- und Branchentages 2011 des DEHOGA Brandenburg und der Tourismusakademie Brandenburg (TAB).

Die Hotelklassifizierung und Brandenburger Gastlichkeit des DEHOGA sowie die Servicequalität Deutschland der TAB bilden die drei entscheidenden Qualitätssäulen des Tourismus in Brandenburg. Ein gemeinsamer Qualitäts- und Branchentag lag daher auf der Hand.



Spitzenrunde beim Jahresempfang des DEHOGA Brandenburg: Ministerpräsident Matthias Platzeck (l.), DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges und DEHOGA Brandenburg Präsident Mario Kade.

Foto: Hans-Dieter Schaaf

Auftakt der Veranstaltung bildete die Verleihung der Servicequalität Deutschland. Wie mit innovativen und kreativen Qualitätsideen aus gleichgültigen Kunden begeisterte Stammgäste werden können, zeigten namhafte Referenten in praxisnahen Vorträgen. Sei es das „Service Kamasutra“ vorgestellt von Bernd Reutemann, mit seinem Hotel zum Dienstleister des Jahres 2008 gewählt,

oder dem Guerilla-Marketing-Gedanken von Petra Owen „mit wenig viel erreichen“; bei allem ist Qualität der Schlüssel zum Erfolg und entscheidend für die Zufriedenheit des Gastes.

Qualifizierung und Fachkräftesicherung

Siegeswille und Teamgeist – so ließ sich die Stimmung der drei Besten der Brandenburgischen Landesmeisterschaften bei den 32. Deutschen Jugendmeisterschaften in den gastgewerblichen Ausbildungsberufen Ende Oktober in Königswinter beschreiben.

Bei den Restaurantfachleuten gewann Charlotte Böhlke, Steigenberger Hotel Potsdam Sanssouci in Potsdam vom Team Brandenburg die Silber-Medaille; für Brandenburg die dritte Medaille in Folge. „Die Atmosphäre bei den Deutschen



Die stolzen brandenburgischen Landesmeister in den gastgewerblichen Ausbildungsberufen zusammen mit Präsident Mario Kade (M.), Hauptgeschäftsführer Olaf Lücke (o.l.), Projektleiter Henryk Behrendt (r.) und den Präsidiumsmitgliedern Angela Führer (ganz hinten) und Karin Thiele.

Jugendmeisterschaften ist jedes Mal einzigartig“, so Mario Kade, Präsident des DEHOGA Brandenburg. „Wir sind stolz auf so viel Engagement und Siegeswillen. Für den DEHOGA Brandenburg und seine Partner im Bereich der Jugendarbeit ist es eine Herzensangelegenheit, unsere Nachwuchskräfte zu fördern und ihnen die Vielfältigkeit unserer Branche zu vermitteln“.

Transnationales Projekt: Knieperkohl und Havelzander treffen auf italienischen Stockfisch und österreichischen Bergkäse

Im Sommer letzten Jahres startete das vom DEHOGA initiierte Transnationale Projekt, gefördert durch das Ministerium für Arbeit, Soziales, Frauen und Familie aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds des Landes Brandenburg. Ausgehend vom Wissens- und Erfahrungsaustausch mit den europäischen Projektpartnern und Destinationen Vorarlberg in Österreich und Vicenza in Italien, werden in den Regionen Havelland und Prignitz in den Bereichen „regionale Kulinarik“ und „Aktivtourismus“ (Schwerpunkt Radtourismus) Angebote entwickelt, Netzwerke aufgebaut und Kooperationen mit den europäischen Partnern gestartet, die die Stärkung des Gastgewerbes und der Regionen zum Ziel haben.

In dem Segment regionale Kulinarik wurde die schrittweise Schaffung eines kulinarischen Kalenders für die Regionen Havelland und Prignitz beschlossen. Schwerpunkt des Kalenders wird nicht eine thematische sondern saisonale Profilierung sein, da hier eine breitere Zielgruppenansprache und ein vielfältigeres, differenziertes Themenspektrum mit jährlicher Anpassungsfähigkeit und Entwicklungspotential gegeben sind.

Brandenburger Gastlichkeit bei der Tagung des Großen Vorstandes in Potsdam

Brandenburg nimmt in der DEHOGA-Gemeinschaft einen festen Platz ein. Dass die Qualitäts- und Marketinginitiative Brandenburger Gastlichkeit, mit mittlerweile über 300 beteiligten Gastronomen und seit diesem Jahr auch Exportschlager in die Ukraine, für Gastfreundschaft und Servicequalität steht, wurde auch bei der Tagung des Großen Vorstandes im April in Potsdam bewiesen. Vor Ort konnten sich die Teilnehmer von der Leistungskraft des Tourismus wie auch der Qualität des Gastgewerbes überzeugen.



Transnationales Treffen mit Mauro Pasquali (2.v.l.) von Slow Food Vicenza, hier das Überreichen der Gastgeschenke.

DEHOGA zukunftsorientiert

Aus 33 mach 21: Effizienter, lebendiger und kraftvoller sollen die Kreisverbände des DEHOGA Brandenburg nach der Ende März beschlossenen Strukturreform arbeiten. Durch Zusammenlegungen und teilweise Neustrukturierungen entstandenen 21 Kreisverbände, die sich mehr an den von der Tourismuspolitik ausgewiesenen und vermarkteten Reisegebiete orientieren.

Energien und Interessen der Mitglieder zu bündeln, einen Mehrwert und regionale Übereinstimmungen zu schaffen, stand dabei im Vordergrund der Überlegungen. Dabei wurde die Struktur gut funktionierender Kreisverbände belassen, andere, die schon kooperierten oder wo eine Zusammenarbeit auf der Hand lag, miteinander verschmolzen.

Bremen

Deutscher Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bremen e.V.

Bremen und Bremerhaven feiern dritten Qualitäts-Tag

Qualitätsauszeichnung für acht Betriebe

Mehr als 200 Teilnehmerinnen und Teilnehmern wurden im Rahmen des dritten Qualitäts-Tages der Initiative ServiceQualität Deutschland im Land Bremen Tipps und Trends zum Thema Servicequalität geboten. Ausrichter war die Landesinitiative Bremen, getragen von einem breiten Bündnis aus Politik, Kammern, Verbänden und Wissenschaft in Partnerschaft mit der ServiceQualitäts-Initiative aus Niedersachsen.

Im Rahmen der Veranstaltung erhielten acht Betriebe aus Bremen und Bremerhaven das Qualitätssiegel „ServiceQualität Deutschland“. Übergeben wurden die Auszeichnungen von Dr. Dirk Kühling (Abteilungsleitung Senator für Wirtschaft und Häfen Bremen). „Wir denken bei Service fast ausschließlich an den Tourismus- und Freizeitbereich. Dass heute die Ärztekammer Bremen und deren Bezirksstelle in Bremerhaven ausgezeichnet wurden, ist ein Zeichen dafür, dass der Gedanke Servicequalität branchenübergrei-

fend gesehen werden kann und meiner Meinung nach gesehen werden muss“, so Dr. Dirk Kühling. Für Niedersachsen erhielten über 30 Betriebe ihr Qualitätssiegel von May-Britt Pürschel (Referatsleitung Niedersächsisches Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr).

Der Qualitäts-Tag richtete sich an Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Qualitäts-Betriebe aus Bremen, Bremerhaven und Niedersachsen, die vor und hinter den Kulissen Verantwortung dafür übernehmen, die Kundenerwartungen mit einem besonderen Service tagtäglich zu erfüllen. Um neuen Trends und Serviceideen zur Begeisterung von Kunden, Gästen und Besuchern auf die Spur zu kommen, bot der Qualitäts-Tag neben anregenden Vorträgen auch Gelegenheit zum Erfahrungsaustausch und Networking.

Weitere Informationen zum Qualitäts-Tag und zur Initiative „ServiceQualität Deutschland“ im Land Bremen gibt es unter www.servicequalitaet-bremen-bremerhaven.de.

Die Initiative im Land Bremen wurde 2005 gestartet und wird seitdem vom Institut für Wis-



senstransfer an der Universität Bremen geleitet. Träger und Förderer sind die BIS Bremerhaven-Touristik, BTZ Bremer Touristik-Zentrale, IHK Bremerhaven, Handelskammer Bremen, DEHOGA Landesverband Bremen und Bremerhaven und die WFB Wirtschaftsförderung Bremen. Der Senator für Wirtschaft und Häfen hat das Projekt von Beginn an gefördert und finanziert es seit Anfang 2009.

Am 8. November 2010 erhielt das Qualitätssiegel im Land Bremen:

- Ärztekammer Bremen
- Ärztekammer Bremen, Bezirksstelle Bremerhaven
- Best Western Hotel Schaper-Siedenburg, Bremen
- Blattlaus Cafe Bar, Bremerhaven
- Deutsches Schifffahrtsmuseum, Bremerhaven
- Garden Hotel Bremen
- Hotel Munte am Stadtwald, Bremen
- Ratskeller Bremen



Ratskeller Bremen, Träger des Qualitätssiegel „ServiceQualität Deutschland“.



Hamburg

DEHOGA Hamburg Hotel- und Gaststättenverband e.V.

Jahreshauptversammlung der Fachgruppe Hotels

Der Vorstand der Fachgruppe Hotels lud am 7. Februar 2011 in das InterContinental Hamburg zur jährlich stattfindenden Mitgliederversammlung ein. Gast-Referenten waren Dietrich von Albedyll und Thorsten Tschirner, Hamburg Marketing GmbH. Mit einem Plus von 9,9 Prozent auf knapp acht Millionen Übernachtungen bis einschließlich November war 2010 das Jahr mit den größten Zuwächsen seit der Fußball-WM 2006.

Erfreuliche Entwicklungen sah der Fachgruppenvorstand auf politischer Ebene. Nachdem der Tourismus nach den letzten Wahlen in die Zuständigkeit der Kulturbehörde wechselte, kehrte er im Frühsommer 2010 wieder zur Wirtschaftsbehörde zurück.

Freisprechungsfeiern

2011 wurden auf den beiden Freisprechungsfeiern im Januar 2011 und im Juni 2011 insgesamt 1.024 jungen Kolleginnen und Kollegen zu ihrem erfolgreichen Abschluss der gastgewerblichen Berufsausbildung gratuliert. Im Januar 2011 haben mit 352 Ausgelernten 78,4 Prozent und im Juni mit 672 Ausgelernten 85,6 Prozent der Auszubildenden ihren Gesellenbrief erhalten.

Hamburger Jugendmeisterschaften 2011

124 Auszubildende aus allen sechs gastronomischen Ausbildungsberufen meldeten sich zu dem theoretischen Wettkampf der Hamburger Jugendmeisterschaften an, 51 von ihnen kamen in die praktische Endausscheidung. Erstplatzierte waren die Fachkräfte im Gastgewerbe Janina-Yvonne Meyer (Schanzenstern – Schwerpunkt Küche) und Franziska Pretzsch (Alraune gGmbH – Schwerpunkt Service), Fachmann für Systemgastronomie Jan Schneider (Pretty Good Food GmbH), Hotelkaufmann Kris Knöpke (Hotel Atlantic Kempinski), Hotelfachfrau Svenja Roloff

(Crowne Plaza Hamburg), Köchin Annemarie Lillge (Gastronomie Pütter im Anglo-German Club) sowie Restaurantfachfrau Ingar Juliane Braun (Maritim Hotel Reichshof).

Marketing-Initiativen „Gastronomie“

In Hamburg gibt es zwei Marketing-Initiativen mit dem Ziel, die Gastronomie zu stärken: seit 2002 können sich DEHOGA Hamburg-Mitglieder im Gastronomiepool Hamburg zusammenschließen. Mit „nordisch frisch!“ gibt es seit 2010 erstmals ein länderübergreifendes Projekt in der Metropolregion Hamburg, das die Vermarktung von Spezialitäten aus regionalen Produkten anstrebt. Im Mittelpunkt von „nordisch frisch!“ steht das Kochen mit regionalen Produkten.

85. INTERNORGA vom 18. – 23. März 2011

Bei der diesjährigen Fachmesse konnte eine Rekordbeteiligung verbucht werden. Mehr als 100.000 Besucher informierten sich über Produkte und Dienstleistungen von 1.144 Ausstellern aus 27 Ländern. Mit rund 53 Prozent gehört die Mehrheit der Fachbesucher der obersten Entscheidungsebene an. 63 Prozent der Besucher gaben an, auf der Messe bereits geordert bzw. dies geplant zu haben.

10. Sommerempfang im Anglo-German Club

Der DEHOGA Hamburg begrüßte am 27. Juni 2011 im Anglo-German Club an der Außenalster bei traumhaftem Wetter mehr als 400 Gäste. Darunter befanden sich neben renommierten Hoteliers und Gastronomen zahlreiche Repräsentanten aus Politik und Wirtschaft.

Rose Pauly, Präsidentin des DEHOGA Hamburg, blickte in ihrer Begrüßungsrede auf ein turbulentes, aber durchaus positives Jahr zurück. Die Hotellerie verzeichnet steigende Besucherzahlen und auch die Gastronomie zeigt sich – dank zahlreicher Innovationen – sehr zufrieden.



Franziska Uhlig nahm an der Endausscheidung der Hamburger Jugendmeisterschaften teil (Weinstube „Zur Traube“, Restaurantfachfrau im 3. Ausbildungsjahr).



Wirtschaftssenator Frank Horch, Präsidentin Rose Pauly, FDP-Bürgerschaftsabgeordneter Dr. Wieland Schinnenberg, Gerald Pütter, Anglo-German Club (v.l.).

Der diesjährige Ehrengast, Wirtschaftssenator Frank Horch, ging in seiner Rede auf die steigenden Tourismuszahlen und den boomenden Kreuzfahrtsektor ein, von dem Hamburg in hohem Maße profitiert. Er wies auf die erfolgreichen Verhandlungen zur Weiterführung der Harley Days hin, wie auch auf Festivals und Sportevents, die unzählige Besucher in die Hansestadt locken.

treffpunkt nord

Am 27. September 2011 fand zum 7. Mal der **treffpunkt nord** mit mehr als 1.100 Gastronomen, Hoteliers und Geschäftspartnern in der Fischauktionshalle Hamburg statt. Durch den gesamten Abend führte Tagesschausprecher Marc Bator. Als Gastredner sprach nach der Begrüßung durch den DEHOGA-Präsidenten Guido Zöllick aus Mecklenburg-Vorpommern der 1. Bürger-



Die Gewinner des Carlsberg-Preises 2011: Wilhelm Wehrt, Kai Lüssem, Dirk Luther, Hotelierspaar Sara Sausmikat-Theilen, Sven Sausmikat und Familie Lohße (v.l.n.r.).

meister Hamburgs, Olaf Scholz. Der Carlsberg-Preis wurde durch den Vorsitzenden der Geschäftsführung, Frank Maßen, gemeinsam mit dem stellvertretenden Chefredakteur der AHGZ, Ulrich Jungk, überreicht. Den Preis „Bestes Hotelrestaurant“ erhielt Dirk Luther, Küchenchef des Restaurants „Meierei Dirk Luther“ im Vitalhotel „Alter Meierhof“ in Glücksburg. In der Kategorie „Bestes Gastronomie-Konzept“ konnte Wilhelm Wehrt, Restaurant Ollanner Buurhuus im Hotel Altes Land aus Jork gratuliert werden. Der Preis „Bester Traditionsbetrieb“ ging an Familie Lohße für ihr „Hotel Blinkfuer“ im Ostseebad Dierhagen. Der Preis für den „Besten Einsteiger“ ging an das Gastronomenduo Kai P. Lüssem und Geoffroy Puëch für ihre gelungene Restaurantidee „mama deli“.

Lobbyarbeit des DEHOGA Hamburg

Das Hamburg Marketing ist neu strukturiert worden. Unsere Argumente und Vorstellungen wurden von der Politik aufgegriffen und weitgehend berücksichtigt, so dass man die Verhandlungen als Erfolg betrachten darf.

Bei der Einführung des Prüfsiegels „Hygiene Smiley“ wurde der DEHOGA vom zuständigen Senator mit in die Gespräche einbezogen. Das System ist für Hamburg problematisch, denn in der Hansestadt sind für ca. 11.000 Betriebe nur 44 Beamte zuständig, so dass nicht jedes Restaurant das Siegel gleichzeitig erhalten kann und es zum einem Wettbewerbsvorteil kommen könnte. Der Verband engagiert sich derzeit für einen anderen, fairen Lösungsweg.

Hamburg plant für 2012 die Einführung einer Tourismussteuer für Übernachtungsgäste. Der Verband setzt auf konstruktive Gespräche und engagiert sich zusammen mit der Hamburger Hotellerie für eine freiwillige Tourismusabgabe. Darüber hinaus ist geplant, ein Gutachten zur Überprüfung der Rechtmäßigkeit dieser die Hotellerie belastenden Bettensteuer einzuholen.



Erster Bürgermeister der Freien und Hansestadt Hamburg Olaf Scholz.

Hessen

Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Hessen e.V.



Führt von nun an die Geschicke des Landesverbandes: Gerald Kink, neuer Präsident des DEHOGA Hessen.

Gerald Kink neuer Präsident

„Zukunft aufbauen auf Basis der Tradition“

Die Landesdelegiertenversammlung des DEHOGA Hessen hat den 49-jährigen Wiesbadener Hotelier Gerald Kink mit großer Mehrheit zum neuen DEHOGA Hessen-Präsidenten gewählt.

Kink absolvierte seine Ausbildung im Königshof in München und war über 14 Jahre in diversen Positionen im In- und Ausland bei Sheraton Hotels und Kempinski Hotels tätig. Seit 16 Jahren lebt der gebürtige Rosenheimer in Wiesbaden und ist Inhaber des Hotel Oranien.

Gerald Kink wurde für eine Amtszeit von drei Jahren gewählt und trat am 17. Oktober 2011 die Nachfolge des langjährigen Präsidenten Reinhard Schreek an. „Ich freue mich auf die Möglichkeit, meine Erfahrungen und meine Wertschätzung für unsere Branche in die Verbandsarbeit einbringen zu können“, so der neue DEHOGA Hessen Präsident.

In seiner Vorstellung bekräftigte Gerald Kink sein Vorhaben, den eingeläuteten Weg der Modernisierung des DEHOGA Hessen fortsetzen zu wollen. „Gemeinsam wollen wir weiterhin die öffentliche und gesellschaftliche Präsenz unserer Branche stärken und somit unseren Berufsstand und

den damit einhergehenden Dienstleistungen eine noch höhere Akzeptanz verschaffen. Das bisher Erreichte wollen wir bewahren und als Basis nutzen, unseren Verband und die Marke DEHOGA erfolgreich weiter zu entwickeln und uns als starker Partner der Branche, der Wirtschaft und der Politik zu empfehlen.“, erklärt Gerald Kink.

Einen Arbeitsschwerpunkt sieht Gerald Kink insbesondere im Bereich der Nachwuchsgewinnung und -förderung. Das Gastgewerbe sei eine spannende Branche, die Zukunftssicherheit und Perspektiven verspricht. Wichtig sei es nun, junge Menschen für die Branche zu begeistern und die Wertigkeit einer Ausbildung im Gastgewerbe hervorzuheben.

Reinhard Schreek wird Ehrenpräsident

Die Landesdelegierten beschlossen einstimmig die Wahl Reinhard Schrecks zum Ehrenpräsidenten des DEHOGA Hessen. Reinhard Schreek stand 18 Jahre als Präsident an der Spitze des DEHOGA Hessen e.V. Darüber hinaus war er insgesamt über 27 Jahren Mitglied des Landesvorstandes.

Er hat in dieser langen und intensiven Amtszeit den Verband nicht nur in allen Höhen und Tiefen begleitet, sondern vor allem in jeder Phase bewahrt, gestärkt und beständig nach vorne gebracht. Reinhard Schreek leitete viele Jahre als Direktor das Parkhotel Bad Nauheim. Zuletzt war



Ehrenpräsident Reinhard Schreek



Die Landesdelegierten 2011 sprechen sich mit großer Mehrheit für die Strukturreform des DEHOGA Hessen aus.

er in leitender Position im Hotel Lamm in Groß-Umstadt tätig.

Mit der Verleihung der Ehrenpräsidentschaft drückt der Verband zum einen seine angemessene Anerkennung und Dankbarkeit für diese Lebensleistung aus und bekräftigt zum anderen den Wunsch, Präsident Reinhard Schreek weiter in der Funktion als Ehrenpräsident in der Spitzenrepräsentanz zu wissen.

DEHOGA Hessen auf dem Vormarsch

Landesdelegiertenversammlung beschließt weitreichende Reformen

In den vergangenen Jahren hat sich der DEHOGA Hessen intensiv mit allen Fragen rund um die eigene Organisation und Struktur beschäftigt und nunmehr durch die Beschlüsse der Landesdelegiertenversammlung 2011 eine große Strukturreform beschlossen, die zum einen eine Umstrukturierung der Verbandsorganisation, zum anderen vor allem die Stärkung des Verbands für die Mitgliedschaft in allen Belangen rund um das Gastgewerbe beinhaltet. Der Kern der beschlossenen Verbandsreformen ist die Vereinigung aller bestehenden Kreisverbände und der übergeordneten Bezirksverbände in eine Einheit als ein starker Verband. Die Zielsetzung ist, die Kreisverbände als wichtigste Stammzellen

des Verbands zu stärken, das Ehrenamt zu unterstützen und die Dienstleistungen der DEHOGA Geschäftsstellen weiter so auszubauen, dass diese für alle Mitglieder in gleicher und hoher Qualität ausgebaut werden können.

DEHOGA Sommerfest 2011 auf „Jagdschloss Platte“ in Wiesbaden

Mit 500 Gästen aus Hotellerie, Gastronomie, Politik und Wirtschaft feierte der DEHOGA Hessen ein rauschendes Sommerfest auf dem Jagdschloss Platte in Wiesbaden. DEHOGA-Präsident Ernst Fischer läutete das Fest an der Seite des scheidenden DEHOGA Hessen-Präsidenten Reinhard Schreek und seinem Nachfolger Gerald Kink mit einigen schlagkräftigen Worten zu den politischen Herausforderungen der Branche ein.

Nach einem Grußwort der hessischen Landesregierung durch Staatsminister Axel Wintermeyer spielten die Jagdhornbläser auf und eröffneten die kulinarische Straße der teilnehmenden Gastronomiebetriebe. Von der Frankfurter Grieß über Tafelspitz und Hessentapas bis zu süßen Verführungen begleitet von Rheingauer Weinen gab es bei Musik und bestem Wetter alles, was das Herz begehrt. Die Branche zeigte sich von ihrer besten Seite und feierte bis in die späte Nacht!



Eine starke Mitgliedschaft – 500 Hoteliers und Gastronomen aus Hessen feiern beim DEHOGA Sommerfest 2011 auf Jagdschloss Platte in Wiesbaden

Lippe

DEHOGA Lippe e.V.

Investitionsschub durch Mehrwertsteuersenkung

Die Einführung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes für Übernachtungen hat es möglich gemacht. Die lippischen Beherbergungsbetriebe haben rund zwei Millionen Euro zusätzlich ausgegeben, um ihre Häuser wettbewerbsfähiger zu machen. Dieses ist das Ergebnis einer Lippe-weiten Umfrage, die der Verband im Jahre 2011 getätigt hat, um regional zu belegen, wie die Branche die Mehrwertsteuersenkung positiv für Investitionen genutzt hat. Das Investitionsvolumen reichte dabei von einigen Tausend Euro für neue Betten, bis hin zu Investitionsmaßnahmen von mehr als 100.000 Euro für den Umbau und die Renovierung von Zimmern. Präsident Dieter Mesch stellte bei der Präsentation der Umfrage gegenüber den Medien heraus, dass zahlreiche Gäste nunmehr von der erhöhten Aufenthaltsqualität der renovierten Häuser profitieren können. Gleichzeitig appellierte er jedoch eindringlich an die Politik, hier endlich Farbe zu bekennen: „Zahlreiche Betriebe wollen in naher Zukunft noch investieren, um ihren großen Investitionsstau zu beseitigen. Dabei ist es äußerst kontraproduktiv, wenn die Mehrwertsteuersenkung für Beherbergungsbetriebe von der Politik ständig wieder in Frage gestellt werde und sich die Betriebe auf Grund der unsicheren Rahmenbedingungen vielfach noch zurückhalten“.

Neujahrsempfang des DEHOGA Lippe

Schon alleine, weil mit Pessimismus und Resignation noch keine Schlacht gewonnen werden konnte, blickt Dieter Mesch vom DEHOGA Lippe optimistisch in die Zukunft. Beim Neujahrsempfang im Kurhaus zum Stern in Bad Meinberg, den der DEHOGA Lippe erstmals mit dem Landesverband Lippe zum Thema „Tourismus“ veranstaltete, bekräftigte Mesch: „Wir in Lippe sind gut aufgestellt und können deshalb die vor uns liegenden Aufgaben selbstbewusst, zuversichtlich und kraftvoll angehen“. Die positive Resonanz



Sprachen beim Neujahrsempfang zu den vielen Gästen: Landrat Friedel Heuwinkel, DEHOGA-Präsident Dieter Mesch, Direktor Dr. Christoph Engl von der Südtirol Marketing und stellvertretender Landesverbandsvorsteher Christoph Ilemann (v.l.).

des Neujahrsempfangs mit weit über 100 Teilnehmern aus dem öffentlichen Leben und den Touristikern aus der Region haben gezeigt, dass der DEHOGA Lippe als kompetenter Unternehmerverband wahrgenommen wird.

Bettensteuer erfolgreich abgewehrt

Das Thema „Einführung einer Bettensteuer“ hat im Jahre 2011 die Stadt Detmold im Kreis Lippe erfasst. Der DEHOGA Lippe, selbst ansässig in Detmold, konnte den kurzen Draht zu den örtlichen Entscheidungsträgern aus Politik und Verwaltung nutzen und hat die Einführung einer solchen Steuer für die Stadt Detmold erfolgreich abwehren können. Dem vorausgegangen waren zahlreiche Schreiben und Gespräche auch mit be-



Gerd Töpfer, Präsident Kreishandwerkerschaft Lippe, Dieter Mesch, Präsident DEHOGA Lippe, Walter Metzen, Vorsitzender Arbeitgeberverband Lippe, Ernst-Michael Hasse, Präsident IHK Lippe zu Detmold und Thomas Voss, Vorsitzender des Einzelhandelsverbandes Lippe (v.l.)

troffenen Kollegen, die deutlich machen konnten, dass der Tourismusstandort Detmold nur gestärkt werden könne, wenn von einer derartigen Steuer abgesehen werde. Bei einer Pressekonferenz der führenden Wirtschaftsinstitutionen im Kreis Lippe stellte Dieter Mesch die Kontraproduktivität der Einführung einer Bettensteuer auch für den Kreis Lippe heraus: „Die Krise ist vorbei. Voraussetzung für eine positive Fortentwicklung unserer Wirtschaft ist Planungssicherheit, zu der verlässliche politische und rechtliche Rahmenbedingungen gehören. Neben der Planungssicherheit in Bezug auf die Mehrwertsteuerreduzierung ist auch eine klare Absage an wirtschaftsfeindliche Aufwandssteuern, bekannt auch als Bettensteuer, notwendig“.

Gold auf der INTERNORGA

Jedes Jahr messen sich die Fachkräfte der norddeutschen Landesverbände des DEHOGA im Rahmen der führenden und größten europäischen Fachmesse für Hotellerie und Gastronomie INTERNORGA in den Bereichen Hotel, Restaurant und Küche. Dabei war die Freude über den Goldmedaillengewinn von Katharina Pulwitt das herausragende Ereignis des Lippe-Tages auf der INTERNORGA in Hamburg. Abgerundet wurde der lippische Erfolg mit der Bronzemedaille des Köchinnenteams Jeanette Juros, Nicole Reimers sowie der Silbermedaille für die Restaurantfachfrau Isabell Feldmann.



DEHOGA Vizepräsident Horst Tappe, Nicole Reimers, Landrat Friedel Heuwinkel, Jeanette Juros, DEHOGA Präsident Dieter Mesch, Isabell Feldmann, IHK-HGF Axel Martens und Katharina Pulwitt (v.l.).



Zahlreiche Berufsanfänger nutzten die Gelegenheit, sich beim Stand des DEHOGA Lippe über die gastgewerblichen Ausbildungsberufe zu informieren.

Werbung um Berufsnachwuchs

Der DEHOGA Lippe hat auch in diesem Jahr seine Anstrengungen rund um das Thema „Ausbildungsmarketing“ intensiviert. Unter anderem nutzte er die Gelegenheit, auf der größten lippischen Aus- und Weiterbildungsmesse „Berufe live“ aus erster Hand über die gastgewerblichen Ausbildungsberufe zu informieren. Dabei fanden die neuaufgelegten Broschüren des DEHOGA Bundesverbandes, zu denen u.a. der „Azubi Bewerberknigge“ gehörte, bei den rund 8.000 Besuchern rege Nachfrage.

Diskussion über den Hygiene-Smiley

Die Diskussion um die Einführung von sogenannten „Hygiene-Smileys“ war eines der Hauptthemen, mit denen sich der DEHOGA beschäftigen musste. Um sich aus erster Hand zu informieren, hat deshalb das Präsidium des DEHOGA Lippe ein Gespräch mit Konrad Etteler, Vorsitzender des Vereins für Lebensmittelkontrolleure in NRW, geführt. Dabei wurden noch einmal deutlich die Probleme herausgearbeitet, die bei einer Veröffentlichung der Ergebnisse der Lebensmittelkontrollen zu befürchten sind.

Mecklenburg-Vorpommern

DEHOGA Mecklenburg-Vorpommern e.V.

Deutscher Hotel- und Gaststättenverband/Landesverband Mecklenburg-Vorpommern

Rahmenbedingungen stehen auf dem Spiel – Branche braucht starken Verband

Angesichts der Wirtschafts-, Finanz- und Eurokrise nimmt der Druck auf die positiven Ergebnisse, die der DEHOGA für seine Mitglieder erkämpft hat, wie beispielsweise die Nichtbesteuerung der Sonn- und Feiertagszuschläge, die Steuerfreiheit der Trinkgelder oder die reduzierten Mehrwertsteuersätze für Beherbergungsleistungen, deutlich zu. Zudem steht die Branche vor historischen Herausforderungen, wie es sie in dieser Komplexität vorher noch nicht gegeben hat. Dazu zählen vor allem die Fachkräftesicherung, die Qualifizierung und Weiterbildung sowie die Qualitätssicherung von Produkten, Leistungen und Unternehmensprozessen. Dafür braucht die Branche einen starken, effizienten, anerkannten und schlagkräftigen Interessenvertreter.

Auf dem Verbändemarkt gut positioniert

Unser Verband hat sich auch im vergangenen Jahr in der branchenpolitischen Lobbyarbeit gut positionieren können. Wir sind dabei ausgezeichnet mit anderen Fachverbänden und Kammern vernetzt und konnten dadurch zusätzliche Synergien für die Umsetzung der Interessen unserer Branche ausnutzen. Diese Positionierung auf dem Verbändemarkt wird auch zukünftig ausgebaut.



Der DEHOGA MV ist gut vernetzt: Rüdiger Born, Präsident Golfverband MV, Rolf Seelige-Steinhoff, Inhaber der Seetel-Gruppe auf Usedom, Guido Zöllick, Präsident des DEHOGA MV, Ministerpräsident Erwin SELLERING, Wirtschafts- und Tourismusminister Jürgen Seidel, Lothar Wilken Hauptgeschäftsführer der Vereinigung der Unternehmensverbände MV, Valentin Resetarits, Vorsitzender der Fachgruppe Hotels im DEHOGA MV (v.l.).

Auf Schwerpunkte setzen und effizient Synergien nutzen

Als Landesverband mit begrenzten finanziellen und personellen Ressourcen müssen wir kreativ sein, um alle Aufgaben, die sich aus den Herausforderungen ergeben, in bester Qualität zu erfüllen. Deshalb haben wir rechtzeitig auf Projektarbeit gesetzt. Und zwar genau auf jene Projekte, die sich mit den entscheidenden Herausforderungen befassen. Es ist uns gelungen, unsere finanziellen, personellen und sachlichen Ressourcen mit größter Effizienz im Interesse der Mitglieder und darüber hinaus der ganzen Branche, einzusetzen. Damit haben wir unseren Handlungsspielraum im Interesse der Satzung erheblich erweitern können. So sind wir für Mecklenburg-Vorpommern Träger der bundesweiten Qualitätsinitiative ServiceQualität Deutschland. Wir kümmern uns um die Vereinbarkeit von Erwerbs- und Privatleben, um die Unternehmensnachfolge und beteiligen uns als Projektpartner in Netzwerken zur Personalgewinnung, beispielsweise im „Netzwerk Arbeit für Flüchtlinge“, um auch alle Personalressourcen auszuschöpfen.

Branchenpolitische Lobbyarbeit – Landtagswahlen 2011

Der absolute Schwerpunkt der branchenpolitischen Lobbyarbeit lag im vergangenen Verbandsjahr auf der Vorbereitung der Landtagswahlen, am 4. September 2011. Grundlage unserer Arbeit war die mit dem Bundesverband abgestimmte Wahlcheckliste des DEHOGA Mecklenburg-Vorpommern. Die Probleme und Forderungen in unserer, mit den DEHOGA Standpunkten abgestimmten Wahlcheckliste, trafen den Nerv der Branche. Jedem Landtagskandidat wurde die Wahlcheckliste persönlich nach Hause geschickt. So konnte sich niemand darauf berufen, von den Forderungen unserer Branche nichts gewusst zu haben. Es wird ein Schwerpunkt unserer Verbandsarbeit bleiben, die politischen Entscheidungsträger über die konkrete und differenzierte



Erstmals in der Geschichte des DEHOGA MV konnte eine Goldmedaille bei den Deutschen Jugendmeisterschaften geholt werden. Der Ministerpräsident Mecklenburg-Vorpommerns, Erwin Sellering (r.) und DEHOGA MV-Präsident Guido Zöllick (l.) gratulieren Anne Römer zum Sieg bei den Restaurantfachkräften. Sven Evers (2.v.r.) erkämpfte sich einen beachtliche siebten Platz bei den Köchen – bereits im Frühjahr gewann er als bester Koch den REWE-Deutschland Pokal 2011.

Lage in unserer Branche wirksamer aufzuklären. Unsere Wahlcheckliste war und ist eine ausgezeichnete Grundlage, für die branchenpolitische Lobbyarbeit vor Ort.

Öffentlichkeitsarbeit auf Imagestärkung ausrichten

Die Bilanz unsere Öffentlichkeitsarbeit kann sich sehen lassen: So hatten wir eine hohe Trefferquote in den einschlägigen Medien. Beispielsweise zu den Themen „Mehrwertsteuer“, „Bettensteuer“, „Hygienebarometer“, „Landtagswahlen“ und „Saisonverlauf“. Das Präsidium hat im vergangenen Verbandsjahr besondere Aufmerksamkeit darauf gelegt, die außerordentlich guten Argumente für eine Ausbildung oder Arbeit im Gastgewerbe in die Öffentlichkeit zu transportieren. Beispielsweise die Karrierechancen und die Sicherheit der Arbeitsplätze. In vielen Medienanfragen und Pressegesprächen haben

wir jedoch immer wieder die Unkenntnis über unsere Branche gespürt. Es wird also eine der wichtigsten Aufgaben in der Öffentlichkeit unseres Verbandes sein, in Hintergrundgesprächen die Medienvertreter schlau zu machen über das, was in unserer Branche wirklich passiert.

Niedersachsen

Deutscher Hotel- und Gaststättenverband Niedersachsen e.V.

Alkohol nur, wenn´s Recht ist

An der Alkoholpräventionskampagne des Innenministeriums beteiligen sich neben dem DEHOGA Niedersachsen der Einzelhandelsverband, der Verband der freien Tankstellen sowie der Norddeutsche Brauereiverband. Ziel ist die verantwortungsvolle Abgabe von alkoholischen Getränken an Jugendliche. Plakate, Tischaufsteller und Aufkleber weisen in vielen Verkaufsstellen, Tankstellen und Gaststätten auf die Aktion hin.



Innenminister Uwe Schönemann (2.v.r.) mit Vertretern der beteiligten Verbände

Neue Imagekampagne

Der DEHOGA Niedersachsen hat mit Unterstützung des Getränkefachgroßhändlers Getränke Ahlers eine landesweite Imagekampagne gestartet. Seit Mai 2011 sorgen speziell beschriftete LKW des Getränkelieferanten auf Norddeutschlands Straßen für Aufsehen. Zudem wurden Postkarten, Plakate, Kalender und Bierdeckel mit den



Bernhard Henze (Inhaber des Getränkefachgroßhandels Ahlers, vorne) mit Vertretern des DEHOGA Niedersachsen.

unterschiedlichen Kampagnenmotiven produziert. Mit dem Slogan „Hier kannst du noch was werden“ vor frischen Motiven wird auf Ausbildungsmessen im ganzen Land der Nachwuchs angesprochen.

Facebook-Auftritt

Nach langer kontroverser Diskussion um die Social-Media-Plattform Facebook hat der DEHOGA Niedersachsen im November 2011 eine Fanpage angelegt und kommuniziert seitdem auch interaktiv mit den Mitgliedern.



Startseite der Fanpage des DEHOGA Niedersachsen

Hoteliers investieren 420 Millionen

Über 420 Millionen Euro an Investitionen, Senkung der Zimmerpreise um sechs Prozent, Mitarbeiterentlohnungen und Gehaltserhöhungen – das waren die wesentlichen Ergebnisse einer breit angelegten Studie, die von der Tourismusfakultät der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften in Salzgitter im November 2010 durchgeführt wurde. Bei den 780 befragten Hotels in Niedersachsen ergab sich ein Investitionsimpuls von über 200 Millionen Euro für das Jahr 2010. Weitere 220 Millionen wurden für die Jahre 2011/2012 prognostiziert. Somit kurbeln über 420 Millionen Euro die Niedersächsische Wirtschaft an. Für den Fall einer Rücknahme der Mehrwertsteuerreduzierung gaben 90 Prozent der Befragten an, dass Zimmerpreise wieder erhöht und geplante, aber auch bereits begonnene Investitionen reduziert oder gestoppt werden müssten.

Nordrhein-Westfalen

DEHOGA Nordrhein-Westfalen e.V.

Marktsituation

Es wird besser. Das gilt in diesem Jahr nicht mehr nur für die Hotellerie, sondern auch für die Gastronomie im bevölkerungsreichsten Bundesland. Seit den herben realen Umsatzverlusten von über zehn Prozent im Jahre 2009 hat sich die Situation im Gastgewerbe an Rhein und Ruhr entspannt. Lagen 2010 die realen Verluste noch bei 3,3 Prozent, konnte in den ersten Monaten 2011 endlich ein Umsatzplus für Restaurants und Gaststätten von vier Prozent vermeldet werden. Gleiches gilt für die Hotellerie, die von wichtigen Messen, einem intensiven Geschäftsreiseverkehr und dem Eurovision Song Contest, der im Mai in Düsseldorf stattfand, profitierte. Im ersten Halbjahr 2011 belief sich die Zahl der Übernachtungen auf über 21 Millionen und damit 7,6 Prozent höher als im Vorjahreszeitraum. Damit lag Nordrhein-Westfalen hinter Bayern auf Platz 2 der „Übernachtungsrangliste“ aller deutschen Bundesländer.

Bettensteuer

Ist sie nun rechtswidrig oder nicht? Die Rede ist von der Bettensteuer und ihren deutschlandweiten Ablegern, die durch verschiedene Urteile von Verwaltungsgerichten mal als rechtmäßig, mal

als rechtswidrig eingestuft wurden. Das Verwaltungsgericht Köln kam zu dem Ergebnis, dass die Kulturförderabgabe in der Domstädter Variante nicht gegen bestehendes Recht verstoße, in München erging eine genau gegenteilige Entscheidung. Verfahren gegen die Duisburger und die Dortmunder Bettensteuer sind noch nicht verhandelt. Der DEHOGA sieht die Kulturförderabgaben in NRW weiter-

hin und gutachterlich belegt als rechtswidrig an und unterstützt die Kläger. Manche Kommunen in Nordrhein-Westfalen wie Düsseldorf, Wuppertal oder Essen haben in Bezug auf die Einführung einer Bettensteuer (bis jetzt) dankend abgewunken; die Stadt Moers wird sie nicht vor 2014 ein-

führen. Andere Städte wie Aachen sind weniger abwartend und lassen die Gäste bereits 2012 fünf Prozent mehr zahlen.

Rauchverbot

Die liberalen Regelungen des nordrhein-westfälischen Nichtraucherschutzgesetzes sollen nach Wünschen der rot-grünen Minderheitsregierung geschleift werden. Die Möglichkeiten, Ausnahmen für Rauchergaststätten, -clubs, -räume sowie Brauchtumsveranstaltungen und geschlossene Gesellschaften zu nutzen, führten in den letzten drei Jahren seit Einführung des Gesetzes zwar weitestgehend zu einem friedlichem Miteinander von Gästen und Gastronomen. Der grünen Gesundheitsministerin Barbara Steffens wird in NRW´s Kneipen und Restaurants aber immer noch zu viel geraucht. Deshalb macht sie sich für ein absolutes Rauchverbot im Rahmen einer Novellierung des Nichtraucherschutzgesetzes stark, ohne beispielsweise die Frage zu beantworten, wie in Kneipen, in denen nur rauchende Gäste verkehren, Nichtraucher geschützt werden sollen.

Nach einer DEHOGA-Umfrage, an der sich landesweit fast 1.300 Gastronomen beteiligten, forderten rund zwei Drittel den Beibehalt des Status Quo. Das verbliebene Drittel sprach sich für ein absolutes Rauchverbot nach bayrischem Muster aus. „Wir kämpfen für zwei Dinge: Für den Erhalt unternehmerischer Freiheit und Augenmaß im Umgang mit Verboten. Außerdem wollen wir die Kneipenkultur an Rhein und Ruhr nicht auf dem Altar des Gutmenschentums opfern“, so Olaf Offers, Präsident des DEHOGA NRW.

Hygiene-Ampel: So nicht, Herr Remmel!

Unter diesem Motto wandten sich die Gastronomen in einer Postkartenaktion an den zuständigen Verbraucherschutzminister Johannes Remmel, der den Besuch in nordrhein-westfälischen Restaurants wegen der hygienischen Situation mit „Glücksspiel“ und „Russisch Roulette“ ver-



Der DEHOGA kämpft weiter gegen die Einführung einer Bettensteuer.



Postkartenaktion des DEHOGA NRW – Adressat: Verbraucherschutzminister Rimmel.

glichen hatte. Hintergrund seiner Aussage war eine Beanstandungsquote von 33 Prozent bei den durchgeführten Lebensmittelkontrollen, die allerdings einen falsch ausgefüllten HACCP-Bogen genauso wertete wie Mäuse in der Küche. „Eine solche Aussage verunglimpft eine gesamte Branche und verunsichert unsere Gäste. Das ist keine gute Grundlage, um im nächsten Schritt

von uns konstruktive Vorschläge zur Einführung einer Ampel hören zu wollen“, stellt Olaf Offers als Präsident des DEHOGA Nordrhein-Westfalen fest.

Die Debatte um die Einführung einer Hygiene-Ampel erfährt eine besondere Zuspitzung, weil Minister Rimmel einen Alleingang zwischen Aachen und Porta-Westfalica anstrebt, falls es zu keiner bundesweiten Lösung kommt. „Die Vorschläge aus dem Ministerium und der Verbraucherministerkonferenz sind so unausgegoren, dass man sie gar nicht diskutieren muss. Es gibt einfach zu viele und große Fragezeichen im Zusammenhang mit der Einführung eines solchen Systems“, so Offers.

Parlamentarischer Abend



Heinrich Becker (l.) vom Brauereiverband NRW sowie Rolf Dieffendahl (2.v.l.) und Olaf Offers diskutierten mit Ministerpräsidentin Hannelore Kraft branchenpolitische Themen.

Beim Parlamentarischen Abend der Arbeitgeber NRW gaben sich Politik und Wirtschaft die Klinke in die Hand. Auch der Stand des DEHOGA NRW war unter anderem mit Ministerpräsidentin Kraft, Verbraucherminister Rimmel und dem CDU-Fraktionsvorsitzenden Laumann prominent besucht. Im Mittelpunkt der Gespräche standen die Entwicklung des nordrhein-westfälischen Tourismus, die Einführung eines Hygiene-Barometers und natürlich das Thema Nichtraucherschutz.

Existenzgründung

Die im DEHOGA Nordrhein-Westfalen organisierten Regionalverbände sehen sich in der Gesamtverantwortung für die Branche. Aus diesem Grund bieten sie seit Herbst 2008 mit steigender Nachfrage Seminare und Unterstützung für Existenzgründer an. Mittlerweile haben sie so schon über 1.000 Jungunternehmerinnen und -unternehmern beim Start im Gastgewerbe helfen können oder die Risiken des jeweiligen Vorhabens aufgezeigt. Die Erkenntnis, dass es im heutigen Marktumfeld wichtiger denn je ist, seine Zielgruppen zu kennen, ein tragfähiges Konzept zu haben, sich im Vorfeld so gut wie möglich zu informieren, die Chancen und Risiken des Vorhabens ehrlich einzuschätzen und letztlich auch die Finanzierung für die ersten Jahre zu berechnen, setzt sich zunehmend durch, gerade auch bei Seiteneinsteigern.



Rheinland-Pfalz

DEHOGA Rheinland-Pfalz Landesverband Hotel- und Gaststättengewerbe e.V.

Das Wachstumsbeschleunigungsgesetz des Bundesgesetzgebers wirkt in Rheinland-Pfalz nachhaltig.

Seitens der Beherbergungsbetriebe in Rheinland-Pfalz wurden in Folge der Mehrwertsteuerreduzierung Investitionen in der Größenordnung von 50 Millionen Euro gemeldet. Damit konnte in Rheinland-Pfalz seit dem 1. Januar 2010 eine Verdopplung des durchschnittlichen Investitionsvolumens je Hotelbetrieb erzielt werden. Die Kommunikation über die positiven Wirkungen des Wachstumsbeschleunigungsgesetzes sowie das nachhaltige Einfordern eines reduzierten Mehrwertsteuersatzes auch für die Gastronomie standen im Vordergrund aller politischen und öffentlichen Diskussionen des Landesverbandes.

Bekämpfung der Einführung von Bettensteuern in rheinland-pfälzischen Kommunen

Zum Jahresbeginn 2011 konzentrierten sich viele Aktivitäten des Präsidenten Gereon Haumann und des Landesgeschäftsführers Ralf Landoll auf die Verhinderung der Einführung von so genannten Bettensteuern in den rheinland-pfälzischen Kommunen. Mit Ausnahme der Städte Trier und Bingen ist dieses Ansinnen bisher gelungen. Die rechtlichen Verfahren gegen diese beiden Städte liegen nunmehr in der Revision beim Bundesverwaltungsgericht in Leipzig.

Demographische Entwicklung managen

Den für die Branche beeinträchtigenden Entwicklungen des demographischen Wandels gilt es nachhaltig entgegenzuwirken. 2011 hat der DEHOGA Rheinland-Pfalz Maßnahmen mit vielen wichtigen Schritten ergriffen:

1. Vollkommene Neugestaltung der Tariflandschaft in Rheinland-Pfalz mit dem Abschluss eines neuen Manteltarifvertrages und eines neuen Entgelttarifvertrages mit wesentlichen



Präsident Gereon Haumann (2.v.l.) und Wirtschaftsministerin Eveline Lemke (3.v.r.) bei der Unterzeichnung des DEHOGA Rheinland-Pfalz zum Ausbildungspakt.

- Verbesserungen für Betriebe, Mitarbeiter und Auszubildende.
2. Mit dem Beitritt des DEHOGA Rheinland-Pfalz zum „Ausbildungspakt Rheinland-Pfalz“ der Landesregierung im November 2011 wurde ein weiterer wichtiger Schritt zur politischen Netzwerk-Bildung umgesetzt.
3. Das Fort- und Weiterbildungsangebot für gastgewerbliche Berufe wurde erheblich ausgebaut und in der Öffentlichkeit platziert. Einen wesentlichen Beitrag leistet das DEHOGA Zentrum in Bad Kreuznach als Akademiestandort.
4. Ein umfassender Relunch aller Werbeinstrumente für die Generierung von Auszubildenden erfolgte.
5. Systematischer Besuch von allgemeinbildenden Schulen sowie Messebesuchen



Gute Stimmung und gute Gespräche beim Sommerfest.



Freut sich über die Auszeichnung: Präsident Gereon Haumann (M.) mit seinem Team in der Landesgeschäftsstelle.

DEHOGA Rheinland-Pfalz in der Erfolgsspur Brennpunkt Unternehmensnachfolge

Auch 2011 wurde das DEHOGA-Netzwerk ausgebaut und viele Gespräche mit hochrangigen Vertretern aus Politik und Wirtschaft geführt. Ministerpräsident Kurt Beck, die Wirtschaftsminister Hendrik Hering und Eveline Lemke gehörten ebenso zu den Gesprächspartnern wie die Landes- bzw. Fraktionsvorsitzenden der CDU, Julia Klöckner und der FDP, Herbert Mertin, die Präsidenten der Industrie- und Handelskammern, der Arbeitsagentur, des Sparkassenverbandes sowie des Tourismus- und Heilbäderverbandes und der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH.

Rund 350 begeisterte Gäste durfte der DEHOGA Rheinland-Pfalz im August auf seinem Sommerfest am DEHOGA Zentrum in Bad Kreuznach begrüßen. Dies war eine gute Gelegenheit zum besseren Kennenlernen in geselliger Atmosphäre auf dem Weg zu einem einheitlichen und schlagkräftigen DEHOGA Landesverband in Rheinland-Pfalz.

Die Landesgeschäftsstelle wurde im Oktober 2011 mit dem Zertifikat ServiceQualität Deutschland Stufe II ausgezeichnet und unterstützt damit vorbildlich die Qualitätsoffensive der Tourismusstrategie 2015 des Landes Rheinland-Pfalz.

In Rheinland-Pfalz werden in den kommenden fünf bis acht Jahren rund 60 Prozent der Betriebe mit dem Thema der Unternehmensnachfolge konfrontiert. In einer hochqualitativen Veranstaltung mit zahlreichen Experten aus Recht, Betriebswirtschaft, Steuern und Wirtschaftsförderung wurde am 24. Oktober 2011 seitens des DEHOGA Rheinland-Pfalz das Thema der Unternehmensnachfolge aus allen wesentlichen Richtungen beleuchtet und anschließend für die Branche in Text, Bild und Film nachhaltig im Netz aufbereitet. Mehr dazu auf der Homepage www.dehoga-rlp.de. Zudem wurde ein zeitgemäßes DEHOGA-Online-Netzwerk in Rheinland-Pfalz implementiert.

Herzlichen Glückwunsch an Präsident Gereon Haumann zur Wahl zum Vorsitzenden der Mittelstandsvereinigung der CDU in Rheinland-Pfalz im Oktober 2011. Es ist wichtig, daß Schlüsselpositionen in der Politik und Wirtschaft von wichtigen Leistungsträgern unserer Branche besetzt werden. Dies ermöglicht erhebliche Synergien. Ein Weg, den Vertreter der Branche in zunehmendem Maße einschlagen sollten, um bei der Gestaltung der politischen Rahmenbedingungen für unsere Branche an entscheidender Stelle mitwirken zu können.

Saarland

DEHOGA Saarland Hotel- und Gaststättenverband e.V.

Neujahrsempfang

Gut besucht von Mitgliedern, Politik, Gesellschaft und Presse war schon der Neujahrsempfang am 6. Januar. In den Räumen der Saarbrücker Porsche Niederlassung trafen sich rund 200 Personen und Persönlichkeiten, um das neue Jahr im Kreise des DEHOGA Saarland zu begrüßen. Darunter auch die numehrige Saarländische Ministerpräsidentin Annegret Kramp-Karrenbauer und Saarbrückens Oberbürgermeisterin Charlotte Britz, die sich die harsche Kritik von DEHOGA Saarland Präsidentin Gudrun Pink zur Bettensteuer anhören musste. Die Landeshauptstadt des Saarlandes hat ebenfalls wie so manche andere Gemeinde eine Bettensteuer nach Kölner „Vorbild“ verabschiedet, die allerdings noch der Genehmigung der Aufsichtsbehörde bedarf.



Foto links: Gespannte Zuhörer beim Neujahrsempfang. Foto rechts: DEHOGA-Saarland-Präsidentin Gudrun Pink (l.) und Ministerpräsidentin Kramp-Karrenbauer.

Landesverbandstag 2011 mit Wahlen

Im Juni 2011 fand der diesjährige Landesverbandstag des DEHOGA Saarland in der Congress-Halle Saarbrücken statt. Wichtiger Tagesordnungspunkt: Neuwahlen zum Präsidium. Bis auf Klaus Koch, den langjährigen Vorsitzenden des Ausschusses Gastronomie im Saarland, der aus persönlichen Gründen nicht erneut antrat wurde das Präsidium für weitere drei Jahre im Amt bestätigt. Neu hinzugekommen ist Jürgen Becker, Gastronom aus Saarbrücken, der den Ausschuss



Der neue Vorstand des DEHOGA Saarland.

von Klaus Koch übernimmt, dem Präsidentin Gudrun Pink für seine langjährige Tätigkeit und sein außerordentliches Engagement dankte. Als wichtigste Ziele für die kommende dreijährige Amtszeit nannte das neue alte Präsidium: Herabsetzung des Mehrwertsteuersatzes auch für die Gastronomie, keine Stigmatisierung der Gastronomie durch pseudo-transparente Kennzeichnungen wie Hygiene-Ampel und Internetlisten zur Sauberkeit, stattdessen Ausbau der Klassifizierungen und Qualifizierungen in Hotellerie und Gastronomie sowie die rechtzeitige Einstellung auf den Nachwuchskräftemangel in Folge der demographischen Entwicklung.

Golfturnier

Im Oktober schließlich fand das 2. DEHOGA-Porsche-Golfmasters statt. Rund 100 Golfer trafen sich auf dem Gelände des Homburger Golfclubs Websweiler Hof, um ihrer Leidenschaft zu frönen und dabei den Berufsnachwuchs zu unterstützen. Ein großer Teil des Erlöses kommt nämlich der Michael-Freiberger-Stiftung zu Gute. Die Stiftung unterstützt seit Jahren den saarländischen Berufsnachwuchs. Sei es durch Anschaffung von Unterrichtsmaterial, durch Mitfinanzierung von Wettbewerben wie den Jugendmeisterschaften oder durch besondere Förderung von Kenntnissen außerhalb oder zur Vertiefung des Lehrplans.



Partner-Kreis des DEHOGA Saarlands

Ein wichtiger Schritt in diesem Jahr war die Gründung des Partnerkreises für das saarländische Gastgewerbe und des DEHOGA Saarland. Die Partnerfirmen setzen sich für die Belange der saarländischen Hotellerie und Gastronomie ein. Es sind führende Vertreter der gastgewerblichen Zulieferindustrie und Dienstleistungsbranche, die höchste Produktqualität und Beratungskompetenz garantieren. Sie bieten Lösungen, Innovationen und Perspektiven und engagieren sich für die Interessen des saarländischen Gastgewerbes.



Sachsen

DEHOGA Sachsen e.V. Hotel- und Gaststättenverband Sachsen

Neues Konzept der Leipziger GÄSTE 2011 erfolgreich angenommen

Nach den vergangenen konjunkturschwachen Jahren, wächst langsam die Zuversicht im Gastgewerbe und es werden erste optimistische Konjunkturprognosen gewagt. Da kam die Branchenmesse GÄSTE 2011, der Branchentreff für Profis aus Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung, zum richtigen Zeitpunkt und mit einem neuen einzigartigen Konzept.

Unter der Dachmarke „Messen mit Raffinessen“ unterbreitete die GÄSTE 2011 ein Angebot mit ganz neuen Perspektiven. Vom 4. bis 6. September 2011 ging die GÄSTE nun erstmals zusammen mit dem Genießerevent LE GOURMET und der FleiFood – Fachmesse für Fleischerhandwerk und Verbraucher – an den Start.

Innovationen rund um Gastgewerbe und Fleischerhandwerk, Kochkunst auf Spitzenniveau,

kulinarische Events sowie spannende Wettbewerbe prägten die drei "Messen mit Raffinessen". Insgesamt kamen 18.900 Besucher, um die Angebote der über 400 Aussteller und Marken zu begutachten. Erstmals wurden die drei Veranstaltungen zeitgleich unter der gemeinsamen Dachmarke ausgerichtet. Das ermöglichte der Branche, sich noch umfassender über Innovationen und Trends rund um Gastlichkeit und Genuss zu informieren.

Mit einem eigenen Messestand waren auch der DEHOGA Sachsen und die SAXONIA Fördergesellschaft zur GÄSTE 2011 vertreten und konnten sich über einen regen Zuspruch an den Messetagen freuen. Gemeinsam mit den Partnern H.G.K. Hotel- und Gastronomie-Kauf eG, dem DEHOGA Versicherungspartner ERGO, der Betriebsberatung des DEHOGA Sachsen und der Steuerberatungsgesellschaft Eichhorn Ody Morgner, als unserem Fördermitglied, informierten wir die Besucher ausführlich über die Aufgaben des Verban-



Ingrid Hartges, Hauptgeschäftsführerin des DEHOGA Bundesverbandes (M.) im Kreise Ihrer Landesverbands-Hauptgeschäftsführerkollegen Frank Lehmann (l.), Sachsen, Wolfgang Schildhauer (2.v.l.), Sachsen-Anhalt, Olaf Lücke, Brandenburg, und Dirk Ellinger (r.), Thüringen, hier mit Manuela Bleicher vom DEHOGA Sachsen auf der GÄSTE 2011.



Der Messestand des DEHOGA Sachsen.

des, die Leistungen und geldwerten Vorteile einer Mitgliedschaft und gaben Auskunft zu aktuellen Branchenthemen.

Ein sehr wichtiges Fachforum für die Branche war der Marktplatz Hotel 2011, eine deutschlandweit einmalige Kooperation mit dem Hotelverband Deutschland (IHA) sowie den anderen mittel-deutschen DEHOGA-Landesverbänden. Besondere Resonanz fand dabei die Vergabe der Hotelsterne und der Vortrag „Hotelsterne in Europa“ von Markus Luthé, Hauptgeschäftsführer des Hotelverbandes Deutschland.

Neues Sächsisches Gaststättengesetz

Der Sächsische Landtag beschloss am 29. Juni 2011 das „Gesetz über die Gaststätten im Freistaat Sachsen“. Mit in Kraft treten dieses neuen Gesetzes am 15. Juli 2011 wurde das Recht des Gaststättengewerbes im Freistaat Sachsen erstmals auf Landesebene für den Freistaat Sachsen geregelt.

Durch die Föderalismusreform im Jahr 2006 ist das Gaststättenrecht Ländersache geworden. Jedes Bundesland ist aufgefordert, ein eigenes Gaststättengesetz zu erlassen. Nachdem in Sachen Gesetzgebung Brandenburg im September 2008 die Vorreiterrolle übernommen hatte und das erste

Gaststättengesetz auf Länderebene verabschiedet worden war, folgten die Länder Thüringen, Bremen, Saarland und nun auch Sachsen.

Das Gesetz beruht auf einem Gesetzentwurf der Koalitionsfraktionen, zu denen der DEHOGA Sachsen angehört worden ist und seine Forderungen eingebracht hat. Mehr als drei Jahre sind seitdem vergangen, zahlreiche Zuarbeiten zu den unterschiedlichen Gesetzentwürfen wurden seit dem durch den DEHOGA Sachsen geleistet.

Wesentlichste Änderung ist, dass das bisherige Erlaubnisverfahren durch ein Anzeigeverfahren gemäß § 2 des Sächsischen Gaststättengesetzes ersetzt wird. Mit der Anzeige einer Gaststätigkeit wird in Zukunft auch automatisch die für Lebensmittelhygiene zuständige Behörde informiert. Gaststätten mit Alkoholausschank werden in Anlehnung an § 38 Gewerbeordnung zum überwachungsbedürftigen Gewerbe.

Auf die bisherige Verpflichtung des Gewerbetreibenden, eine bei der Industrie- und Handelskammer (IHK) erhaltene Unterrichtung nachzuweisen, wird zukünftig verzichtet. Erfreulich ist, dass kurzfristige gastronomische Veranstaltungen im Gesetz nun näher definiert sind. Dies ist u.a. auch dem Engagement des DEHOGA Sachsen zu verdanken.

Sachsen-Anhalt

DEHOGA Sachsen-Anhalt e.V.

Das Gastgewerbe in Sachsen-Anhalt besteht hinsichtlich seiner Struktur zum überwiegenden Teil aus kleinen und mittleren Unternehmen. Die gegenwärtige wirtschaftliche Lage des Gastgewerbes in Sachsen-Anhalt wird von den Verbandsmitgliedern unterschiedlich bewertet.

Die durchgeführten Konjunkturumfragen in der Branche – sowohl durch den Verband als auch durch die Handelskammern sowie eine Vielzahl von Einzelinformationen – lassen die Aussage zu, dass es der Gastronomie in Abhängigkeit vom Standort, differenzierten Leistungsangeboten und durch die Entwicklung der touristischen Infrastruktur grundsätzlich gelungen ist, sich nach wie vor wirtschaftlich zu behaupten. Die Hotellerie konnte leichte Umsatzsteigerungen verbuchen. Das betrifft besonders die Regionen Harz und Burgenland sowie den Städtetourismus. Die Gastronomie leidet weiterhin unter Stagnation der Umsatzentwicklung. Zudem sind Umsatzrückgänge regionalbezogen relevant.

Zur Ausgestaltung der gastgewerblichen Rahmenbedingungen kommt der Lobbyarbeit ein besonderer Stellenwert zu. Im Jahr 2011 fand eine Vielzahl von Spitzengesprächen zwischen dem Präsidenten und den Präsidiumsmitgliedern mit Persönlichkeiten aus der Landespolitik und Entscheidungsträgern aus den Landesbehörden statt. Dabei standen folgende Schwerpunkte auf der Agenda:

- Einflussnahme auf die sich anbahnende Einführung der sogenannten Bettensteuer bzw. Kulturförderabgabe für Hotels in den Kommunen.
- Mitwirkung des Verbandes bei der Ausarbeitung von Vermarktungsstrategien touristischer und gastgewerblicher Leistungsangebote durch die Mitwirkung als Gesellschafter in der TMSA (Tourismus Marketing Sachsen-Anhalt GmbH).
- Vortrag von Argumenten gegen die Hygiene-Ampel bzw. das Hygiene-Barometer.
- Einflussnahme auf die Vorbereitung eines Landesgaststättengesetzes.

Hotel- und Gaststättentag im DEHOGA Sachsen-Anhalt e.V.

Der absolute Höhepunkt im verbandspolitischen Leben war die Durchführung des Hotel und Gaststättentages des DEHOGA Sachsen-Anhalt im RAMADA Hotel Leipzig-Halle in Halle am 2. November 2011.

Im Mittelpunkt der gut besuchten Veranstaltung standen neben weiteren DEHOGA-Standpunkten folgenden Schwerpunktthemen

- Mehrwertsteuerreduzierung für das Gastgewerbe
- Kulturförderabgabe/Bettensteuer in den Kommunen des Landes



Hotel- und Gaststättentag Sachsen-Anhalt 2011



DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges betont kämpferisch für die Belange des Gastgewerbes.

■ Mindestlohn – und die Folgen

Die fachlich fundierten Ausführungen der Hauptgeschäftsführerin des DEHOGA Bundesverbandes, Ingrid Hartges, zu den aktuell gewerbepolitischen Themen der Branche, waren für die DEHOGA-Mitglieder die Krönung des Hotel- und Gaststättentages.

Mitgliedergewinnung – Kooperationen

Die Mitgliedergewinnung ist im Jahr 2011 gezeichnet von Stagnation, obwohl die Aktivitäten zur Mitgliedergewinnung und -betreuung verstärkt wurden, wie durch die Kooperation mit der Direktion Reichelt, der Einbindung eines freien Mitarbeiters, der ARO Sound GmbH sowie den Aktivitäten des Hauptamts. Die Vorteile einer Mitgliedschaft werden durch 15 Betriebsbetreuer im Rahmen der Kooperation DEHOGA/Direktion Reichelt bekanntgemacht und umgesetzt.

Schulungen zur Lebensmittelhygieneverordnung und zum Infektionsschutzgesetz

Als eine besondere Dienstleistung bietet der DEHOGA Sachsen-Anhalt e.V. seinen Mitgliedsbetrieben alljährlich eine Schulung zur Lebensmittelhygieneverordnung und zum Infektionsschutzgesetz kostenlos an. Diese Schulungen werden gemeinsam mit dem Lebensmittelinstitut ÖHMI Analytik GmbH Magdeburg organisiert und durchgeführt. Im Jahr 2011 nahmen über 401 Mitgliedsbetriebe an diesen Schulungen teil. Seitens der staatlichen Lebensmittelhygieneüberwachung werden diese Schulungen außerordentlich begrüßt.

Schleswig-Holstein

DEHOGA Deutscher Hotel- und Gaststättenverband Schleswig-Holstein e.V.

67 Betriebe anlässlich des Landesverbandstages 2011 mit der „Schleswig-Holsteiner Gastlichkeit“ ausgezeichnet

Wirtschaftsminister Jost de Jager freute sich, 67 Betriebe, die sich durch anonyme Tester erfolgreich dem „Mystery Check“ unterzogen hatten, die Auszeichnung „Schleswig-Holsteiner Gastlichkeit“ überreichen zu können. Ziel der fortlaufenden Aktion, die auch in den Medien eine große Resonanz fand und die gemeinsam von der TASH (Tourismusagentur Schleswig Holstein), dem DEHOGA Schleswig-Holstein und der Citti Handelsgesellschaft getragen wird, ist die Qualitätssicherung und Entwicklung innovativer Ideen in Schleswig-Holsteins vielseitiger gastronomischer Landschaft. So betonte auch de Jager: „Die Steigerung der Qualität der gesamten touristischen Leistungskette ist neben der Zielgruppenausrichtung eines der wesentlichsten Ziele der Neuausrichtung unser landesweiten Tourismusstrategie“. Die große Beteiligung Schleswig-Holsteiner Gastronomen an der Aktion „Mystery Check“ zeige „die Offenheit unserer heimischen Gastronomie, sich dem Wettbewerb zu stellen“. Das Land habe seit dem Jahr 2006 mit rund 31 Millionen Euro jährlich einen erheblichen Beitrag zur Förderung der Tourismuswirtschaft geleistet. Man werde, so de Jager, auch weiterhin entsprechend der touristischen Zielsetzung schwerpunktmäßig fördern, die einzelbetriebliche Förderung werde dagegen zurückgefahren. Es gelte, den touristischen Mega-Trends Rechnung zu tragen und dies schließe auch eine notwendige Umorganisation der bisherigen Gesellschafterverhältnisse an der TASH mit ein.

Verleihung der silbernen und goldenen Ehrenplakette des DEHOGA Schleswig-Holstein

Der Landesverbandstag ist das Podium, auf dem alljährlich die höchsten Verbandsauszeichnungen verliehen werden. Die silberne Ehrenplakette erhielt Küchenmeister Otto Meurer, der jahrzehnte-



Landespolitiker zu Gast auf dem Landesverbandstag: Wirtschaftsminister Jost de Jager.



Die Träger der diesjährigen silbernen und goldenen Ehrenplakette des DEHOGA Schleswig Holstein: Dirk Nicolaisen (l.), IHK Flensburg, und Otto Meurer, Küchenmeister und langjähriger Prüfer DEHOGA Flensburg.

lang die Geschicke des Kreisverbandes Schleswig-Flensburg mitbestimmt hat. Präsident Peter Bartsch lobte den Einsatz von Otto Meurer als „gestandener Gastronom“ in den von ihm bewirtschafteten Betrieben, so auch dem Flensburg Hus in Flensburg. Hier habe sich Meurer als Ausbilder einen guten Namen gemacht, er sei viele Jahre Vorsitzender des Kreisverbandes Flensburg gewesen und habe maßgeblich mitgewirkt bei der Fusion der Kreisverbände Schleswig und Flensburg. Er sei zum Ehrenmitglied des Kreisverbandes ernannt worden und noch heute maßgeblich als Geschäftsführer des Kreisverbandes am Verbandsgeschehen beteiligt. Otto Meurer ist viele Jahre Prüfer bei der IHK zu Flensburg, er arbeitet als Dozent am Bildungszentrum für Touris-

mus (BTG) in Husum und lasse so die nachfolgenden Generationen an seinem Wissen teilhaben. Otto Meurer hat sich um den Verband, besonders um die Ausbildung junger Menschen in hohem Maße verdient gemacht, so Präsident Bartsch bei der Verleihung der Plakette.

Die goldene Ehrenplakette wurde in diesem Jahr an Dirk Nicolaisen von der Industrie- und Handelskammer zu Flensburg verliehen. Präsident Bartsch betonte in seiner Laudatio, dass es vielleicht ungewöhnlich sei, wenn diese hohe Auszeichnung an den Vertreter einer Industrie- und Handelskammer der „mittleren Ebene“ verliehen werde, „an Einen, der arbeitet“, wie der Präsident scherzhaft meinte. Dirk Nicolaisen habe sich jedoch bereits seit 1978 besonders für die Belange des Tourismus eingesetzt. Als Verband habe man mit ihm hervorragend zusammengearbeitet, so auch bei der Organisation des alljährlichen Tourismustages. Als Leiter des Kompetenzzentrums Tourismus bei der IHK zu Flensburg steht der Name Dirk Nicolaisen auch für die touristische Zusammenarbeit Schleswig-Holsteins mit dem dänischen Nachbarland.

Auf 4 Sterne „aufgestockt“ – Investitionsfreudig dank Mehrwertsteuerreduzierung

Im wahrsten Sinne des Wortes haben Ute und Meinhard Schibrath aufgestockt. 1998 kaufte Ehepaar Schibrath das Thomas Hotel in Husum. Ein wirklich traditionsreiches Haus. 1713 zum ersten Mal urkundlich als Gastwirtschaft genannt, erhielt das Hotel seinen jetzigen Namen 1842 von Jean Thomas, der aus Frankreich stammte. 1838 hatte er das Grundstück von einem Onkel Theodor Storms erworben.

Viel Zeit, viel Geld – ca. 1,5 Millionen – und tolle Ideen flossen in den Jahren bis heute in dieses sehr geschmackvoll eingerichtete Hotel. Ein komplettes Stockwerk wurde aufgesetzt und aus den entstandenen Zimmern hat man einen phantastischen Ausblick auf den Husumer Hafen, die Nord-



Freuen sich über den vierten Stern: Ute und Meinhard Schibrath zusammen mit dem DEHOGA-Kreisvorsitzenden Jan-Peter Thomas.

see und die Marschlanden. So ist es nicht verwunderlich, dass das auf drei Sterne Superior qualifizierte Hotel nun vom DEHOGA-Kreisvorsitzenden Nordfriesland, Jan-Peter Thomas (St. Peter-Ording) – übrigens nicht verwandt mit Jean Thomas, den vierten Stern überreicht bekam. Ein stimmiges Ambiente, farblich abgestimmt und sehr geschmackvoll umgesetzt. Dies ist die Handschrift von Ute Schibrath. Kein Zimmer, das nicht den vier Sternen gerecht wird und damit noch nicht genug. Hausherr Meinhard Schibrath denkt jetzt auch laut über eine Wellness-Abteilung nach.

Nachdem das „neue“ Schild mit den vier Sternen am Haus angebracht worden war, konnte das Hoteliers-Paar Freude und Stolz nicht verbergen. „Wir werden nachher mit unseren Mitarbeitern anstoßen, denn diese Auszeichnung haben sie genauso mit erarbeitet“, so Ute Schibrath.

Durch diese Investition in die Zukunft sind bis jetzt drei neue Arbeitsplätze entstanden und die Kapazität des Hotels hat sich auf 104 Betten erhöht. „Die Reduzierung der Mehrwertsteuer auf sieben Prozent war einer der ausschlaggebenden Gründe, diese hohen Investitionen zu tätigen“, erzählte Schibrath. „Die Hotellerie in Husum ist gut aufgestellt, vielleicht liegt es daran, dass überwiegend private Betreiber am Markt sind. Dazu kommt eine einzigartige Kooperation untereinander.“

Thüringen

DEHOGA Thüringen e.V.

Verstärkung in der DEHOGA Thüringen Führungsspitze

Dirk Ellinger übernimmt Hauptgeschäftsführung – Lars Schütze ist neuer Geschäftsführer

Zum 8. August 2011 ist Lars Schütze zum neuen Geschäftsführer des DEHOGA Thüringen berufen worden. Dirk Ellinger zeichnet nunmehr insgesamt für die Landesverbandsgeschäftsführung verantwortlich.



Lars Schütze, neuer Geschäftsführer im DEHOGA Thüringen

Mit mittlerweile mehr als 27 Jahren beruflicher Tätigkeit im Hotel- und Gaststättengewerbe und der Zuliefererindustrie gilt Schütze als profunder Branchenkenner. Von 2000 bis 2007 war der gebürtige Erfurter als Hoteldirektor im Victor´s Residenz

Hotel in Erfurt tätig und wechselte danach als Geschäftsführer zur Braugold Brauerei in Erfurt.

Neben der politischen Lobbyarbeit zählen zum Aufgabenfeld des neuen Geschäftsführers vorrangig die Mitgliederbetreuung sowie der Ausbau der Angebote und Leistungen insbesondere der Rahmenvertragsabkommen des Verbandes für seine Mitgliedsunternehmen. „Dies ist eine tolle Aufgabe und Herausforderung für mich“, so Schütze. „Mein Ziel ist es, unseren Mitgliedern Top-Leistungen anzubieten und dabei den Fokus auf die Qualität unserer Dienstleistungen auszurichten.“

Der DEHOGA Thüringen trägt mit der Entwicklung weiterer Geschäftsfelder wie dem Ausbau der Beratungsfelder und der Partnerschaften zur Zulieferindustrie der verstärkten Nachfrage nach komplexen Dienstleistungen Rechnung.



Neben seiner beruflichen Herausforderung präsentiert sich Lars Schütze privat sehr familienorientiert. Er ist verheiratet und Vater von drei Kindern.

Qualitativ hochwertige Ausbildung ist die beste Investition in die Zukunft

In den kommenden Jahren steht auch das Hotel- und Gaststättengewerbe vor großen Herausforderungen in Bezug auf den drohenden Fachkräftemangel. Insofern liegt die Aufgabe unserer Branche darin, den Nachwuchs sowie Fach- und Führungskräfte mit einer qualitativ hochwertigen Ausbildung und umfangreichen Qualifizierungsmaßnahmen eine berufliche Zukunft und Karrierechancen zu bieten.



Das DEHOGA Thüringen-Kompetenzzentrum in Erfurt

Mit der Übernahme der Erfurter Gastro Bildung Anfang des Jahres 2011 hat sich der DEHOGA Thüringen als neuer Eigentümer dieser Aufgabe gestellt. Als langfristiges Ziel sieht der Verband die Etablierung des DEHOGA Thüringen im Bereich der Aus- und Weiterbildung im Gastgewerbe des Freistaats Thüringen und über die Grenzen hinaus. Dabei steht im Vordergrund, die Interessen der Mitgliedsunternehmen des DEHOGA Thüringen zu stärken und mit einem breit gefächerten, branchenbezogenen Aus- und Weiterbildungsangebot neue Akzente in der gastronomischen und touristischen Bildung zu setzen.

Darüber hinaus muss der aktuellen Situation am Arbeitsmarkt Rechnung getragen und reagiert werden. Fach- und Führungskräfte im Hotel- und Gaststättengewerbe werden heute als auch in Zukunft am Markt dringender denn je gesucht.

Dirk Ellinger, neuer Geschäftsführer der Erfurter Gastro Bildung und Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Thüringen, betont: „Dies ist eine großartige Chance für uns, ein gastronomisches Bildungszentrum in Thüringen weiterzuführen, welches ganz auf den individuellen Bedarf unserer Mitglieder ausgerichtet und natürlich darüber hinaus etabliert ist. In den letzten 20 Jahren wurde mit der ergab ein gut aufgestelltes Unternehmen geschaffen, welches in der jetzigen Konstellation für uns erhebliches Potenzial bietet, das Kompetenzzentrum DEHOGA Thüringen zu fundieren. Unsere Aufgabe ist es, jungen Menschen in einer guten Ausbildung erforderliches Wissen zu vermitteln, aber auch Fach- und Führungskräften, die im Beruf stehen, Weiterbildungsmöglichkeiten für eine erfolgreiche Berufstätigkeit oder Selbständigkeit zu bieten und somit auch Abbrüchen und Abwanderungen entgegenzuwirken.“

Die Qualitätssicherung und die stete Verbesserung der Aus- und Weiterbildungsangebote im Fokus, wurde das Bildungszentrum umstrukturiert, Weiterbildungskonzepte erstellt und weiterentwickelt. Auch das Haus selbst wurde einer umfassenden Modernisierung unterzogen. Diese Veränderungen kommen mit der Umbenennung in DEHOGA Thüringen Kompetenzzentrum nunmehr auch namentlich zum Ausdruck.

Im November 2011 bezog auch die DEHOGA Thüringen Geschäftsstelle ihre neuen Geschäftsräume im DEHOGA Thüringen Kompetenzzentrum. Mit dem Bildungszentrum vereint, werden somit alle Kompetenzen unter einem Dach gebündelt und damit optimale Voraussetzungen geschaffen, um die Mitglieder in allen Bereichen kompetent und umfassend vor Ort betreuen zu können.



17 ehrenamtliche Schatzmeister und Kassenprüfer der DEHOGA Landesverbände aus dem gesamten Bundesgebiet kamen im Januar 2011 in Thüringens Landeshauptstadt zusammen.

Schatzmeister der DEHOGA Landesverbände bildeten sich zum Thema Finanzen und Thüringer Klöße in Erfurt weiter

Dem freiwilligen Engagement des Ehrenamtes Rechnung tragend, bietet der DEHOGA Bundesverband in Zusammenarbeit mit den Landesverbänden eine Reihe von bundesweit angebotenen „Seminare für das Ehrenamt“ an. Mit regionalen und vier Spezialthemen als überregionales Angebot will der DEHOGA fachlichen Input liefern und die Arbeit vor Ort unterstützen.

Mit „Finanzen im DEHOGA“ beschäftigten sich die Repräsentanten der DEHOGA Landesverbände in Erfurt. Die Referenten Dirk Ellinger, Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Thüringen, und Manfred Schwarzer, Rechtsanwalt und Steuerberater, gaben einen Überblick über rechtliche und steuerliche Grundlagen in den Verbandsstrukturen sowie zur Kassenführung und Abrechnungsmodalitäten.

Vorab galt es am Vorabend des Seminars die Frage zu klären: In welcher engen Beziehung stehen die Thüringer Klöße zum Steuerrecht? Um den Teilnehmern ein Stück Thüringen und die traditionelle Thüringer Küche näher zu bringen, wurden die Semiarteilnehmer in die Geheimnisse und die Kultur der Herstellung der „echten Thüringer Klöße“ beim Kloßseminar eingewiesen. Als Ehrung und sicherlich bleibende Erinnerung an Thüringen wurde allen der hohe Dokortitel der Kloßologie verliehen.

9.



Netzwerke und Partner

Wer etwas bewegen will, braucht kompetente Partner und gut funktionierende Netzwerke.

In einer globalisierten Welt hängt der eigene Erfolg auch vom Erfolg anderer ab. Es gilt, wo möglich, Kooperationen zu bilden und zu nutzen. Der DEHOGA Bundesverband ist unter anderem Mitglied in der Arbeitsgemeinschaft Mittelstand, dem Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW), der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) und HOTREC – Hospitality Europe. Wichtige Partner der Branche sind zudem die hoga Unternehmerversorgung und die Haftpflichtkasse Darmstadt. Auf den folgenden Seiten stellen sich diese Organisationen vor.



HOTREC – Hospitality Europe



Hotellerie und Gastronomie aus europäischer Sicht – Live from Brussels!

Nach Angaben der Kommission umfasste der EU-Besitzstand im Jahr 2010 etwa 8.400 Verordnungen und 2.000 Richtlinien. Gleichzeitig müssen die Mitgliedstaaten immer mehr Rechtsakte aus Brüssel umsetzen. Insofern tut das Gastgewerbe gut daran, auf europäischer Ebene adäquat vertreten zu sein.

Mit ihrer Mitgliedschaft im europäischen Gastgewerbeverband HOTREC sind sowohl der DEHOGA Bundesverband als auch der Hotelverband Deutschland (IHA) hierbei äußerst gut aufgestellt. HOTREC repräsentiert in Brüssel die branchenpolitischen Belange von derzeit 43 gastgewerblichen Verbänden aus 26 europäischen Ländern.

Neben den EU-Staaten stammen die Mitglieder auch aus Staaten des Europäischen Wirtschaftsraums (Norwegen) sowie weiteren assoziierten Nationen (Schweiz und Türkei).

Hauptaufgaben

- Repräsentation von Hotellerie und Gastronomie gegenüber den EU-Institutionen (Europäische Kommission, Europäisches Parlament).
- Networking mit anderen europäischen Verbänden der Tourismuswirtschaft.
- Sozialer Dialog mit der Europäischen Gewerkschaft im Gastgewerbe EFFAT, deren deutsches Mitglied die Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten (NGG) ist.

Hauptthemen

- Reduzierter Mehrwertsteuersatz
Im Anschluss an jahrelange Debatten gewährt die Europäische Kommission seit dem 1. Juni 2009 allen Mitgliedstaaten die Möglichkeit, einen reduzierten Umsatzsteuersatz sowohl auf gastronomische, als auch auf Hotelleistungen anzuwenden. Für eine branchengerechte Entwicklung in diesem Bereich bringen sich die Verbände über HOTREC derzeit intensiv in die



Diskussion um die Entschließung des EU-Parlaments zur Zukunft der Mehrwertsteuer ein. Derzeit machen 24 EU-Mitgliedstaaten bei Hotelleistungen von dieser Möglichkeit Gebrauch. In der Gastronomie findet mittlerweile in 13 Mitgliedsstaaten der reduzierte Umsatzsteuersatz Anwendung.

- **Lebensmittelkennzeichnung**
Im September 2011 wurde die Lebensmittelkennzeichnungsverordnung durch den Rat angenommen. Deren Inhalt ist das Ergebnis eines lang umkämpften Kompromisses zwischen den EU-Institutionen. Obwohl diese eine Allergenkennzeichnungspflicht für lose Ware vorsieht, hat HOTREC weitere Informationspflichten auf europäischer Ebene verhindern können. Die Verbände des Gastgewerbes müssen nun auf eine weitgehend branchenfreundliche Umsetzung achten.
- **Verbraucherrechterichtlinie**
Mit dem Ziel der Verbesserung des Verbraucherschutzes wurde im Oktober 2011 die Verbraucherrechterichtlinie erlassen. Diese soll Vorschriften im Bereich Fernabsatz oder missbräuchlicher Vertragsklauseln (AGB) reformieren. Mit dem Engagement von HOTREC und seiner Mitgliedsverbände ist es gelungen, Hotel- und Restaurantverträge aus dem Anwendungsbereich von Fernabsatzverträgen herauszuhalten. Gleichzeitig konnten einige strenge Informationspflichten während des Gesetzgebungsverfahrens abgemildert werden.
- **Nachhaltigkeit**
Derzeit ist Nachhaltigkeit eines der Hauptthemen in Brüssel. In diesem Bereich hat die Kommission im Juni 2011 den Entwurf einer Energieeffizienzrichtlinie vorgelegt, dessen Vorschriften auch das Gastgewerbe betreffen. HOTREC vertritt in der Diskussion zur Reform das europäische Gastgewerbe und nimmt damit auch das Mandat der deutschen Hotellerie und Gastronomie war.
- **Brandschutz**
Im Jahr 2010 veröffentlichte HOTREC mit dem so genannten „MBS-Leitfaden“ ein neues



HOTREC-Präsident Kent Nyström.

Hilfsmittel zur Erhöhung des Brandschutzes in europäischen Hotels. Dieses freiwillige Instrumentarium unterstützt Hotels aller Größenordnungen auch in Deutschland, ein noch höheres Level im Brandschutz zu erreichen. Nationale Verbände des Hotel- und Gaststättengewerbes aus acht europäischen Ländern haben bereits angekündigt, diesen Leitfaden ihren Mitgliedern zur Verfügung zu stellen, so dass HOTREC von einer Verbreitung auch in anderen Ländern in den nächsten Jahren ausgeht.

Hauptakteure

Kent Nyström ist seit 2009 Präsident von HOTREC. Der schwedische Hotelier löste Bernd Geyer ab, der dieses Amt von 2005 bis 2008 inne hatte und nun Ehrenpräsident von HOTREC ist. Generalsekretärin und Leiterin der Geschäftsstelle in Brüssel ist seit Juli 2010 Anna Maria Torres.

HOTREC

111, Blv. Anspach, Boîte 4
BE-1000 Bruxelles, Belgien

Fon +32/2/5 13 63 23

Fax +32/2/5 02 41 73

main@hotrec.eu

www.hotrec.eu

Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW)

Rund 40 der größten Unternehmen und Verbände stehen hinter dem Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW). Das Spektrum reicht vom Gastgewerbe über Luft-, Straßen- und Schienenverkehr bis hin zum Tourismusmarketing. Es umfasst private Mobilität genauso wie Geschäftsreisen. Auch der DEHOGA Bundesverband und der Hotelverband Deutschland (IHA) gehören zu den Mitgliedern. Der BTW setzt sich gegenüber Politik und Öffentlichkeit für die übergreifenden Interessen der Tourismuswirtschaft ein – einer Branche, die über zwei Millionen Arbeitsplätze und gut 120.000 Ausbildungsplätze bereitstellt.

Wirtschaftliche Entwicklung 2011

Wirtschaftlich gesehen lief 2011 für die Branche gut. Deutschland stand bei Urlaubern und Geschäftsreisenden weiter hoch im Kurs. Die Zahl der Übernachtungen stieg erneut deutlich an. Die Umsätze im Gastgewerbe entwickelten sich erfreulich. Die deutschen Flughäfen verzeichneten mehr Passagiere. Auch bei den Auslandsreisen gab es ein Plus. Und auch wenn die anhaltenden Diskussionen um Griechenland und den Euro auch die Tourismuswirtschaft nicht kalt lassen und der Aufschwung sich zum Jahresende hin verlangsamt, sieht der BTW den kommenden Monaten vorsichtig optimistisch entgegen.

Themen des BTW im Jahr 2011

Neben Verkehrsthemen wie Nachtflugverboten, Emissionshandel oder PKW- und Bus-Maut beschäftigten den BTW im Jahr 2011 natürlich auch die weiter um sich greifenden Bettensteuern sowie die anhaltenden Diskussionen um die reduzierte Mehrwertsteuer auf Übernachtungen. Der BTW forderte gegenüber der Politik Vertrauensschutz für die Hoteliers ein und verdeutlichte, dass Bettensteuern aber auch aktionistische Vorhaben wie die Hygieneampel für Restaurants dem Tourismusstandort Deutschland schaden.

Das positive Image, das sich Deutschland als Privat- und Geschäftsreiseziel aufgebaut hat, wird durch solche Entscheidungen in Frage gestellt. Noch investieren ausländische Besucher und Deutsche gern in den Reisekonsum. Doch politische Entscheidungen, die den Reisepreis künstlich und ohne Not verteuern, sind ein fatales Signal. Die Bürger werden sich fragen, ob sie ihr hart verdientes Geld tatsächlich für Bettensteuern, Luftverkehrsabgaben und unnötige Bürokratie ausgeben wollen.

15. Tourismusgipfel des BTW

Mehr als 500 Teilnehmer verfolgten am 17. und 18. Oktober 2011 den 15. Tourismusgipfel im Hotel Adlon Kempinski in Berlin. BTW-Präsident Klaus Laepple forderte in diesem Rahmen mehr Respekt für die Leistungen der Tourismuswirtschaft ein. Zu den Rednern gehörten die Vizepräsidentin der Europäischen Kommission Viviane Reding, Bundesaußenminister Dr. Guido Westerwelle und der Vorsitzende der SPD-Bundestagsfraktion Dr. Frank-Walter Steinmeier. Inhaltlich ging es u.a. um den Beitrag des Tourismus zur Entwicklung in Schwellen- und Entwicklungsländern, Antworten der Branche auf Wetter- und Naturkatastrophen sowie um Entwicklungen im Veranstaltungsgeschäft und im Luftverkehr. Der Innovationspreis der deutschen Tourismuswirtschaft 2011 wurde an die ITB verliehen.

Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW)

Am Weidendamm 1A
10117 Berlin

Fon 030/726254-0
Fax 030/726254-44

info@btw.de
www.btw.de



01



02



03



04



05

01 Der Geschäftsführer der Messe Berlin GmbH Dr. Christian Göke, die Vizepräsidentin der EU-Kommission Viviane Reding und BTW-Präsident Klaus Laepple (v.l. im Vordergrund) während der Laudatio zum Innovationspreis.

02 Die Rede von Bundesaußenminister Dr. Guido Westerwelle war einer der Höhepunkte des 15. Tourismusgipfels.

03 Der DEHOGA traf auf dem Tourismusgipfel Tourismusobmänner der Bundestagsfraktionen (v.l.): DEHOGA-Präsident Ernst Fischer, Ingert Liebing, MdB (CDU/CSU), DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges und Hans-Joachim Hacker, MdB (SPD).

04 Der Vorstand der Lindner Hotels AG Otto Lindner jun. zeigt auf dem Tourismusgipfel 2011 die positiven Impulse der Mehrwertsteuersenkung für Übernachtungen auf.

05 Dr. Christian Göke, Geschäftsführer Messe Berlin GmbH), Otto Lindner jun., Vorstand Lindner Hotels AG, Matthias Schultze, Geschäftsführer German Convention Bureau GCB, und Joachim König, Präsident Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren EVVC, diskutieren unter der Moderation von Klaus Hildebrandt (fww) über das Thema „Wie bleiben wir Weltmeister im Messe- und Veranstaltungsgeschäft?“ (v.l.).

Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT)

Deutsche Zentrale für Tourismus: weltweit präsent

Die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) ist das nationale „Tourist Board“ Deutschlands mit Sitz in Frankfurt am Main. Mit 29 Auslandsvertretungen vermarktet sie das Reiseland Deutschland weltweit. Ziel ist, das positive Image für die deutschen Destinationen im Ausland zu steigern sowie den Tourismus nach Deutschland zu fördern.

Jahresbilanz 2010/2011: Rekordzahlen für den Deutschland-Tourismus

Das Jahr 2010 war ein Rekordjahr für den Deutschland-Tourismus. Erstmals wurde die historische Marke von 60 Millionen Übernachtungen ausländischer Gäste durchbrochen. Bei den Hotelübernachtungen aus dem In- und Ausland steht Deutschland laut Eurostat insgesamt an dritter Stelle der EU-Länder. Das Reiseland Deutschland wächst seit 2004 bei den Ankünften kontinuierlich über Europeaniveau. Auf der Beliebtheitskala bei europäischen Reisenden schiebt sich Deutschland erstmals auf Platz zwei hinter Spanien und noch vor Frankreich.

2011 knüpft Deutschland nahtlos an das Rekordjahr an: In den ersten neun Monaten wuchs die Zahl der Übernachtungen aus dem Ausland im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 5,6 Prozent auf insgesamt 49,8 Millionen an. Die Zahl der Reisen legte von Januar bis August ebenfalls um sechs Prozent zu. Vor allem die Zahl der Geschäftsreisen konnte um sieben Prozent wachsen; auch der Umsatz konnte um fünf Prozent gesteigert werden.

Marktforschung als Grundlage für ein erfolgreiches Marketing

Aufgrund detaillierter Marktstudien erarbeitet die DZT ihre Marketingpläne und damit die Basis für eine erfolgreiche Umsetzung ihrer Ziele. Grundlage sind verschiedene externe Quellen sowie eigene Marktforschung.

Der „Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus“, initiiert in Kooperation mit der Europäischen Reiseversicherung, bescheinigt dem Reiseland Deutschland in der Gesamtzufriedenheit der Gäste aktuell die Schulnote 1,8.

In Ergebnissen des Meeting- & EventBarometers 2011 liegt Deutschland im Ranking der bevorzugten Tagungsdestinationen auf Platz 1 weltweit. Initiatoren der Studie sind neben der DZT der Europäische Verband der Veranstaltungszentren (EVVC), das GCB German Convention Bureau.

Produktlinien für das Auslandsmarketing

Den internationalen Megatrends Kultur und Gesundheit folgend, hat die DZT die Produktlinien Städte-/Event- sowie Erholungstourismus entwickelt. Diese dienen als Basis für wechselnde Schwerpunktaktionen und Themenjahre, mit denen die DZT Schwerpunktthemen für das Marketing im Ausland initiiert. Daneben vermarktet sie mit dem GCB das Thema Meeting- und Kongressreisen nach Deutschland.

2010 lag der Fokus auf dem kreativen Deutschland in Verbindung mit „RUHR. 2010 – Kulturhauptstadt Europas“. 2011 stellte die DZT mit dem Themenjahr „Wellness- und Gesundheitsreisen in Deutschland“ den Erholungstourismus in den Vordergrund, flankiert von den PR-Schwerpunkten „125. Geburtstag des Automobils“, „200. Geburtstag von Franz Liszt“ und FIFA Frauen-Weltmeisterschaft 2011™.



Im Deutschland-Marketing 2012 stehen „Weinkultur und Natur“ sowie das „Geschäftsreiseziel Deutschland“ als Jahresthemen im Fokus, begleitet vom Kunstevent „documenta 13“ in Kassel, „800 Jahre Thomana“ sowie „300 Jahre Friedrich der Große“. 2013 fokussiert die DZT als Themenjahr „Junges Reisen nach Deutschland“ sowie als weitere Themenschwerpunkte „200. Geburtstag von Richard Wagner“, „150. Todestag von den Brüdern Grimm“ sowie „150. Geburtstag von Henry van de Velde“.

**Deutsche Zentrale
für Tourismus e.V. (DZT)**

Beethovenstraße 69
60325 Frankfurt/Main

Fon 069/974640
Fax 069/751903

info@germany.travel
www.germany.travel

Arbeitsgemeinschaft Mittelstand

Der Mittelstand ist das Herzstück der deutschen Wirtschaft. In keinem anderen Land sind Wirtschaft und Kultur so sehr durch einen breiten, innovativen und flexiblen Mittelstand geprägt wie in Deutschland.

In den rund 3,4 Millionen kleinen und mittelständischen Betrieben arbeiten mehr als 70 Prozent der Beschäftigten und lernen 85 Prozent der Auszubildenden in Deutschland. Damit ist der Mittelstand der eigentliche Lebensnerv der deutschen Volkswirtschaft und zentraler Träger des Wohlstandes.



Der Mittelstand in Deutschland verdient eine starke Lobby: DEHOGA-Präsident Ernst Fischer (4.v.r.) fordert zusammen mit seinen Präsidentenkollegen der Arbeitsgemeinschaft Mittelstand verlässliche und vernünftige Rahmenbedingungen. Hier beim Parlamentarischen Abend der Arbeitsgemeinschaft Mittelstand am 13. April 2011 in Berlin mit Bundesverkehrsminister Peter Ramsauer (M.) und dem Fraktionsvorsitzenden von Bündnis 90/Die Grünen Jürgen Trittin (3.v.l.).

Ein starker Mittelstand verdient eine starke Lobby. Deshalb ist der DEHOGA Bundesverband Mitglied in der Arbeitsgemeinschaft Mittelstand. Die Plattform neun führender Verbände bzw. Organisationen aus produzierendem Gewerbe und Dienstleistungsgewerbe, aus Handel, Handwerk, Gastgewerbe und Kreditwirtschaft, repräsentiert

weitgehend alle Bereiche des Mittelstandes in Deutschland und kämpft für die Interessen der mittelständischen Unternehmer. Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für den Mittelstand zu verbessern, bedeutet zugleich die Wettbewerbsfähigkeit Deutschlands insgesamt zu sichern.

Zu den Mitgliedern der Arbeitsgemeinschaft zählen neben dem DEHOGA Bundesverband der Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR), der Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen (BGA), DER MITTELSTANDSVERBUND (ZGV), der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK), der Deutsche Raiffeisenverband (DRV), der Deutsche Sparkassen- und Giroverband (DSGV), der Handelsverband Deutschland – Der Einzelhandel (HDE) sowie der Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH).

Aktivitäten und Veranstaltungen

Nach der weltweiten Wirtschafts- und Finanzkrise befindet sich der Mittelstand weiter auf Wachstumskurs. Dies geht aus dem Jahresmittelstandsbericht 2011 hervor, in dem die Verbände der Arbeitsgemeinschaft Mittelstand Bilanz ziehen und ihre Erwartungen für eine wachstumsfreundliche Politik formulieren. Im Bereich der Steuer-, Sozial- und Beschäftigungspolitik fordert die Arbeitsgemeinschaft eine konsequente Ausrichtung der Wirtschaftspolitik auf die Stärkung der Wachstumsfundamente. Als Schwerpunktthemen werden darüber hinaus in zwei Sonderkapiteln die Fachkräftesicherung im Mittelstand und die Mittelstandsfinanzierung im Kontext von Basel III behandelt. Der Jahresmittelstandsbericht, der in dieser Form bereits zum zehnten Mal erschien, wurde am 31. Mai 2011 in der DZ Bank auf einer Pressekonferenz den Medien und der Öffentlichkeit vorgestellt.



BVR

BGA
Partner im Wettbewerb.DEHOGA
BUNDESVERBAND

drv

HDE
Handelsverband
DeutschlandZGV
ZENTRALVERBAND DES
DEUTSCHEN HANDWERKS



Als feste Größe im Jahreskalendar von Politik und Wirtschaft hat sich der Parlamentarische Abend der Arbeitsgemeinschaft Mittelstand etabliert. Gut 300 Parlamentarier sowie weitere Gäste aus Politik und Wirtschaft folgten am 13. April 2011 der Einladung der Arbeitsgemeinschaft in das Haus der Deutschen Wirtschaft und

nutzten das prominente Forum in Berlin für Gespräche und die Intensivierung von Kontakten. Der Parlamentarische Abend 2011 stand unter dem Motto „Im Aufschwung die richtigen Weichen stellen – Neue Chancen für den Mittelstand“. Neben Bundesverkehrsminister Peter Ramsauer von der CSU sprach der Vorsitzende der Bundestagsfraktion von Bündnis 90/Die Grünen Jürgen Trittin. Die Vertreter der Arbeitsgemeinschaft warben für die berechtigten politischen Anliegen des Mittelstandes und forderten vernünftige Rahmenbedingungen, damit die mittelständischen Unternehmen ihre Innovations- und Wettbewerbspotenziale weiter entfalten können. Die große Resonanz der Politik auf die Veranstaltung bewies einmal mehr die Bedeutung des Mittelstandes für Deutschland.

Für einen starken Auftritt der Arbeitsgemeinschaft Mittelstand in der Öffentlichkeit sorgen darüber hinaus gemeinsame Positionspapiere zu aktuellen mittelstandsrelevanten Themen, Pressemitteilungen zu politischen Brennpunkten sowie regelmäßige Treffen der Hauptgeschäftsführer, Volkswirte und Pressesprecher. Die Positionspapiere, Pressemitteilungen, Publikationen und Porträts der Mitglieder der Verbändekooperation finden sich auf der Internetadresse www.arbeitsgemeinschaft-mittelstand.de.



01



02

03



04

01 Plattform für den erfolgreichen Dialog zwischen Politik und Wirtschaft: Der Parlamentarische Abend der Arbeitsgemeinschaft Mittelstand am 13. April 2011 im Haus der Deutschen Wirtschaft in Berlin.

02 Prominenter Redner beim Parlamentarischen Abend der Arbeitsgemeinschaft: Bundesverkehrsminister Peter Ramsauer.

03 Zu Gast beim Mittelstand: Der Vorsitzende der Bundestagsfraktion von Bündnis 90/Die Grünen Jürgen Trittin.

04 Deutschland ist Mittelstandsland. Das wissen DEHOGA-Präsident Ernst Fischer (l.) und Ernst Burgbacher (2.v.r.), Parlamentarischer Staatssekretär beim Bundesminister für Wirtschaft und Technologie und Beauftragter der Bundesregierung für Mittelstand und Tourismus. Hier zusammen mit BTW-Generalsekretär Michael Rabe und Carmen Heidecke vom Bundeswirtschaftsministerium am 13. April 2011 in Berlin.

hoga Unternehmer- versorgung



Seit mehr als 60 Jahren bietet die hoga Unternehmensversorgung, eine anerkannte Sozialeinrichtung des deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes und HDI-Gerling, umfassende Vorsorge- und Sicherungskonzepte.

Die hoga Unternehmensversorgung kennt die speziellen Risiken in der Branche und hat für die berufliche und persönliche Sicher-



heit der Unternehmer, ihrer Mitarbeiter und Familien die besten Konzepte. Auch für die Absicherung im Bundesgebiet des Betriebes hat die hoga Unternehmensversorgung genau zugeschnittene Lösungen entwickelt. Neben den bekannten Versicherungen für Berufsunfähigkeit, Kfz und Krankheit bieten wir ihnen maßgeschneiderte Investmentfonds und Baufinanzierungen an.

Zur Absicherung des Hotel- und Gastronomiebetriebes hat die hoga Unternehmensversorgung gemeinsam mit dem Partner HDI-Gerling und INTER Versicherungen das Komplettschutzpaket entwickelt, das das Unternehmen lückenlos und umfassend absichert und exakt auf die Risiken der Branche abgestimmt ist. Die hoga Unternehmensversorgung berät ihre Mitglieder an mehreren Servicestandorten.

Vorsorgekonzepte

Compact-Komplettschutz

Kapitalaufbau

Betriebsversicherung

**Versorgungswerk des Deutschen
Hotel- und Gaststättengewerbes e.V.**

Postfach 20 13 38
53143 Bonn

Fon 0228/37 40 27
Fax 0228/37 16 34

info@hoga-unternehmensversorgung.de
www.hoga-unternehmensversorgung.de

HAFTPFLICHTKASSE DARMSTADT



Die HAFTPFLICHTKASSE DARMSTADT konnte im Jahr 2010 erneut ein exzellentes Ergebnis verzeichnen. Mit einer weit über dem Marktdurchschnitt liegenden Umsatzsteigerung von 9,1 Prozent konnte trotz des gegenüber dem Vorjahr leicht auf 933 Euro erhöhten durchschnittlichen Bruttoschadenaufwands das Eigenkapital auf 75,7 Prozent des Eigenbeitrags erhöht werden. Die Eigenkapitalquote wird sich auch in Zukunft aufgrund des zu erwartenden steigenden Gewinns weiterhin positiv entwickeln.

Die HAFTPFLICHTKASSE ist als völlig geradlinig aufgestellter Maklerversicherer mit guten günstigen Produkten und hervorragend motivierten und geschulten Mitarbeitern auch in Zukunft jederzeit in der Lage, den Anforderungen des Marktes zu entsprechen. Die Güte der Produkte, bestätigt durch den Finanztest der Stiftung Warentest, sorgt für sichere Geschäftszuwächse, insbesondere vor dem Hintergrund der Stärke in Spezialgebieten, z.B. bei der Versicherung von Hotellerie und Gastronomie.

Die HAFTPFLICHTKASSE DARMSTADT wird der Branche weiterhin als Spezialversicherer mit leistungsfähigen Konzepten optimale Lösungen anbieten.

HAFTPFLICHTKASSE DARMSTADT

Haftpflichtversicherung des Deutschen
Hotel- und Gaststättengewerbes – VVaG

Fon 06154/6 01-0

Fax 06154/6 01-22 88

info@haftpflichtkasse.de

www.haftpflichtkasse.de

10.



INTERHOGA – im Dienste des Gastgewerbes

Die INTERHOGA, Gesellschaft zur Förderung des deutschen Hotel- und Gaststättengewerbes mbH, engagiert sich seit 1951 für die Hotellerie und Gastronomie. Die Wirtschaftsgesellschaft des DEHOGA Bundesverbandes betreibt einen der führenden Fachbuchverlage. Ihre Publikationen als auch Literatur anderer Verlage sowie weitere Produkte für die Unternehmer werden über den DEHOGA Shop angeboten. DEHOGA-Mitglieder profitieren dabei von attraktiven Sonderkonditionen. Mitglieder im DEHOGA können sich darüber hinaus über viele weitere Top-Vorteile im DEHOGA Sparbuch freuen.



INTERHOGA – im Dienste des Gastgewerbes



Vielfältiges Informationsangebot

Das vielfältige Informationsangebot der INTERHOGA steht jedem am Gastgewerbe Interessierten zur Verfügung. Die meisten Anfragen stammen von Unternehmern aus Hotellerie und Gastronomie, Existenzgründern, Mitarbeitern in der Branche,

Unternehmensberatern, Finanzinstituten, wissenschaftlichen Einrichtungen, Studierenden, Zulieferfirmen des Gastgewerbes, Behörden und Medien.

Die INTERHOGA betreibt einen der führenden gastgewerblichen Fachverlage. Von der Checkliste für Existenzgründer über Betriebsvergleiche bis hin zu ausgewählten Spezialthemen wird eine große Bandbreite an informativer und unentbehrlicher Unternehmerliteratur angeboten. Neben Broschüren und Büchern zu aktuellen Themen des Gastgewerbes sind es vor allem die Sonderprodukte wie das Hygienepaket oder die Hygieneleitlinie, die bei Hoteliers und Gastronomen, der Zulieferindustrie und Beratungsgesellschaften besonderes Interesse hervorrufen.

Des Weiteren bietet der DEHOGA Shop der INTERHOGA auch Publikationen anderer führender Verlage, von Kochbüchern bis hin zu Ratgebern, und ist somit der ganzheitliche Dienstleister rund um die vielfältige Literatur zu den Themen, Hotellerie, Gastronomie, Ausbildung, Trends, Design und Genuss.

Der neue DEHOGA Shop in Berlin und im Internet

Kürzlich ist für die INTERHOGA eine neue Ära angebrochen. Im Regierungsviertel, direkt in Berlin Mitte, wurde im Jahr 2009 der erste „echte“ DEHOGA Shop eröffnet. Am Karlplatz 7 können sich Hoteliers und Gastronomen, Existenzgründer, Partner und Freunde des Gastgewerbes nun direkt über das Angebot der INTERHOGA informieren. Ein weiterer Meilenstein ist der zeitgleich gestartete, neue Internetauftritt des DEHOGA Shops (www.dehoga-shop.de). In modernem Design und technisch auf dem absolut neuesten Stand wird den Kunden aus dem Netz hier die Möglichkeit geboten, die Produkte und Dienstleistungen schnell und bequem per Mausklick zu entdecken.



DEHOGA Shop: Das Service-Center für Gastronomie und Hotellerie

DEHOGA
Shop

Karlplatz 7
10117 Berlin

Fon 030/59 00 99-850
Fax 030/59 00 99-851
bestellungen@interhoga.de

www.dehoga-shop.de



Das DEHOGA Sparbuch: attraktive, geldwerte Vorteile für Mitglieder

Seit 2005 hat die INTERHOGA eine Reihe von Rahmen- und Vergünstigungsverträgen mit unterschiedlichen Anbietern abgeschlossen. Diese bieten allen Mitgliedsunternehmen des DEHOGA attraktive, geldwerte Vorteile. Besonders ansprechend sind die PKW-Konditionen vieler Hersteller, günstige Kreditkartenprovisionen, EC-Karten-Akzeptanz-Abschläge sowie der T-Mobile-Rahmenvertrag für Mobilfunk. Interessierte Hoteliers und Gastronomen finden sämtliche Vorteile im Internet unter www.dehoga-sparbuch.de. So beweist auch die INTERHOGA einmal mehr: Mitgliedschaft im DEHOGA lohnt und zahlt sich aus, in barer Münze.

Förderprogramme des Bundes

Bereits seit 1974 werden in der Leitstelle für Gewerbeförderungsmittel des Bundes die Förderprogramme für Betriebsberatungen sowie Informations- und Schulungsveranstaltungen für

kleine und mittelständische Unternehmen erfolgreich umgesetzt. Unternehmen und Freiberufler können einen Zuschuss für Beratungen zu allen wirtschaftlichen, technischen, finanziellen, personellen und organisatorischen Fragen der Unternehmensführung erhalten (so genannte allgemeine Beratungen).

Darüber hinaus werden Zuschüsse für eine Reihe spezieller Beratungen wie Technologie-, Innovations-, Außenwirtschafts-, Kooperations- und Qualitätsmanagementberatungen vergeben sowie für Beratungen zur Mitarbeiterbeteiligung und im Vorfeld eines Ratings (als spezielle Beratungen bezeichnet). Neben den bereits bestehenden Förderprogrammen zum Umweltschutz sind weitere Themen hinzugekommen. Beratungen zum Arbeitsschutz, speziell für Unternehmerinnen, zur Unternehmensführung für Migranten sowie zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf wurden in das Förderprogramm neu aufgenommen. Ausführliche Informationen zum Bundesprogramm und zur Antragstellung sind im Internet zu finden unter www.interhoga.de/foerderung.

Hier sparen DEHOGA-Mitglieder!
www.dehoga-sparbuch.de

DEHOGA
Sparbuch

11.



Markt und Konjunktur

Das Gastgewerbe hat die Krise überstanden. Sowohl das Firmengeschäft als auch der private Konsum legten in 2011 zu. Deutschland als Reise-land steht bei Urlaubern aus der ganzen Welt weiter hoch im Kurs. Im Trend liegen Städte- und Kultur-reisen. Darüber hinaus ist der Wellness- und Gesund-heitstourismus weiterhin ein sehr großes Thema. Auch im Business- und Veranstaltungssegment hat Deutschland die Nase vorn. Mehr als eine Million Beschäftigte und fast 100.000 Auszubildende erwirt-schaften in 232.000 gastgewerblichen Betrieben einen Jahresnettoumsatz von 57,4 Milliarden Euro. Das Gastgewerbe ist ein starkes Stück Wirtschaft in Deutschland.



Wirtschaftliche Lage des Gastgewerbes

Weiterhin erfreuliche Entwicklung im Gastgewerbe

Die Weltwirtschaft belebte sich im Jahr 2010 und zu Beginn des Jahres 2011 deutlich. Dabei konnte sich die deutsche Volkswirtschaft innerhalb Europas besonders rasch aus der Krise befreien. War das Wirtschaftswachstum in den Jahren vor der Krise vor allem auf die Exporterfolge der deutschen Unternehmen zurückzuführen, ist die Binnennachfrage immer mehr zum Tragpfeiler des Wachstums geworden.



Mit Beginn des zweiten Quartals 2011 hat sich der wirtschaftliche Aufschwung in Deutschland wieder etwas verlangsamt. Grund für das geringere Expansionstempo sind die Risiken, die sich aus der Euro-Schuldenkrise ergeben. Dennoch ist die Verbraucherstimmung in Deutschland bisher durchweg positiv. Weiter sinkende Arbeitslosenzahlen und steigende Einkommen sorgen für eine starke Binnennachfrage. Davon profitieren auch unmittelbar die Hotellerie und Gastronomie. So setzte die Branche nach Angaben des Statistischen Bundesamtes von Januar bis September 2011 nominal 3,7 Prozent mehr um (real +2,4 Prozent). Setzt sich die Entwicklung im letzten Quartal fort, so wird das Gastgewerbe das Jahr 2011 mit dem höchsten nominalen Umsatzplus seit über zehn Jahren abschließen.

Entwicklungen in der Gastronomie

Das Jahr 2011 läutete für die Gastronomie die Trendwende ein. Zum ersten Mal seit zehn Jahren konnte die Branche im Jahresverlauf trotz des relativ schlechten Wetters im Sommer wieder ein Umsatzplus verbuchen. Dabei profitierten die Betriebe vor allem von der Belebung des privaten Konsums. Die Umsätze stiegen nach Angaben des Statistischen Bundesamtes von Januar bis September um 3,5 Prozent (real 2,1 Prozent). Insbesondere konnte auch die getränkegeprägte Sparte nach langer Zeit wieder moderate Zuwächse verzeichnen.

Die **DEHOGA-Konjunkturumfrage Sommer 2011** bestätigt die positive Entwicklung: 33,1 Prozent der Gastronomen beurteilen im Sommerhalbjahr 2011 ihre Geschäftslage als gut und 20,7 Prozent als schlecht. Damit bewertet das Gaststättengewerbe seine wirtschaftliche Lage so gut wie seit dem Jahr 2001 nicht mehr. Fast jeder dritte Betrieb (30,0 Prozent) konnte höhere Umsätze im Sommer 2011 verbuchen. 36,5 Prozent berichten von gesunkenen Umsätzen. Die positive Verbraucherstimmung führt dazu, dass die Gäste auch wieder verstärkt zu höherpreisigen Produkten greifen. So hat sich auch die Ertragslage der Betriebe trotz steigender Kosten bei Lebensmitteln und im Energiebereich etwas verbessert.

Überraschend ist, dass sich die Erwartungen der Gastronomen für den Winter 2011/12 insgesamt etwas positiver darstellen als in der Hotellerie. Dennoch besteht auch hier bei vielen Unternehmern die Befürchtung, dass die positive Verbraucherstimmung im Sog der europäischen Schuldenkrise wieder schnell kippen könnte. Für Unruhe sorgen auch die Überlegungen zur Einführung der Hygiene-Ampel, die für die gesamte Branche eine unverhältnismäßige Belastung und Ungleichbehandlung darstellt.

Optimistisch gestimmt sind auch die Marken- und Systemgastronomie, die Betriebe der Arbeitsplatz- und Ausbildungsverpflegung und die Caterer. So

Wirtschaftsfaktor Gastgewerbe in 2010

1.142.000 Arbeitnehmer	
Beherbergungsgewerbe	356.000
Gaststättengewerbe	673.000
Pacht-Kantinen/Caterer	113.000

und

86.887 Auszubildende	
Koch/Köchin	33.798
Restaurantfachmann/-frau	12.183
Hotelfachmann/-frau	27.060
Hotelkaufmann/-frau	1.019
Fachmann/-frau für Systemgastronomie	6.598
Fachkraft im Gastgewerbe	6.229

in

231.622 gastgewerblichen Betrieben*	
Beherbergungsgewerbe	44.922
Gaststättengewerbe	175.576
Pacht-Kantinen/Caterer	11.124

erwirtschafteten

57,4 Mrd. Euro Jahresnettoumsatz	
Beherbergungsgewerbe	19,4 Mrd. Euro
Gaststättengewerbe	32,5 Mrd. Euro
Pacht-Kantinen/Caterer	5,5 Mrd. Euro

*nach Umsatzsteuerstatistik 2009 (veröffentlicht im April 2011)

Umsatzentwicklung in 2010 und 2011

	2010, Veränderung g. Vorjahr		Jan.-Sept. 2011, Veränderung g. Vorjahr	
	nominal	real	nominal	real
Gastgewerbe insgesamt	+2,2 %	-0,7 %	+3,7 %	+2,4 %
Hotels, Gasthöfe				
Pensionen, Hotels garnis	+7,1 %	+1,5 %	+4,5 %	+3,5 %
Beherbergungsgewerbe insgesamt	+6,9 %	+1,1 %	+4,2 %	+3,3 %
Restaurants, Cafés				
Eisdielen, Imbissbetriebe	-0,8 %	-2,1 %	+3,6 %	+2,2 %
Schankbetriebe, Unterhaltungs- betriebe und sonstige Betriebe	-2,3 %	-3,3 %	+2,3 %	+1,3 %
Gaststättengewerbe insgesamt	-1,0 %	-2,2 %	+3,5 %	+2,1 %
Pacht-Kantinen/Caterer	+3,3%	+2,2 %	+3,3 %	+1,7 %

Quelle: Statistisches Bundesamt; Stand November 2011

Nettoumsätze im Gastgewerbe (in Milliarden Euro)

Betriebsart	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Gastgewerbe insges.	68,2	64,8	61,7	60,3	59,9	60,5	59,9	59,6	57,2	57,4
Hotellerie*	17,7	17,1	16,1	16,2	16,4	17,1	17,2	17,3	16,3	17,2
Gaststättengewerbe	43,5	40,9	38,9	37,2	36,5	36,2	35,4	34,8	33,7	32,5
Pacht-Kantinen/Caterer	5,0	4,8	4,8	4,9	5,0	5,1	5,3	5,4	5,2	5,5

Quelle: Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

*Hotels, Hotels garnis, Gasthöfe, Pensionen

Nominale Umsatzentwicklung im Gastgewerbe

Betriebsart	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Gastgewerbe insges.	+0,9 %	-4,6 %	-3,8 %	-1,8 %	-0,4 %	+1,6 %	-0,5 %	+0,1 %	-5,9 %	+2,2 %
Hotellerie*	-0,4 %	-3,1 %	-4,5 %	+1,1 %	+1,0 %	+4,3 %	+1,1 %	+0,5 %	-7,1 %	+7,1 %
Gaststättengewerbe	+2,3 %	-5,8 %	-6,1 %	-4,1 %	-1,9 %	-0,6 %	-2,3 %	-0,9 %	-5,2 %	-1,0 %
Pacht-Kantinen/Caterer	+0,1 %	-3,8 %	+1,6 %	+1,6 %	+2,9 %	+2,9 %	+2,4 %	+2,4 %	-4,8 %	+3,3 %

Quelle: Statistisches Bundesamt

*Hotels, Hotels garnis, Gasthöfe, Pensionen

Anzahl der umsatzsteuerpflichtigen Unternehmen des Gastgewerbes

Betriebsart	2006	2007	2008	2009
Hotels	11.141	11.156	11.067	11.022
Hotels garnis	3.585	3.608	3.595	3.586
Gasthöfe	17.556	17.062	16.675	16.593
Pensionen	6.130	6.039	6.049	6.004
Sonstiges Beherbergungsgewerbe	7.169	7.362	7.590	7.767
Beherbergungsgewerbe	45.581	45.227	44.976	44.922
Restaurants	88.012	86.359	85.343	81.331
Cafés	10.229	10.301	10.321	10.672
Eissalons	6.822	6.769	6.664	6.340
Imbissstuben	28.202	28.466	28.625	29.727
Schankwirtschaften	41.495	39.929	38.549	36.669
Diskotheiken, Tanz- und Vergnügungslokale	2.566	2.540	2.412	2.410
Bars	1.572	1.644	1.742	1.620
Sonstige getränkegeprägte Gastronomie	7.637	7.492	8.352	6.807
Gaststättengewerbe	186.535	183.500	182.008	175.576
Pachtkantinen	4.593	4.477	4.731	k.A.
Caterer	6.119	6.590	6.502	k.A.
Pachtkantinen und Caterer	10.712	11.067	11.233	11.124
Gastgewerbe insgesamt	242.828	239.794	238.217	231.622

Quelle: Statistisches Bundesamt, aktuelle Umsatzsteuerstatistik 2009, veröffentlicht April 2011

Weitere Informationen sind unter www.dehoga.de im aktuellen DEHOGA-Branchenbericht sowie in der DEHOGA-Analyse „Das Gastgewerbe im Zahlenspiegel“ zu finden.

hat der Konjunkturaufschwung mit den steigenden Beschäftigtenzahlen wieder zu einer verstärkten Nachfrage in diesen Segmenten geführt. Ebenso erweisen sich die Systemgastronomie und insbesondere die Unternehmen aus dem Quick-Service-Bereich als erfolgreich. Insgesamt stieg der Umsatz der 100 größten Betriebe der Systemgastronomie im Jahr 2010 um 2,3 Prozent.

Entwicklungen in der Hotellerie

Das Wachstum in der Hotellerie hat sich – wenn auch in etwas abgeschwächter Form – im Jahr 2011 fortgesetzt. Von Januar bis September stieg der Umsatz nominal um 4,5 Prozent (real 3,5 Prozent). Die Steigerungen resultieren weiterhin aus dem stabilen Geschäftsreiseverkehr und der Zunahme der Übernachtungen ausländischer Gäste. Aber auch die Ferien- und Wellnesshotellerie konnte trotz des relativ schlechten Wetters vom Trend zum Deutschlandurlaub und der starken Binnennachfrage profitieren.

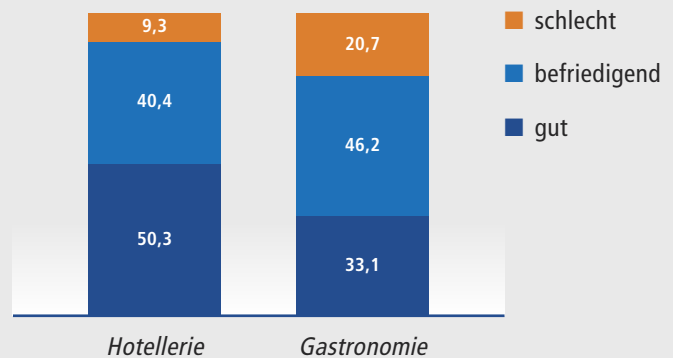
Nach der **DEHOGA-Konjunkturumfrage Sommer 2011** beurteilen 50,3 Prozent der befragten Beherbergungsbetriebe ihre Geschäftslage im Sommerhalbjahr als gut und 9,3 Prozent als schlecht. Damit hat sich die Stimmung unter den Hoteliers im Vergleich zum Vorjahr noch weiter verbessert. Der Anteil der „Umsatzgewinner“ in der Hotellerie liegt bei 42,3 Prozent. 25,4 Prozent der Beherbergungsbetriebe mussten Umsatzeinbußen hinnehmen. Die Geschäftserwartungen für den Winter 2011/12 beurteilt die Mehrheit der Hoteliers gedämpft optimistisch. Immer mehr Unternehmer befürchten, dass die Euro-Schuldenkrise und die sich abkühlende Weltkonjunktur auch zu einem schärferen Konjunkturabschwung in Deutschland führt.

Seit 2006 ist eine kontinuierliche Steigerung der Investitionstätigkeit in der deutschen Hotellerie zu beobachten. Selbst im Rezessionsjahr 2009 wurde die damalige Bestmarke des Jahres 2008 noch einmal leicht gesteigert. In 2010 setzt sich

Geschäfts-, Umsatz- und Ertragslage im Sommer 2011

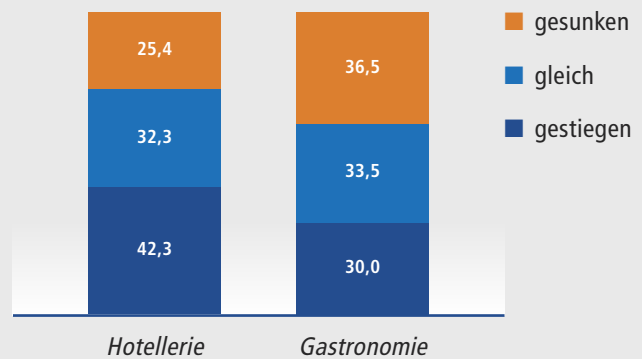
Geschäftslage

(Anteil der Befragten in %)



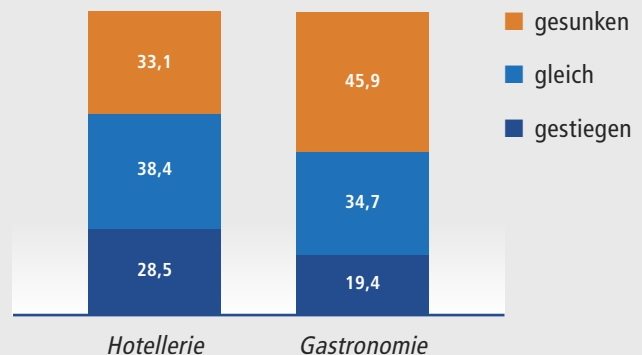
Umsatz im Vergleich zum Vorjahr

(Anteil der Befragten in %)



Ertrag im Vergleich zum Vorjahr

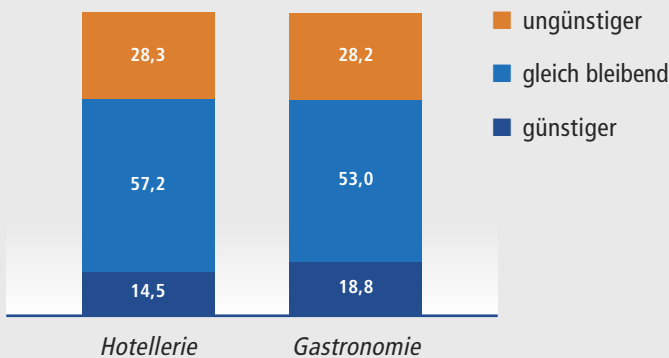
(Anteil der Befragten in %)



Geschäfts-, Umsatz- und Ertrags- erwartungen für den Winter 2011/12

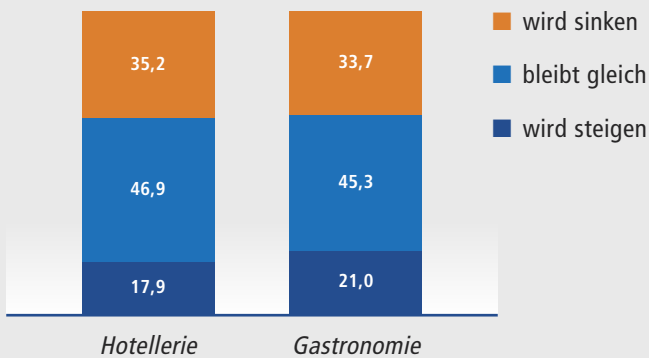
Geschäftserwartungen

(Anteil der Befragten in %)



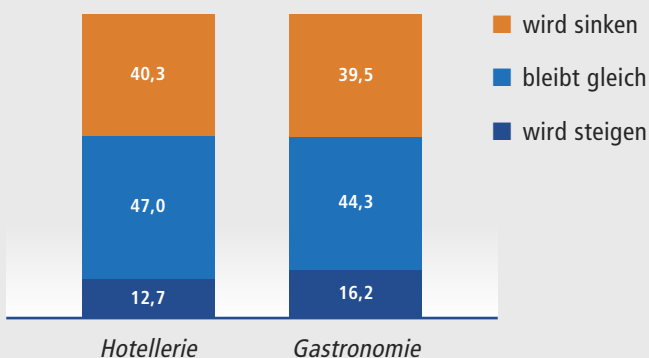
Umsatz im Vergleich zum Vorjahr

(Anteil der Befragten in %)



Ertrag im Vergleich zum Vorjahr

(Anteil der Befragten in %)



das positive Wachstum mit hoher Dynamik fort. Ende September 2011 lag das Hotelinvestmentvolumen in Deutschland bei rund 570 Millionen Euro und damit etwa 50 Prozent höher als im Vergleichszeitraum 2010. In dreijähriger Perspektive lassen sich aktuell 461 Projekte identifizieren. Dies entspricht einer Steigerung im Vergleich zum Vorjahr um 2,0 Prozent. Allerdings werden die Erwartung eines „heißen Herbstes“ durch die aktuellen Entwicklungen auf den Finanzmärkten leicht gebremst. Dennoch richtet sich der Blick nach vorn, denn die allermeisten Hotelgesellschaften konnten ihre Ergebnisse nicht nur in 2010 steigern, sondern setzten den Erfolg auch im ersten Halbjahr 2011 fort.

Das Spektrum der Markenhotellerie in Deutschland ist im Jahr 2011 noch vielfältiger und internationaler geworden. Mit nunmehr 175 Unternehmen (Vorjahr 152) ist die Anzahl der Gesellschaften bei fast gleich bleibender Gesamtanzahl der Hotels (3.861, Vorjahr 3.754) weiter angestiegen. Aufgrund ihrer überdurchschnittlichen Umsätze je verfügbarem Zimmer dürfte die Markenhotellerie einen geschätzten Umsatz-Marktanteil von über 50 Prozent aufweisen. Seit Beginn der verbandlichen Erhebungen im Jahr 1985 ist dies eine kontinuierliche Entwicklung.

Weiterführende Informationen zur Hotellerie in Deutschland bietet die jährlich erscheinende Publikation „Hotelmarkt Deutschland“ des Hotelverbandes Deutschland (IHA) sowie das „IHA-Konjunkturbarometer“, beides zu finden auf www.hotellerie.de. Detaillierte Informationen zur Markenhotellerie werden im jährlich erscheinenden „Kompendium der Markenhotellerie“ zusammengefasst, zu finden auf www.markenhotellerie.de.

Entwicklungen in der Systemgastronomie

Zur Systemgastronomie zählen die großen Kettenrestaurants, wie zum Beispiel McDonald's, Burger King, Marché, Nordsee oder Maredo. Unternehmen also, die über ein standardisiertes und multipliziertes Konzept verfügen, das zentral gesteuert wird.

Aufschluss über die wachsende Bedeutung dieses Gastronomiesegementes bietet die jährlich durchgeführte Untersuchung des Wirtschaftsmagazins „food-service“ des Deutschen Fachverlages. Seit 1982 ermittelt die food-service-Redaktion die größten Gastronomieunternehmen in Deutschland samt Umsatz und Anzahl der Betriebsstätten.

Die Entwicklung in der Systemgastronomie hob sich auch 2010 wieder positiv vom Branchenschnitt ab. Danach kamen im Jahr 2010 die Top-Player mit 16.479 Betrieben auf ein Netto-Umsatzvolumen von 10,6 Milliarden Euro. Mit einem Umsatzplus von 2,3 Prozent verlief das Jahr 2010

in der Branchenspitze signifikant besser als im Vorjahr. Ohne den strengen und langen Winter wäre gar mit einem Plus zwischen 3,0 und 3,5 Prozent zu rechnen gewesen. Damit setzen sich die vorderen 100 der Systemgastronomie weiter von der Entwicklung im Gaststättengewerbe ab. Hier war das Ergebnis mit einem nominalen Umsatzrückgang von 1,0 Prozent nominal und 2,2 Prozent real deutlich schlechter.

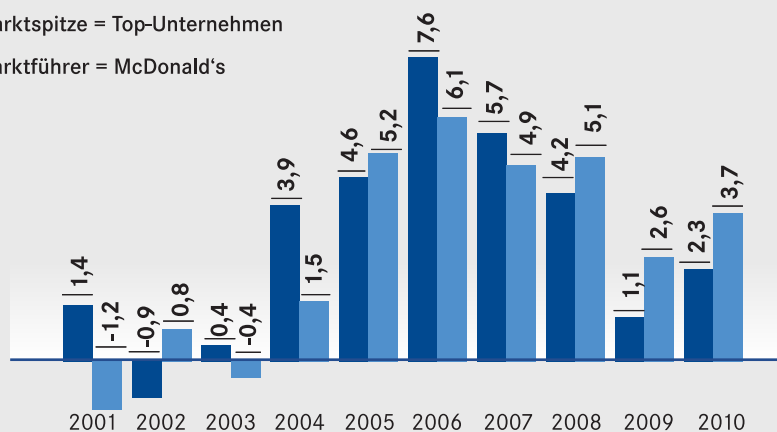
Beachtlich bei den „Top-100“ ist, dass über 70 Prozent der Unternehmen einen Umsatzzuwachs verbuchen konnten. Die größten Umsatzgewinner waren dabei McDonald's, Eliance und Vapiano. Dieses Ergebnis schlägt sich natürlich auch auf die Erwartungen für das Gesamtjahr 2011 nieder: 86 Prozent der Top 100 in der Systemgastronomie erwarten höhere Umsätze.

Mehr denn je kommt es auch in der Systemgastronomie auf die persönliche, direkte Ansprache des

Marktspitze & Marktführer

Wachstumsraten in % über 10 Jahre

■ Marktspitze = Top-Unternehmen
■ Marktführer = McDonald's



Quelle: food-service, Deutscher Fachverlag

Die Top 100 und der Marktführer in der 10-Jahres-Entwicklung. Für die Marktspitze war 2010 mit 2,3 % plus ein deutlich besseres Wachstumsjahr als 2009 (ohne Wetter-Kapriolen wären daraus wahrscheinlich 3,0 bis 3,5 % plus geworden). Dem Marktführer gelang mit 3,7 % Mehrerlösen wieder eine signifikant bessere Entwicklung.

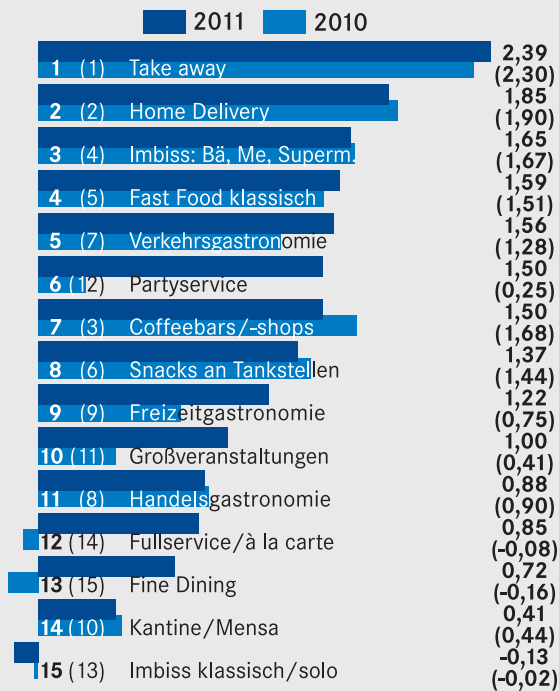
Gastes, auf die Kundenbindung an. Es zählen wertige Produkte und ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis. Die Gäste geben sehr wohl noch Geld aus, überlegen aber genauer als bislang wofür.

Zu Beginn des dritten Jahrtausends entstehen an den Schnittstellen von Verkehr, Arbeit, Shopping und Freizeit derzeit die meisten Chancen für die

Profis in Sachen Food & Beverage. Der Verbraucher zeigt sich radikaler in seinen Ansprüchen. Von moderner Gastronomie erwartet er entweder Zeitersparnis im Alltag oder – nach Feierabend – Zeitvertreib, sprich: Fun & Entertainment. Allein mit dem Angebot von Essen und Trinken lockt man heute kaum jemanden mehr vom Sofa – der Mehrwert macht´s.

Wachstumschancen

Perspektiven in den nächsten 2 bis 3 Jahren



Vorgegeben war eine Skala von +5 bis -5. (Vorjahreswerte)

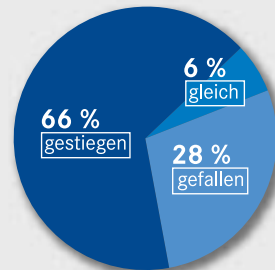
Quelle: food-service, Deutscher Fachverlag

15 Marktsegmente – große und kleine, junge und alte (Überschneidungen!) – mit ihren Perspektiven in den Augen der Macher dieser Branche. Es führt, wie viele, viele Male zuvor, Take away, gefolgt von Home Delivery und Imbiss bei Bäckern, Metzgern und in Supermärkten. Wieder stark nach oben geklettert: Partyservice. Zum Teil deutlich höhere Perspektiven-Werte als im Vorjahr.

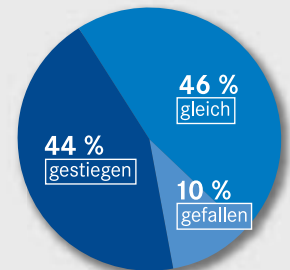
Entwicklung 2010

im Vorjahresvergleich

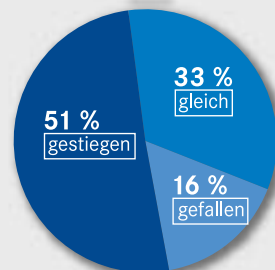
Umsätze



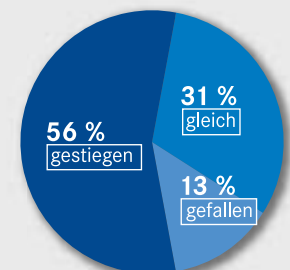
Investitionen



Kosten



Ertrag



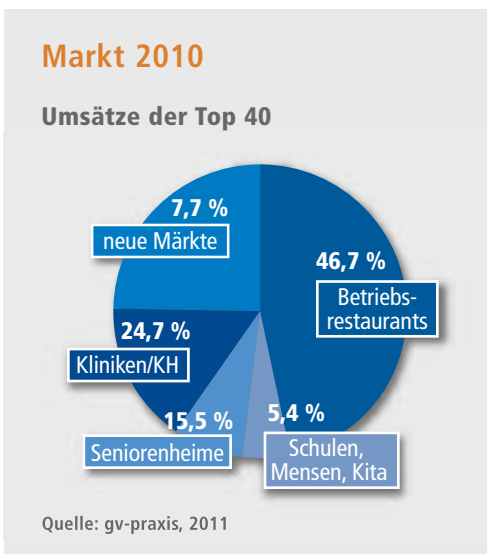
Basis: Top 100 + ante portas-Liste

Quelle: food-service, Deutscher Fachverlag

Eine wirklich positive Tendenz. Das Bild demonstriert: 66 % (Top 100 plus 40 ante portas) mit gestiegenen Umsätzen (Vj.: 59). 44 % mit gestiegenen Investitionen (Vj.: 33) – und obendrein 56 % mit gestiegenen Gewinnen (Vj.: 35).

Entwicklungen in der Gemeinschaftsgastronomie

Die Gemeinschaftsgastronomie zählt zu den bedeutendsten gastronomischen Segmenten in Deutschland. In den letzten Jahrzehnten hat es in diesem Bereich entscheidende Veränderungen im Angebot und im Selbstverständnis gegeben. Dennoch ist es problematisch, die Branche in Zahlen darzustellen und mit allen ihren Facetten statistisch zu erfassen. In den amtlichen Statistiken – zum Beispiel in der Umsatzsteuerstatistik des Statistischen Bundesamtes – existiert zwar eine Kategorie „Caterer und sonstige Verpflegungsdienstleistungen“. Diese erfasst jedoch nur einen Teilbereich, da die Betriebsgastronomie vielfach einen unternehmensinternen Umsatz erwirtschaftet, der nicht in diese Statistik eingeht.

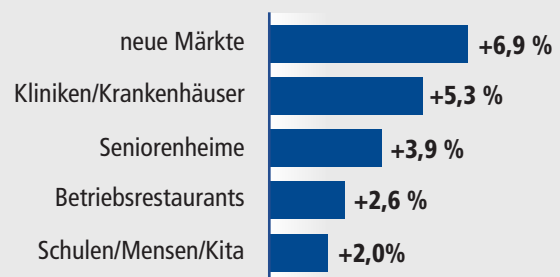


Die Top 40 Caterer erzielten 2010 einen Netto-Gesamtumsatz von 3,2 Milliarden Euro.

Die beiden großen Säulen der Gemeinschaftsgastronomie sind zum einen die Betriebsgastronomie und zum anderen die Klinik- und Heimverpflegung. Daneben gibt es weitere kleinere Segmente, die der Gemeinschaftsgastronomie zugeordnet werden – von der Campusgastronomie über Justizvollzugsanstalten und Truppenküchen bis hin zum expansiven Markt der Schulverpflegung.

Umsatzentwicklung 2010 nach Segmenten

Umsatzsteigerungen der Top 40



Quelle: gv-praxis, 2011

Der Betriebsgastronomie kommt in Deutschland traditionell eine besondere Rolle zu. Früher Sozialleistung, ist die Mitarbeiterbewirtung heute mehr und mehr eine gastronomische Aufgabe auf hohem Niveau mit modernen F&B-Angeboten. Schätzungen und Hochrechnungen zufolge gibt es insgesamt etwa 18.000 Betriebsrestaurants, die im Jahr ca. eine Milliarde Mahlzeiten ausgeben. Das Gesamtmarktvolumen in der Gemeinschaftsgastronomie wird auf 15 Milliarden Euro geschätzt.

Nach dem Krisenjahr 2009 konnte die Branche 2010 wieder zulegen. Die Erlöse der 40 größten Contract Caterer Deutschlands stiegen in diesem Zeitraum um 3,8 Prozent, wie eine Analyse der Fachzeitschrift für die Gemeinschaftsverpflegung „gv-praxis“ zeigt. Die Dynamik ist jedoch eher gedämpft, Die Konjunkturdaten zeigen zwar wieder nach oben, aber der Druck auf die Preise nimmt zu und von den Unternehmen wird verstärkt eine hohe Flexibilität verlangt. So melden 83,3 Prozent der TOP 40-Unternehmen zwar Umsatzsteigerungen, aber nur 34,5 Prozent melden auch Zuwächse bei Gewinn und Ertrag. Dies ist ein deutlicher Hinweis darauf, dass der Preiskampf und die steigenden Anforderungen in der Branche zu Lasten der Margen gehen.

Trends und Perspektiven für die Branche

Der Wettbewerbsdruck in Hotellerie und Gastronomie ist weiter hoch. Das Verhalten der Gäste ist geprägt durch gestiegene Ansprüche zu einem und eine hohe Preissensibilität zum anderen. Der Gast von heute weiß mehr, er ist mobiler, internationaler und hat mehr Auswahlmöglichkeiten als je zuvor. Ketten und Nischenanbieter sind die Gewinner. So befindet sich bereits seit Jahren die Markenhotellerie im Aufwind. Gleichzeitig wächst auch die Bedeutung der Systemgastronomie.



Die Kraft der Marken, professionelle Planung und ein strategischer Systemgedanke gehören sicherlich zu den Gründen, warum die Markengastronomie sich auch in konjunkturell schwierigen Zeiten besser behauptet als der Branchendurchschnitt. Mehr denn je zählen eine klare Positionierung und Profilierung am Markt. In Zeiten standardisierter Hotel- und Gastronomiekonzepte kommt es für die Individualbetriebe auf die persönliche Handschrift eines Hauses und die individuelle, lebendige, herzliche Gästeansprache an. Die Gäste wollen verwöhnt, nicht versorgt werden.

Nachhaltigkeit und Regionalität

Nachhaltigkeit, Verantwortung für die Nachwelt und Ressourcen, Umweltbewusstsein – gutes Gewissen und Genuss schließen sich heute nicht mehr aus. Die grüne Welle rollt. Immer mehr Menschen suchen nach Produkten, die gut für Körper und Seele sind. Frische, Herkunft und Qualität stehen hoch im Kurs. Die Verbraucher sind sensibilisiert für den fortschreitenden Klimawandel und die damit verbundenen Aspekte der Nachhaltigkeit. Hotels und Restaurants, die Umweltaspekte nicht außen vor lassen, sind für die Zukunft gut aufgestellt. Steigende Energiekosten werden diesen Trend in der Zukunft noch beflügeln. Mit vielfältigen Aktivitäten und Maßnahmen unterstützt der DEHOGA seine Mitglieder und die Branche (Energiekampagne Gastgewerbe, DEHOGA Umweltcheck, Energiebroschüre, Kooperationspartner bei Wettbewerben und Initiativen etc.).





Fokus Gastronomie

Regionale Küche

Im Zeitalter der Globalisierung und der sich ständig wechselnden Trends haben Tradition, Heimat, Bodenständigkeit und ehrliche Gastfreundschaft wieder Konjunktur. Gefragt sind frische, regionale und saisonale Spezialitäten. Die einzigartige Vielfalt der heimischen Küche begeistert die Gäste. Regional schlägt Bio.

Wohlfühlatmosphäre

Wohlfühlambiente anstelle von kühlem Design – oder auch: cool war gestern, cosy ist heute. Hüttenatmosphäre steht hoch im Kurs. Gaststätten werden wieder zu Orten der Kommunikation – gerade in Zeiten von Twitter, Facebook & Co. Das gute alte Wirtshaus hat neue Chancen, sofern Angebots- und Servicequalität stimmen. Auch mit Blick auf die immer beliebter werdenden Freizeitaktivitäten wie Wandern und Radeln ergeben sich für diese Betriebe tolle Möglichkeiten als Ausflugsziele. Die Stammtische und lange Tafeln sind zurück, so kommt man schneller ins Gespräch. Man trifft sich anstatt nur zu chatten, unterhält sich und

lässt sich nicht nur unterhalten. Warme Farben, bequeme Sessel, frische Blumen – die öffentlichen Wohnzimmer werden wieder gemütlich!

Außergastronomie

Je mehr Arbeit und Alltag innen stattfinden, desto mehr drängt es die Menschen nach draußen – in die Biergärten, Terrassen oder auch Strandbars der Republik. Open-Air-Gastronomie vermittelt ein Gefühl von Freiheit vor Ort, steht für die kleine Auszeit zwischendurch und den Kurzurlaub im Alltag. Mit Blick auf die Weiterentwicklung von Technik, Design sowie neuen Getränke- und Speisekreationen ist Gastronomie unter freiem Himmel fast an jedem Ort realisierbar. Auch die Rauchverbote haben definitiv zu einer Verlängerung der Open-Air-Saison beigetragen. Sobald die ersten Sonnenstrahlen da sind, füllen sich auch bei Minusgraden die Außenplätze. Farbenfrohe Decken sorgen für kuschelige Atmosphäre bei kühleren Temperaturen.

Take-away und Home Delivery

Take-away ist und bleibt der stärkste Trend im Außer-Haus-Markt. Angesichts gestiegener



Mobilität, zunehmender Flexibilität und wechselnder Arbeitswelten verzeichnet dieses Branchensegment weiterhin steigende Zuwachsraten. Gastro-Quickservice-Betriebe und Bäckereien sind unbestritten diejenigen, die sich im Take-away-Business am stärksten profiliert haben. Neben Take-away werden dem Thema Home Delivery die größten Wachstumschancen zugerechnet. Auch hier gibt es noch viel Potenzial.

Kaffeebars/Coffeeshops

Großstädte ohne Kaffeebars sind kaum mehr vorstellbar. Im Gegenteil: Immer mehr Konzepte bewegen sich im Markt. Kaffeebars sind öffentliche Wohnzimmer und weiterhin ein sehr trendiges Thema. Kaffee- oder auch Dessertbars haben auch weiterhin große Wachstumsperspektiven, denn sie überzeugen ihre Gäste mit Kaffeespezialitäten, frisch gepressten Säften sowie süßen und herzhaften Snacks.

Fokus Hotellerie

Die mittelständische Prägung des deutschen Beherbergungsgewerbes steht synonym auch für die große Vielfalt dieser Branche. Von den derzeit 36.413 Beherbergungsbetrieben in Deutschland gehören circa 3.861 der Markenhotellerie an, was einem Marktanteil von 10,6 Prozent entspricht. Mehr als 60 Prozent aller klassischen Beherbergungsbetriebe und fast 50 Prozent aller Hotels und Hotels garnis verfügen allerdings über weniger als 20 Zimmer.

Doch die Expansion internationaler Hotelketten setzt sich seit mehr als 20 Jahren mit hoher Dynamik fort. Zusätzlich platzieren bereits etablierte Hotelgesellschaften eine Vielzahl weiterer Marken auf dem deutschen Markt.

Nachdem die Markenhotellerie in den vergangenen Jahren das Budgetsegment für sich entdeckt hat und zahlreiche Marken in diesem Segment entstanden sind, ist aktuell der Trend zu beobachten, dass die großen Hotelgesellschaften ver-



stärkt Hotelprodukte und -marken im klassischen Drei-Sterne-Segment, welches bisher als Bastion der Privathotellerie galt, entwickeln und am Markt platzieren. Besonders in Großstädten und Ballungsräumen steht die Privat- und Individualhotellerie vor der Herausforderung, dem immer stärker werdenden Verdrängungswettbewerb der Kettenhotellerie, der über alle Segmente spürbar wird, standzuhalten. Mangelnde Größenvorteile, Probleme bei der Nachfolgeregelung, Investitionsstau und eine geringe Vertriebsmacht sorgen zusätzlich für Nachteile.

Mehr denn je kommt es daher für die Privathotellerie darauf an, ein klares Profil für den Betrieb herauszuarbeiten, Individualisierungsprozesse voranzutreiben, zielgruppengerechte Angebote zu kreieren und eine persönliche langfristige Beziehung zu den Gästen aufzubauen. Häuser mit zeitgemäßen, individuellen Konzepten, authentischer Atmosphäre, Ausstrahlung und einer persönlichen Handschrift haben gute Chancen, sich am Markt zu behaupten und erfolgreich zu bestehen.

Gesundheit

Auch Gesundheit ist und bleibt ein Megatrend, der bei der Gestaltung des Urlaubs eine immer größere Rolle spielt. Die Grenze zwischen Wellness bzw. Lifestyle auf der einen und Gesundheitsfürsorge auf der anderen Seite verschwimmt zusehends. Die Hotellerie greift diesen Trend auf und bietet diverse Angebote rund um Körper und Geist – von reinen Wohlfühlwendungen bis zu von Medizinern begleiteten Maßnahmen. Dabei spielt das Thema nicht nur in der Ferienhotellerie,

sondern in verstärktem Maße auch in der Stadthotellerie eine Rolle. Nirgends kann Wellness in seinem ganzheitlichen Ansatz so ausgelebt werden wie in der Hotellerie.

Budgethotellerie

Budgethotels liegen auch weiterhin im Trend. Die erfolgreiche Entwicklung in den letzten Jahren lässt sich auch mit der Kraft der Marken erklären. Klassische Segmentgrenzen weichen weiter auf. Budget-Hotels mit Designcharakter und kommunikativer Atmosphäre boomen. Sie liegen am Puls der Zeit, treffen den Geschmack von Geschäftsreisenden wie auch Touristen und schonen den Geldbeutel. Die Gäste wollen Komfort, Ambiente und Kreativität an attraktiven Standorten zu bezahlbaren Preisen.



Städtereisen

Städtereisen haben weiter Wachstumspotenzial. In wenigen Tagen möglichst viel erleben, das entspricht dem Trend der Zeit. Kurzreisen gewinnen an Bedeutung. Unterstützt wird der Städtetourismus durch die Angebote der Billigflieger. Die deutschen Städte überzeugen mit einem außerordentlich reichhaltigen architektonischen und kulturellen Angebot. Dazu locken zahlreiche Kunst- und Sport-Events.

Ihre Ansprechpartner

Präsident

Ernst Fischer
frentzen@dehoga.de



Britta Frentzen (Büro des Präsidenten/
Assistentin der Hauptgeschäftsführung)
frentzen@dehoga.de, Fon 030/72 62 52-20

Britta Berkenhagen (Assistentin)
berkenhagen@dehoga.de, Fon 030/72 62 52-54

Hauptgeschäftsführerin

Ingrid Hartges
hartges@dehoga.de



Geschäftsbereiche

Verbandskommunikation

Stefanie Heckel (Pressesprecherin) -32
heckel@dehoga.de

Philipp Rust (Referent Neue Medien/Presse) -30
rust@dehoga.de

Melanie Junge-Beichle (Assistentin) -24
junge-beichle@dehoga.de

Recht und Steuern

RA Jürgen Benad (Geschäftsführer)
benad@dehoga.de

Tamara Marzinowski (Sekretariat) -56
marzinowski@dehoga.de

Hygiene und Umweltschutz

RA Stephan Büttner (Stv. Geschäftsführer)
buettner@dehoga.de

Matthias Meier (Referent)
meier@dehoga.de

Claudia Schneider (Sekretariat) -28
schneider@dehoga.de

Urheberrecht

RA Stephan Büttner (Stv. Geschäftsführer)
buettner@dehoga.de

Claudia Schneider (Sekretariat) -28
schneider@dehoga.de

Marketing/Statistik

Matthias Meier (Referent) -92
meier@dehoga.de

Arbeitsmarkt und -recht/Soziales/ Berufsbildung

RA Sandra Warden (Geschäftsführerin)
warden@dehoga.de

Britta Berkenhagen (Sekretariat Berufsbildung)
berkenhagen@dehoga.de -54

Janet Walter (Sekretariat Arbeitsmarkt) -46
walter@dehoga.de

Finanz- und Rechnungswesen

Thomas Klein (Leitung) -40
klein@dehoga.de

Arite Barde (Buchhaltung) -38
barde@dehoga.de



Arite Barde



RA Jürgen Benad



Britta Berkenhagen



RA Stephan Büttner



Britta Frentzen

**Geschäftsführung
Fachbereich Gastronomie**

Ingrid Hartges (Hauptgeschäftsführerin)
Fon 030/72 62 52-20
hartges@dehoga.de

**Geschäftsführung
Fachbereich Hotellerie**

Markus Luthe (Hauptgeschäftsführer)
Fon 030/59 00 99 6-93
luthe@hotellerie.de



Markus Luthe

**Wir stehen Ihnen gerne unter der
Rufnummer 030/72 62 52-0 bzw. den
Durchwahlnummern zur Verfügung.**

Zentrale + Information

Heike Lehmann -0
info@dehoga.de

Fachabteilungen

Systemgastronomie

RA Sandra Warden (Geschäftsführerin)
warden@dehoga.de
Britta Berkenhagen (Sekretariat) -54
berkenhagen@dehoga.de

Bahnhofsgastronomie

RA Jürgen Benad (Geschäftsführer)
benad@dehoga.de
Tamara Marzinowski (Sekretariat) -65
marzinowski@dehoga.de

Gemeinschaftsgastronomie

RA Jürgen Benad (Geschäftsführer)
benad@dehoga.de
Tamara Marzinowski (Sekretariat) -56
marzinowski@dehoga.de

**Discotheken/
Bundesverband deutscher
Discotheken und Tanzbetriebe (BDT)**

RA Stephan Büttner (Geschäftsführer)
buettner@dehoga.de
Claudia Schneider (Sekretariat) -28
schneider@dehoga.de



Stefanie Heckel



Melanie Junge-Beichle



Thomas Klein



Heike Lehmann



Tamara Marzinowski



Matthias Meier



Philipp Rust



Claudia Schneider



Janet Walter



RA Sandra Warden

Die Mitgliedsverbände des DEHOGA Bundesverbandes

LANDESVERBÄNDE

Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Baden-Württemberg e.V.

Augustenstraße 6
70178 Stuttgart
Fon 0711/6 19 88-0
Fax 0711/61 64 46
mail@dehogabw.de
www.dehogabw.de

Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern e.V.

Türkenstraße 7
80333 München
Fon 089/28 76 0-0
Fax 089/28 76 0-111
info@dehoga-bayern.de
www.dehoga-bayern.de

Hotel- und Gaststättenverband Berlin e.V. (DEHOGA Berlin)

Keithstraße 6
10787 Berlin
Fon 030/31 80 48-0
Fax 030/31 80 48-28
info@dehoga-berlin.de
www.dehoga-berlin.de

Deutscher Hotel- und Gaststätten- verband Brandenburg e.V.

Schwarzschildstraße 94
14480 Potsdam
Fon 0331/86 23 68
Fax 0331/86 23 81
info@dehoga-brandenburg.de
www.dehoga-brandenburg.de

Deutscher Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bremen e.V.

Hinter dem Schütting 8
28195 Bremen
Fon 0421/3 35 90-0
Fax 0421/32 44 73
info@dehoga-bremen.de
www.dehoga-bremen.de

DEHOGA Hamburg Hotel- und Gaststättenverband e.V.

Hallerstraße 22
20146 Hamburg
Fon 040/41 34 30-6
Fax 040/41 34 30-88
info@dehoga-hamburg.de
www.dehoga-hamburg.de

Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Hessen e.V.

Auguste-Viktoria-Straße 6
65185 Wiesbaden
Fon 0611/9 92 01-0
Fax 0611/9 92 01-22
info@dehoga-hessen.de
www.dehoga-hessen.de

DEHOGA Lippe e.V.

Arminstraße 11
32756 Detmold
Fon 05231/2 24 33
Fax 05231/3 92 75
info@dehoga-lippe.de
www.dehoga-lippe.de

DEHOGA Mecklenburg-Vorpommern e.V. Deutscher Hotel- und Gaststätten- verband/Landesverband Mecklenburg-Vorpommern

Bleicherufer 23
19053 Schwerin
Fon 0385/5 92 55-0
Fax 0385/5 92 55-20
sekretariat@dehoga-mv.de
www.dehoga-mv.de

Deutscher Hotel- und Gaststättenverband Niedersachsen e.V.

Yorckstraße 3
30161 Hannover
Fon 0511/33 70 6-0
Fax 0511/33 70 6-29
landesverband@dehoga-niedersachsen.de
www.dehoga-niedersachsen.de

DEHOGA Nordrhein-Westfalen e.V.

Hammer Landstraße 45
41460 Neuss
Fon 02131/75 18-200
Fax 02131/75 18-201
info@dehoga-nrw.de
www.dehoga-nrw.de

DEHOGA Rheinland-Pfalz Landesverband Hotel- und Gaststättengewerbe e.V.

Brückes 18
55545 Bad Kreuznach
Fon 0671/2 98 32 72-0
Fax 0671/2 98 32 72-20
info@dehoga-rlp.de
www.dehoga-rlp.de

DEHOGA Saarland Hotel- und Gaststättenverband e.V.

Feldmannstraße 26
66119 Saarbrücken
Fon 0681/5 54 93
Fax 0681/5 23 26
info@dehogasaar.de
www.@dehogasaar.de

DEHOGA Sachsen e.V. Hotel- und Gaststättenverband Sachsen

Tharandter Straße 5
01159 Dresden
Fon 0351/4 28 98 10
Fax 0351/4 28 98 28
info@dehoga-sachsen.de
www.dehoga-sachsen.de

DEHOGA Sachsen-Anhalt e.V.

Kantstraße 3
39104 Magdeburg
Fon 0391/5 61 71 93
Fax 0391/5 61 71 94
magdeburg@dehoga-sachsen-anhalt.de
www.dehoga-sachsen-anhalt.de

DEHOGA Deutscher Hotel- und Gaststättenverband Schleswig-Holstein e.V.

Hamburger Chaussee 349
24113 Kiel
Fon 0431/65 18 66
Fax 0431/65 18 68
info@dehoga-sh.de
www.dehoga-sh.de

DEHOGA Thüringen e.V.

Witterdaer Weg 3
99092 Erfurt
Fon 0361/5 90 78-0
Fax 0361/5 90 78-12
info@dehoga-thueringen.de
www.dehoga-thueringen.de

FACHVERBÄNDE

Hotelverband Deutschland (IHA) e.V.

Verbändehaus
Handel-Dienstleistung-Tourismus
Am Weidendamm 1A
10117 Berlin
Fon 030/59 00 99 69-0
Fax 030/59 00 99 69-9
office@hotellerie.de
www.hotellerie.de

UNIPAS Union der Pächter von Autobahn-Service-Betrieben e.V.

Stiftstraße 35
32427 Minden
Fon 0571/88 60 8-0
Fax 0571/88 60 8-20
info@unipas.de
www.unipas.de

V.I.C. Verband der Internationalen Caterer in Deutschland e.V.

Verbändehaus
Handel-Dienstleistung-Tourismus
Am Weidendamm 1A
10117 Berlin
Fon 030/72 62 52-0
Fax 030/72 62 52-42
benad@dehoga.de
www.dehoga.de

Das Gastgewerbe in Deutschland trauert um

Heinz M. Zellermayer

Tief bewegt und mit großer Anteilnahme nehmen wir Abschied von Heinz M. Zellermayer, Mitglied des Gründungsvorstandes des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes (DEHOGA) und Ehrenmitglied im Großen Vorstand des DEHOGA Bundesverbandes, der am 31. Oktober 2011 im Alter von 96 Jahren in Rapperswil am Zürichsee verstorben ist.

Mit Heinz M. Zellermayer verliert der DEHOGA einen jener überzeugten Unternehmer, die den Grundstein für unsere heutige Arbeit legten, eine herausragende Persönlichkeit mit großem Sachverstand, einen hoch geschätzten Kollegen und wertvollen Menschen, einen engagierten Mitstreiter mit Herz und Leidenschaft, dessen Ideen und Vorstellungen unseren Verband entscheidend geprägt haben.

Heinz M. Zellermayer wurde am 9. Oktober 1915 als ältestes von drei Kindern einer bekannten Berliner Hoteliersfamilie geboren. Seine berufliche Karriere startete er als Küchenvolontär im Palace-Hotel Montreux, es folgten zwei Semester an der École hôtelière in Lausanne, danach ein Aufenthalt in Paris. Nach dem Zweiten Weltkrieg ging er wieder nach Berlin zurück, wo er nur wenige Wochen nach Kriegsende in einem baulichen Provisorium das Restaurant Zellermayer eröffnete. Im Laufe seiner Karriere war er an mehreren Autobahnraststätten beteiligt, darüber hinaus war er Inhaber mehrerer renommierter Hotels in Berlin wie das Parkhotel Zellermayer, in Wiesbaden, Wuppertal, auf Sylt und in Frankreich.

Heinz M. Zellermayer gehörte zu denjenigen, die erkannt haben, dass nur über einen starken Verband die Rahmenbedingungen für Unternehmer in Gastronomie und Hotellerie erfolgreich gestaltet werden können. Aus dieser Überzeugung heraus hat er am 6. Dezember 1949 zur Gründung des DEHOGA maßgeblich beigetragen. Vier Jahrzehnte hat der Grandseigneur der Branche als Innungsoberrmeister des Berliner Verbandes und Mitglied im Großen Vorstand im DEHOGA sich für die Interessen von Gastronomie und Hotellerie in Berlin und darüber hinaus wirkungsvoll eingesetzt.

Die Zahl seiner Initiativen und Erfolge für die Branche ist unbeschreiblich groß. Besonders beeindruckend ist, wie er beispielsweise im Juni 1949 mitten in der Berliner Besatzungszeit dem amerikanischen Stadtkommandanten die Aufhebung der Sperrstunde abtrotzte. Das war damals einmalig in Deutschland – ebenso wie später sein

erfolgreicher Einsatz für die Abschaffung der Getränkesteuer in Berlin. Er kämpfte gegen die Vergnügungs- und Schankenerlaubnissteuer und für vernünftige Existenzbedingungen der Biergärten und war einer der Gründer der Innungskrankenkasse. Die Ausbildung und Qualifizierung der Mitarbeiter war ihm stets ein besonderes Anliegen. So hat er unter anderem die Gründung der Hotelfachschule Berlin initiiert.

Heinz M. Zellermayer hat den DEHOGA in den mittlerweile sechs Jahrzehnten seines Bestehens mitgeformt. Er hat die unterschiedlichsten Herausforderungen vom Wirtschaftswunder bis zur Wiedervereinigung begleitet und mit Bravour gemeistert und wurde so zu einem der profiliertesten und angesehensten Vertreter unsere Branche. Er verhandelte auf Augenhöhe mit den Großen und Mächtigen und fühlte mit den Kleinen und Schwachen. Als Quer- und Vordenker bereicherte und belebte er den DEHOGA. In bester Erinnerung ist uns allen sein hartnäckiges Eintreten für den Umzug des DEHOGA Bundesverbandes nach dem Mauerfall nach Berlin. Wir haben uns sehr gefreut, dass er bis zuletzt die Aktivitäten des Verbandes mit großem Interesse verfolgt und an den Delegiertenversammlungen des DEHOGA teilgenommen hat.

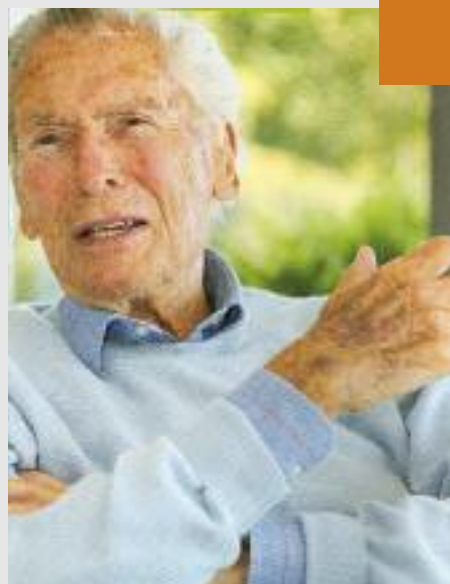
In Anerkennung der außerordentlichen Verdienste von Heinz M. Zellermayer für die Branche und den Verband wurde ihm 2009 zum 60. Jubiläum des Bestehens des DEHOGA unsere höchste Auszeichnung, der DEHOGA-Ehrenpreis „Der Goldene Becher“, verliehen. Drei Mal wurde er mit dem Bundesverdienstkreuz geehrt.

Für sein jahrzehntelanges unermüdliches Wirken zum Wohle von Gastronomie und Hotellerie in Deutschland sind wir Heinz M. Zellermayer zu großem Dank verpflichtet. Wir werden ihm stets ein ehrendes Andenken bewahren in Hochachtung vor seiner Lebensleistung.

Unser tief empfundenenes Mitgefühl gilt seiner Frau Anne, seiner Familie und seinen Freunden.

In großer Verbundenheit und Dankbarkeit

Ernst Fischer
Präsident
DEHOGA Bundesverband



Ingrid Hartges
Hauptgeschäftsführerin
DEHOGA Bundesverband

Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V. (DEHOGA Bundesverband)

Besucheranschrift: Verbändehaus Handel-Dienstleistung-Tourismus
Am Weidendamm 1A, 10117 Berlin

Postanschrift: 10873 Berlin
Fon 030/72 62 52-0
Fax 030/72 62 52-42
info@dehoga.de
www.dehoga.de