



# HOGA PAGE

Das Magazin für Hotellerie & Gastronomie



Jobbörse

Today

Einkaufsführer

Speisekartenplaner

# Geschüttelt & gerührt

Das Comeback der Barkultur 16

Wir wollen doch  
nur spielen!

Gamification im Job 44

Dessert-Träume 52

Mehr Genuss  
ohne Alkohol

Sommerliche Erfrischungen 64

Gästezufriedenheit 48

Im Porträt:  
The Chedi Andermatt

Tempel der Entschleunigung 94

Badezimmer-Trends 70

**NEWS** **Entrée**

Info-Häppchen und Neues ..... 6

**Ploners Gastro-Kolumne**

Neue Köche braucht das Land ..... 12

**Titelstory**

**Geschüttelt oder gerührt?**

In den angesagten Cocktailbars ist Kreativität das oberste Gebot ..... 16

**Special**

**Internorga 2018**

Hamburg putzt sich heraus für die Gastro-Branche ..... 24

**Around the World**

**One Night in Bangkok ...**

In Thailands Hauptstadt entsteht eine spektakuläre Restaurant-Szene ..... 34

**Branche Inside**

**Willkommen im Landgasthof 2.0!**

Gastronomie zwischen traditioneller Idylle und kulinarischem Fortschritt ..... 40

**Management & Marketing**

**Wir wollen doch nur spielen!**

Wie Gamification im Job das Beste aus Mitarbeitern herausholt ..... 44

**War alles in Ordnung?**

Gewusst wie: Befragungen zur Gästezufriedenheit können hilfreich sein ... 48

**Food & Beverage**

**Wahr gewordene Dessert-Träume**

Sommerliche Köstlichkeiten für das süße Finale ..... 52

**Nur nicht verschlafen**

Mit einem kreativen Angebot beim Frühstück punkten ..... 60

**Mehr Genuss ohne Alkohol**

AF-Getränke kommen immer stärker in Mode ..... 64

**Technik & Equipment**

**Smart und sauber soll es sein ...**

Neue Technik für Hotelbad und Gästetoiletten ..... 70

**Schöner wohnen auf Zeit**

Einrichtungstrends für das Hotelzimmer ..... 76

**Volltreffer!**

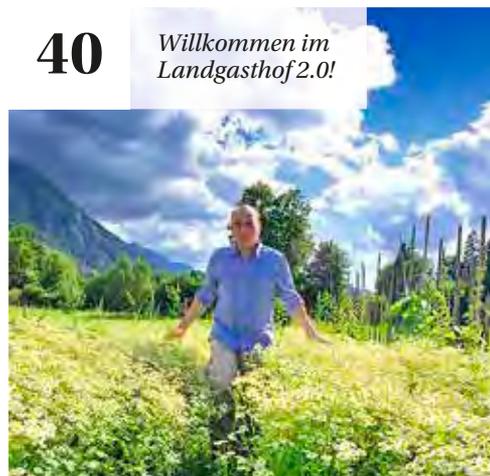
Ballsichere Beamer und Bildschirme fürs Public Viewing ..... 82

Fotos: Hotel Hemizeus Zermatt Baur, iStockphoto



**16**

*Kreative Barkonzepte*



**40**

*Willkommen im Landgasthof 2.0!*



**52**

*Wahr gewordene Dessert-Träume*



**34**

*Bangkoks neue spektakuläre Restaurant-Szene*

## Karriere & Ratgeber

### Zweigleisig in die Hotelkarriere

Duales Studium  
Hotelmanagement ..... 86

### Jobs im Freizeitpark

Eventkoch ..... 92

## Stars & Legends

### Tempel der Entschleunigung

Im The Chedi Andermatt wird Luxus-  
urlaub ganz entspannt zelebriert ..... 94

### 11 Fragen an ...

Christoph Metzelder ..... 100

### Privatkoch – ein Traumjob?

Köche in kulinarischer Mission  
für die Reichen und Schönen ..... 102

### Jetzt rede ich!

Der Spinat  
im Exklusiv-Interview ..... 106

## Service

Editorial ..... 3

Bildungskompass ..... 90

News aus den Verbänden ..... 108

HOGAPAGE Marktplatz ..... 112

Impressum / Vorschau ..... 114

HOGAPAGE Stellenmarkt ..... 115

Einrichtungstrends für  
das Hotelzimmer

76



Duales Studium  
Hotelmanagement

86



Privatkoch – ein Traumjob?

102

Mehr **Sicherheit** und  
**Komfort** für Ihre Gäste!

- ▶ Minibars
- ▶ Zimmersafes
- ▶ Einwurftresore
- ▶ Schließfachanlagen
- ▶ Backoffice-Tresore



**MEGA-**  
**sparsam!**

**Minibars**

mit Energieeffizienzklasse A+



- 100% geräuschlos
- besonders niedriger
- Energieverbrauch

**Katalog unter:**

Tel. +49(0)5251.1744-439  
info@hotelsafes.de

**HARTMANN**  
**TRESORE** AG 

**HARTMANN TRESORE AG**  
Pamplonastraße 2  
33106 Paderborn  
Tel. +49(0)5251.1744-439

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

Paderborn • Hamburg • Berlin  
Düsseldorf • Köln • München • Winterthur

# Geschüttelt oder gerührt?

Für James Bond und seinen Martini war die Sache klar. In den angesagten Cocktailbars ist jedoch Kreativität oberstes Gebot

American Bars sind in der Gastronomie ganz groß in Mode – von der luxuriösen Hotelbar bis zur kleinen In-Bar, in der man erst mal anläuten muss, um eingelassen zu werden. HOGAPAGE hat die interessantesten Konzepte in Deutschland, Österreich und der Schweiz unter die Lupe genommen.

*Text: Clemens Kriegelstein*



**L**ange Zeit war die Szene der klassischen amerikanischen Cocktailbars eher statisch: Es gab vor allem in den größeren Städten ein paar Bars, in die man abends auf einen Drink gehen konnte und die es gefühlt seit Jahrzehnten gab. Dazu kamen ein paar Nullachtfünfzehn-Hotelbars in der 4- und 5-Sterne-Hotellerie, in denen der Gast noch einen Schlummerdrink zu sich nehmen konnte. (Gerade in diesem Segment tut sich allerdings im Moment sehr viel.)

Auch beim Angebot stand die große Kreativität nicht immer im Vordergrund: Mojito, Caipirinha, Bloody Mary, dazu ein paar Daiquiris und je nach Positionierung vielleicht eine nette Auswahl an Rum, Single Malts oder anderen Spirituosen. An vielen Barkarten haben sich über die Jahre oft nur die Preise geändert. Erst der Gin-Hype hat hier wieder für frischen Wind gesorgt.

#### »Signature Drinks« auf dem Vormarsch

Doch seit Kurzem ist ordentlich Bewegung in die Barszene gekommen. Etliche Newcomer versuchen mit teilweise ziemlich schrägen Konzepten ihr Glück. Cocktailklassiker werden auf Wunsch zwar noch immer zubereitet, verschwinden aber immer öfter zugunsten kreativer Signature Drinks von der Karte. Höchste Qualität steht jedenfalls immer im Vordergrund. Der Barbesuch soll damit mehr denn je für den Gast zum Erlebnis werden. Schließlich will man bei Cocktailpreisen von durchschnittlich zehn bis zwanzig Euro auch einen gewissen Gegenwert abliefern.

HOGAPAGE hat sich die spannendsten Bar-konzepte in Deutschland, Österreich und der Schweiz für Sie angesehen, vom alteingesessenen Klassiker, der eine ganze Generation von Barkeepern und -betreibern beeinflusst hat, bis zum hippen Newcomer.



# GAST

Sonntag bis  
Dienstag

15.-17.  
APRIL  
2018

MESSEGELÄNDE KLAGENFURT

 [www.gast-klagenfurt.info](http://www.gast-klagenfurt.info)



Fotos: iStockphoto

# One Night in Bangkok ...

In Thailands Hauptstadt entsteht gerade eine spektakuläre Restaurant-Szene





Europäische Touristen kennen Bangkok vor allem von kurzen Stopover-Besuchen auf dem Weg zu ihren Strand-Destinationen. Doch die Hauptstadt von knapp 70 Millionen Thais ist gleichzeitig eine der wichtigsten Wirtschaftsmetropolen Südostasiens. Der wirtschaftliche Boom geht einher mit der Entwicklung einer lebendigen und sehr abwechslungsreichen Restaurant-Szene. *Text: Wolf Demar*

**G**ut geschmeckt hat es in Bangkok schon immer. Die Straßenküchen Thailands zählen zu den besten der Welt. Nicht nur junge Rucksacktouristen schwärmen davon, dass man an jeder Straßenecke für ein paar Bath verführerische Köstlichkeiten snacken kann – von Suppen und Currys über konventionelle Hühnerspieße und frische Früchte bis hin zu gegrillten Insekten.

Wer bereit ist, etwas mehr Geld auszugeben, findet in den Foodcourts der zahlreichen Einkaufszentren eine riesige Auswahl an sehr guten asiatischen Restaurants, in denen man ganz hervorragend Sushi, Dim Sum und andere asiatische Regionalküchen genießen kann. Auch das Angebot an typischen Thai-Restaurants ist dort unübertroffen. Es zeigt sich einfach, dass gutes Essen im Leben der Thais seit jeher eine große Rolle spielt.

#### **Michelin würdigt Fine-Dining-Kultur der Stadt**

Feine Restaurants mit europäischen Küchen gab es bis vor Kurzem ausschließlich in luxuriösen Hotels, die vor allem von betuchten Einheimischen und vermögenden Expats (international tätige Fachkräfte) besucht werden. Als Tourist, der nur wenige Tage in der Stadt ist, hat man in der Regel keine allzu große Lust, in Asien ausgerechnet italienische oder französische Gerichte zu probieren.

Seit ein paar Jahren gibt es in der Acht-Millionen-Metropole jedoch auch eine eigenständige Fine-Dining-Kultur, die außerhalb der großen Hotels stattfindet und eine breite Vielfalt an unterschiedlichen Küchenstilen bietet. Dies wurde jetzt auch vom Guide Michelin gewürdigt. Dezember 2017 wurden erstmalig in Bangkok drei Restaurants mit zwei Sternen und weitere 14 mit einem Stern ausgezeichnet. Insgesamt listet der berühmte Guide Rouge 98 Restaurants als empfehlenswert. Mit dem Gaggan und dem Nahm befinden sich in Bangkok auch die aktuelle Nummer eins und die Nummer fünf der »50 Best Restaurants Asia«-Liste.

#### **Restaurantbesuch als Unterhaltung**

Dass sich in Bangkok in den letzten Jahren eine lebendige Restaurant-Szene entwickeln konnte, hat nicht nur mit dem anhaltenden wirtschaftlichen Boom in Thailand zu tun, der zur Folge hat, dass sich immer mehr Einwohner einen Restaurantbesuch leisten

# PLATZ 1

## wenn es um Gastronomie geht!

Seit Jahren ist die GGM Gastro International GmbH erste Wahl für viele Gastronomen, Hoteliers und Barbesitzer. Unser unschlagbar vielseitiges Angebot erleichtert Ihnen nicht nur Ihre Arbeit, sondern sorgt für stetige Perfektion und Verbesserung.

Wir setzen auf neueste Innovationen, energiesparende Technik und individuellen Kundenservice. Mit diesem Erfolgsrezept danken wir unseren Kunden für die jahrelange Treue.



**ggmgastro**  
INTERNATIONAL



Thilo Bischoff kommt aus der Sternegastronomie und kocht jetzt im Landgasthof »Ähndl« in Murnau.

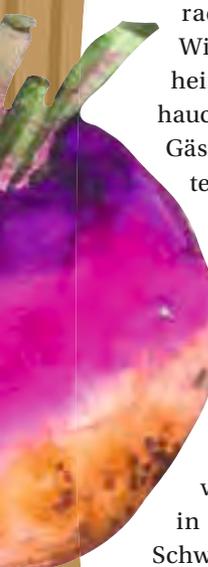
# *Willkommen* im Landgasthof 2.0!

Gastronomie zwischen traditioneller Idylle und  
kulinarischem Fortschritt

Der Wunsch des Gastes nach dem Unverfälschten, das er mit dem Ländlichen verbindet, ist eindeutig da. Dennoch scheint die Schere zwischen Kaffeeahrt-Angeboten oder einer Mitgliedschaft bei den Jeunes Restaurateurs auseinanderzuklaffen. Ersteres dürfte kein nachhaltiges Konzept sein, Letzteres kann kaum einer stemmen. Wir haben uns mit Gastronomen unterhalten, denen eine Neuplatzierung gelungen ist.

— Text: Gabriele Gugetzer

Fotos: iStockphoto; Thilo Bischoff; Widmanns Alb. Leben



**A**ndreas Döllerer und Thomas Dorfer bilden die Speerspitze der neuen ländlichen Kulinarik. Ländliches Feeling, gemixt mit optischer Zurückhaltung und guten Kontakten zu Qualitätsproduzenten vor Ort – das ist gerade sehr modern. Serviert werden Wirtshausküche und Gehobenes. Einheimische Tropfen leuchten in hingehauchten Kristallgläsern. Die Dirndl der Gäste dürften auch ein paar Taler gekostet haben. Alles sieht rasend schön aus und wirkt trotzdem echt. Aber die wenigsten Gastronomen können ein solches Umfeld finanziell stemmen. Die gute Nachricht: Authentizität hat nicht unbedingt etwas mit Geld zu tun.

Wir haben uns gängige Vorurteile vorgeknöpft und sie mit Gastronomen in Deutschland, Österreich und der Schweiz auf Herz und Nieren (Trendthema!) diskutiert.

### 1. Der typische Landgasthof wird nicht überleben

**Jein.** Wenn typisch gleichbedeutend ist mit hohem Convenience-Einsatz und der Bierlieferant den Wein praktischerweise gleich mitliefert, dürfte es in der Tat ein Konzept mit geringen Zukunftsaussichten sein.

Aber: Der Traum vom Land ist ungebrochen. Ein Blick ins Kioskregal offeriert unzählige Zeitschriften mit dem Wort Land im Titel und mit hohen Reichweiten, die darauf hindeuten, dass sie von mehreren Personen gelesen und aufbewahrt werden.

**Tipp:** Gucken Sie auf die Rezepte in diesen Zeitschriften. Der Tenor ist gleich: frisch gekocht, mit regionalem Dreh, handwerklich tadellos.

### 2. Location, Location, Location...

**Jein.** Thilo Bischoff kommt aus der Sternegastronomie und kocht jetzt im Ähndl in Murnau mit Traumblick auf den Staffelsee. Er zitiert Paul Bocuse: »Zwanzig Prozent macht das Essen, den Rest macht die Atmosphäre.« Auch Rolf Fuchs vom Panoramarestaurant Hartlisberg oberhalb des Thuner Sees sagt: »Ohne Lage geht nichts.«

Aber da gibt es eben auch Gegenbeispiele. Im tiefsten Bayerischen Wald liegt der Gidibauer, ein Naturhotel mit kleinem Restaurant, für das Chefkoch Alois Ertl im aktuellen Falstaff-Ranking 86 Punkte holte und das auch Tagungen kann. Ebenso wenig stehen die Widmanns, Lokalmatadoren auf der Schwäbischen Ostalb, in puncto Ausblick und unvergleichlicher Lage auf dem Siegetreppchen. Trotzdem ist beiden die Umstrukturierung erfolgreich gelungen.

**Tipp:** Nicht nur neidvoll nach Oberbayern schielen. Klar ist die Natur da die halbe Miete. Dafür sind die Mieten horrend.

### 3. Zwei Generationen – wichtig und nicht einfach

**Ja.** »Ohne Familie«, sagt Thilo Bischoff, »ist der traditionelle Landgasthof finanziell nicht mehr attraktiv.« Es braucht die Arbeitskraft, denn Personal ist schwer zu bekommen. Überdies hat ein eingeführter Betrieb etwas, das seltener ist als Goldstaub: Stammgäste. »Würde ich jetzt in einer Schweizer City einfach so ein Restaurant aufmachen«, sagt Rolf Fuchs, »wäre das sehr schwierig.«

Im Alltag kann's zwicken, denn Loslassen, das wissen nicht nur Esoteriker, ist nun mal nicht einfach. Jeder der Gastronomen, mit denen wir sprachen, hat da seine eigene Geschichte parat. Rolf Fuchs hatte nur eine kurze Lehrzeit, als die Mutter plötzlich verstarb. Als 20-jähriger Autodidakt musste er in die Küche, weil der Vater, eigentlich der Koch, nun das »Front of House« machte. Bei den Döllerer in Golling bei Salzburg steht zwar eine riesige Familie hinter dem Projekt, dafür gibt es aber auch Gründe, dass die Aufgabenteilung militärisch strikt ist. Alois Ertl ließ der Vater einfach machen (»Ich war der einzige Koch in der Familie«), während Andreas Widmann den Vierertrupp aus



## Aus FRIMA wird RATIONAL.

Künftig gemeinsam auf dem Weg für ein Ziel: Ihnen immer die beste Lösung zum Kochen zu bieten. RATIONAL – Ihr Spezialist für die Profiküche.

Mehr Information unter: [rational-online.com](http://rational-online.com)



Das Hotelrestaurant Widmann's Löwen liegt idyllisch in der Schwäbischen Alb.

# Wir wollen doch nur spielen!

Wie Gamification im Job das Beste aus Mitarbeitern herausholt

Spiele sind nur etwas für Kinder? Falsch gedacht. Tatsächlich steckt der Spieltrieb in jedem Einzelnen von uns – ganz egal, welches Alter wir haben. Und das ist gut so. Er sorgt nämlich dafür, dass wir uns und unsere Fähigkeiten ständig weiterentwickeln wollen. Diese Tatsache entdecken immer mehr Unternehmen – und ziehen ihren ganz eigenen Nutzen daraus: »Gamification« heißt das Zauberwort, das in vielen Bereichen zwar keine Wunder, aber dennoch Beachtliches erreichen kann. Auch im Gastgewerbe.

*Text: Daniela Müller*

**M**itarbeiter, die während ihrer Arbeit spielen – dieser Gedanke dürfte so manchem Unternehmer die Nackenhaare gewaltig aufstellen. Gamification (von engl. game: Spiel), der neueste (digitale) Trend, fordert jedoch genau das. Tatsache ist: Spielwelten, die unseren Arbeitsalltag motivierender gestalten sollen, sind längst Realität in modernen Unternehmen.

Das Prinzip ist einfach erklärt: Monotone oder komplexe Arbeitsschritte werden dank des spielerischen Ansatzes neu definiert. Eine gute Gamification-Anwendung arbeitet im Prinzip wie ein Schrittzähler: Der Anwender kann den laufenden Fortschritt jederzeit abrufen und ein individuelles oder festgelegtes Ziel verfolgen. Dadurch wird der Anwender aktiv herausgefordert und kann seine eigene Entwicklung analysieren.

## Der Flow als Idealzustand

Ein wichtiger Faktor, den die Gamification aus dem Teilnehmer herauszukitzeln vermag, ist die sogenannte intrinsische Motivation, also der Wille zum Fortschritt aus sich selbst heraus. Wie bei der Ausübung eines Hobbys oder beim Sport ist die eigentliche Belohnung quasi das Meistern der Herausforderung, der man sich erfolgreich gestellt hat.

Spielen kann sich positiv auf die Arbeitsergebnisse auswirken – vorausgesetzt das Ziel des Spiels ist es, die Arbeitswelt interessanter zu gestalten.

Das Ziel jeder guten Gamification-App ist es stets, den User in den sogenannten Flow-level zu versetzen, denn nur »im Flow« (engl. für Fluss) bringt er seine bestmögliche Leistung. Dieser Zustand wird erreicht, wenn das perfekte Verhältnis zwischen der eigenen Fähigkeit und der Herausforderung hergestellt, der User also weder unter- noch überfordert wird. Außerdem hat der Aspekt der Freiwilligkeit eine hohe Bedeutung. Wird das Spiel zum Zwang, leidet die Freude daran – zwangsläufig wirkt sich das negativ auf die Motivation aus.

### Monotonie ist der Feind der Motivation

Immer mehr Unternehmen erkennen die Vorteile, die eine Einbindung spielerischer Elemente in die Arbeitsprozesse mit sich bringt. Und landen dann nicht selten bei Roman Rackwitz, Deutschlands Experten für Gamification. Mit seiner Engaginglab GmbH führt er die einzige Full-Service-Agentur für Gamification im deutschsprachigen Raum und berät Unternehmen, wie man langfristiges Engagement bei Kunden und Mitarbeitern erreicht.

Die Möglichkeiten sind vielfältig: Die Methode kann überall da hervorragend eingesetzt werden, wo kognitive Aufgaben zu bewältigen sind – also solche, bei denen es etwa um Faktenwissen oder um die kreative Anwendung von Wissen und das Lösen von Problemen geht. »Also Bereiche, in denen ich selbst die Möglichkeit habe, mich bzw. meine Leistung zu verbessern«, erklärt Rackwitz. »Der Gegensatz dazu wäre eine Aktivität, die immer gleich bleibt, also repetitiv, wie am Fließband abläuft. Stellen Sie sich ein Spiel vor, dass immer dasselbe

vom Spieler abverlangt – egal, in welchem Level er sich befindet. Monoton und vorhersehbar. Er wird unweigerlich sehr schnell den Spaß verlieren und gelangweilt sein.«

### Mission Verkaufsförderung

Sehr gut funktioniert die Gamifizierung etwa im Bereich der Verkaufsförderung. Schließlich gibt es niemals den einen, richtigen Weg, etwas zu verkaufen. Schon gar nicht in der Gastronomie, wo kein Gast wie der andere ist – und kein Tag dem anderen gleicht. Für den Vorgesetzten bedeutet das: Er kann seinen Mitarbeitern den Weg zwar nicht zu 100 Prozent vorgeben – aber er muss die Voraussetzungen für den Verkaufserfolg seiner Mitarbeiter schaffen.

Genau hier setzt z. B. »sell & pick« (www.sell-pick.com) an, eine Software, die Mitarbeiter im Verkauf zu Höchstleistungen motivieren möchte (siehe Interview auf Seite 47). Das Programm erweitert den operativen Alltag um spieltypische Elemente und macht Verkaufsmitarbeiter, Filialeiter und Unternehmer zu Spielteilnehmern. Das gemeinsame Lösen von Missionen schafft darüber hinaus ein Wir-Gefühl und führt zu mehr Umsatz bzw. Absatz sowie Gäste- und Kundenzufriedenheit.

### Zuerst die Strategie, dann der Flow

Eine goldene Regel trifft auch hier zu: erst die Arbeit, dann das Spiel. »Der erfolgreiche Einsatz unserer Software steht und fällt mit der Vorarbeit. Um erfolgreich damit arbeiten zu können, müssen zunächst konkrete Ziele definiert werden«, erklärt Andreas Steinbeißer, der Gründer und Geschäftsführer der sell & pick GmbH. Was soll er

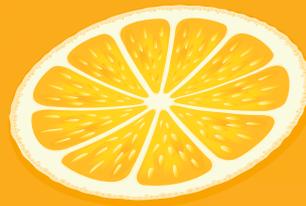
# DIE APP

## die Gastronomie kann!

Mit unserer neuen GGM Gastro App haben Sie die Welt der Gastronomie immer dabei. So erfahren Sie die neuesten Angebote, Rezepte und Produkte immer als erstes.

Einfach gratis downloaden und keine Aktionen mehr verpassen.





# Wahr gewordene Dessert



## Sommerliche Köstlichkeiten für das süße Finale

Jedes Jahr aufs Neue startet im Frühling die Suche nach den ultimativen, saisonalen Highlights für die Nachspeisenkarte. Was wird Trend, was ist interessant und auf welche Geschmacksrichtungen setzen die Pâtissiers in den kommenden Monaten.

*Text: Gabriele Guetzer*





# -Träume



**I**m Dessertbereich wird es in diesem Jahr interessant. Das liegt zum einen daran, dass sich die Trends aus der Sternegastronomie langsam durchsetzen. Gleichzeitig ist die Rückbesinnung auf »Backe, backe Kuchen« in Deutschland, Österreich und der Schweiz zu spüren, mit einer Bandbreite, die vom Luxemburgerli bis zum Tortenstück, das eine Mahlzeit ersetzt, reicht.

## Wie viel Sinn machen Trends?

Fabian Fiedler ist Pâtissier im Wolfsburger Restaurant Aqua und auch in diesem Jahr wieder mit drei Sternen bedacht. Höher geht es nimmer, dazu kommt die reduzierte, stylische Optik des Gesamtpakets Aqua, an dem sich Fiedler mit seinem Dessertlook zu orientieren hat. Er hat drei Mitarbeiter im Team, genug Manpower also, beim letzten Posten auf der Karte mal den Trendsetter rauszuhauen.

Die Gäste fragen doch bestimmt danach, was international gerade angesagt ist, oder? Ach was, »das Trendthema steht bei uns definitiv nicht an erster Stelle.« Klaro, auch Fiedler guckt auf Festivals, was Streetfoodstände servieren, wobei sich das bei seiner Klientel noch nicht als Wunsch offenbart hat. Was die Gäste wollen, ist geradezu altmodisch: »Das Wichtigste ist,

*Magische  
Dessert-  
momente*



# Smart und sauber soll es sein...

## Neue Technik für Hotelbad und Gästetoiletten

In Gästebad und Toilette wird aufgerüstet: Neue technische Lösungen und Materialien sind dabei nicht einfach nur teure Spielereien. Sie erleichtern die effiziente Reinigung, helfen beim Wasser- und Energiesparen und sollen für das besondere Wohlfühlgefühl beim Gast sorgen. HOGAPAGE hat sich umgeschaut, was bei Sanierung und Neubau von Sanitärräumen im Kommen ist und welche Detailfragen wichtig sind.

Text: Eva Schiwarth

**B**äder in Hotels und Sanitäranlagen in der Gastronomie werden im Schnitt alle zehn Jahre renoviert. Häufig müssen Technik und Aussehen sogar noch viel länger durchhalten. Denn die Sanierung von Sanitärräumen ist ein kostspieliges und logistisch anspruchsvolles Unterfangen, das gern so lange wie möglich hinausgezögert wird. Doch irgendwann ist es Zeit, den schimmeligen Silikonfugen, der klapprigen Duschabtrennung, der en-

gen Dusche und dem aus der Mode gekommenen Waschbecken zu Leibe zu rücken.

### Mehrwert für den Gast

Eine gute Renovierung stellt dabei nicht nur den Status quo wieder her, sondern schafft einen Mehrwert für den Gast, zeigt ihm etwas, was er von Daheim vielleicht noch nicht kennt. »Alles, was das Bad komfortabler macht und für mehr Entspannung sorgt, erhöht die Zufriedenheit der Gäste.

Wenn ein Hotel die Erwartungen übertrifft, sorgt das häufig sogar dafür, dass das Haus weiterempfohlen wird«, meint Norbert Stefens, Key Account Manager Hotel bei Gerberit. So kann ein großzügiger Duschbereich mit einer Walk-in-Dusche den Besucher überraschen und begeistern. Denn häufig rechnet er in Hotels noch mit einer Badewannendusche oder einer engen Duschkabine. Auch ein Dusch-WC, welches auf Knopfdruck den Po mit einem

Stufenloses Duschen: Ungebrochen ist der Trend zu bodengleichen Duschen im Hotelbad – sie sind barrierefrei, Glaswände ersetzen reinigungsintensive Duschabtrennungen. Die Duschfläche BetteFloor aus glasiertem Titanstahl kann in vielen Formen und Formaten hergestellt werden.



Einfache Bedienung: Die Armaturensteuerung Rainselect von Hansgrohe vereinigt alle Funktionen inklusive Brausehalterung und Wandanschluss in einem Element. Anstatt umständlich alle Drehschalter auszuprobieren, kann der Gast mit einem Knopfdruck das Wasser anstellen und verschiedene Strahlarten auswählen.



**INTERNORGA 2018**  
**BESUCHEN SIE UNS!**  
Halle A4, Stand 208

**Individuelle Lösungen  
für besondere Anforderungen.**

Als Komplettanbieter für professionelle Reinigung und Desinfektion bietet Ihnen Ecolab eine umfassende Produktauswahl für alle Bereiche der Hygiene – aber auch individuelle Lösungskonzepte, zugeschnitten auf die besonderen Gegebenheiten Ihres Betriebs. Vertrauen Sie auf unsere Erfahrung, bewährte Innovationskraft und die 360°-Sicherheitsarchitektur zum Schutz Ihrer Gäste und zur Maximierung Ihres Geschäftserfolges.



**Apex™**  
Produktlinie in Blockform für das maschinelle Geschirreinigen



**KitchenPro**  
Systemlösungen für die Küchenhygiene



**AQUANOMIC**  
Systemlösung für die Wäscheaufbereitung



**Oasis Pro**  
Systemlösungen für das Housekeeping



**Nexa**  
Systemlösungen für die Handhygiene

**WAS WIR TUN ZÄHLT,  
WIE WIR ES TUN ZÄHLT.**

Ecolab Deutschland GmbH  
Postfach 10 02 65  
40766 Monheim am Rhein  
Tel. 02173 599-1900  
www.ecolab.com

# Zweigleisig in die Hotelkarriere

## Duales Studium Hotelmanagement

Eine Woche im Hotel arbeiten, die nächste im Hörsaal sitzen: Motivierte Fachkräfte von morgen gehen den Ausbildungsweg »Duales Studium Hotelmanagement«. Während klassische Ausbildungsplätze nicht oder nur mit Mühe besetzt werden, können sich Hotels die Kandidaten für ein duales Studium aussuchen. Was macht das duale Studium so attraktiv, was müssen Bewerber mitbringen, was Unternehmen leisten? HOGAPAGE hat sich umgehört.

*Text: Eva Schiwarth*

**F**ür Viktoria Rathjen standen zum Abitur zwei Dinge fest: Sie wollte etwas studieren, das zu ihr passt und sie wünschte sich ein praxisorientiertes Studium. »Ich kannte das Konzept des dualen Studiums bereits, mochte den betriebswirtschaftlichen Hintergrund. Reisen, Tourismus und den Umgang mit Menschen – in diese Richtung wollte ich gehen«,

Viktoria Rathjen startete ihr duales Studium, nachdem sie auf einer Karrieremesse auf ihren heutigen Arbeitgeber traf.



erzählt die heute 27-Jährige. Auf einer Karrieremesse lernte sie dann ihren jetzigen Arbeitgeber, die Atlantic Hotels in Bremen kennen und ist dort eingestiegen. Nach einem vierwöchigen Praktikum, bei dem sie bereits in die operativen Abteilungen und Abläufe eines Hotels reinschnuppern konnte, startete sie im Oktober 2012 ihr duales Studium.

Das Ausbildungskonzept ist geprägt von einer engen Verzahnung von Theorie und Praxis. Für Viktoria Rathjen hieß das im Wechsel zwei Tage Hochschule, drei Tage Arbeit im Hotel, ab und an auch einmal zwei Wochen Unterricht am Stück. An der Berufsakademie absolvierte sie das gleiche Programm wie andere BWL-Studenten, im Hotel durchlief sie alle Abteilungen, die auch ein Azubi im Hotel durchlaufen muss: Housekeeping, Restaurant, Küche, Rezeption. Ab dem zweiten Studienjahr wurde sie mehr und mehr in administrativen Bereichen wie Marketing und Sales, zentrale Zimmerreservierung oder Buchhaltung eingesetzt und mit entsprechenden Aufgaben betraut.

### Akademische Ausbildung mit Praxisplus

Das Modell des dualen Studiums gibt es bereits über 40 Jahre, doch erst in den letzten zehn Jahren hat es enorm an Beliebtheit erfahren: Zwischen 2004 und 2014 haben sich nach Zahlen des Bundesinstituts für Berufsbildung sowohl die Zahl der Studierenden als auch die Angebote der Unternehmen mehr als verdoppelt, die der Studiengänge sogar verdreifacht.

Der Bereich Hotel-, Gastronomie- und Tourismusmanagement macht da keine Ausnahme. An der staatlichen Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW), dem Vorreiter des dualen Studiums, starten inzwischen jährlich drei parallel laufende Hoga-Kurse mit insgesamt 100 bis 120 Studenten. Private Hochschulen und Berufsakademien eröffnen neue Standorte, die Zahl der Studierenden steigt auch dort stetig. »Hotels und Gastro-Unternehmen haben mehr und mehr Schwierigkeiten, guten Nachwuchs zu finden. Viele junge Leute wollen lieber studieren als eine Ausbildung machen – das duale Studium holt beide Seiten ab«,

erklärt Jan Specht, Studiengangsleiter für Tourismus, Hotellerie und Gastronomie an der DHBW in Ravensburg, die Entwicklung. Hinzu komme, so Specht, dass sich die Branche durch Kettenhotellerie und Internationalisierung mehr und mehr »akademisiere« – und dafür Mitarbeiter mit wissenschaftlicher Ausbildung, Praxiswissen und Erfahrungen benötigt. Das duale Studium kann eine Möglichkeit sein, diesen dringend benötigten qualifizierten Nachwuchs im eigenen Haus auszubilden – ohne große Umwege.



Michael Littich, Direktor des Victor's Residenz Hotels in München, bildet in seinem Haus duale Studenten aus.

### Mehr Bewerber als Plätze

Bei den Victor's Residenz Hotels setzt man schon seit Jahren neben der klassischen Ausbildung auch auf das praxisorientierte Studium. »Der Mix aus Azubis und dualen Studenten im Hotel ist uns wichtig. Ein gut funktionierendes Hotelteam braucht Mitarbeiter auf verschiedenen Levels, die sich ergänzen und voneinander lernen«, meint Michael Littich vom Victor's Residenz Hotel in München. Zurzeit sind bei der Hotelkette an fünf Standorten zwölf Dualstudierende im Unternehmen. »Wir bekommen Bewerbungen auf allen Kanälen, das Modell ist sehr gefragt«, so Petra Becker, verantwortlich für Personal- und Qualitätsmanagement bei Victor's. Die Hotels können sich so die am besten passenden Bewerber rauspicken. »Sie müssen das »Dienstleistungs-Gen« haben, sollten auf andere Menschen zugehen und offen kommunizieren können. Englischkenntnisse sind natürlich sehr wichtig.«



Ein starkes Team: Viktoria Rathjen mit der dualen Studentin Anna Bosse (7. Semester) auf einer Karrieremesse.

# Tempel der

Im The Chedi Andermatt wird Luxusurlaub

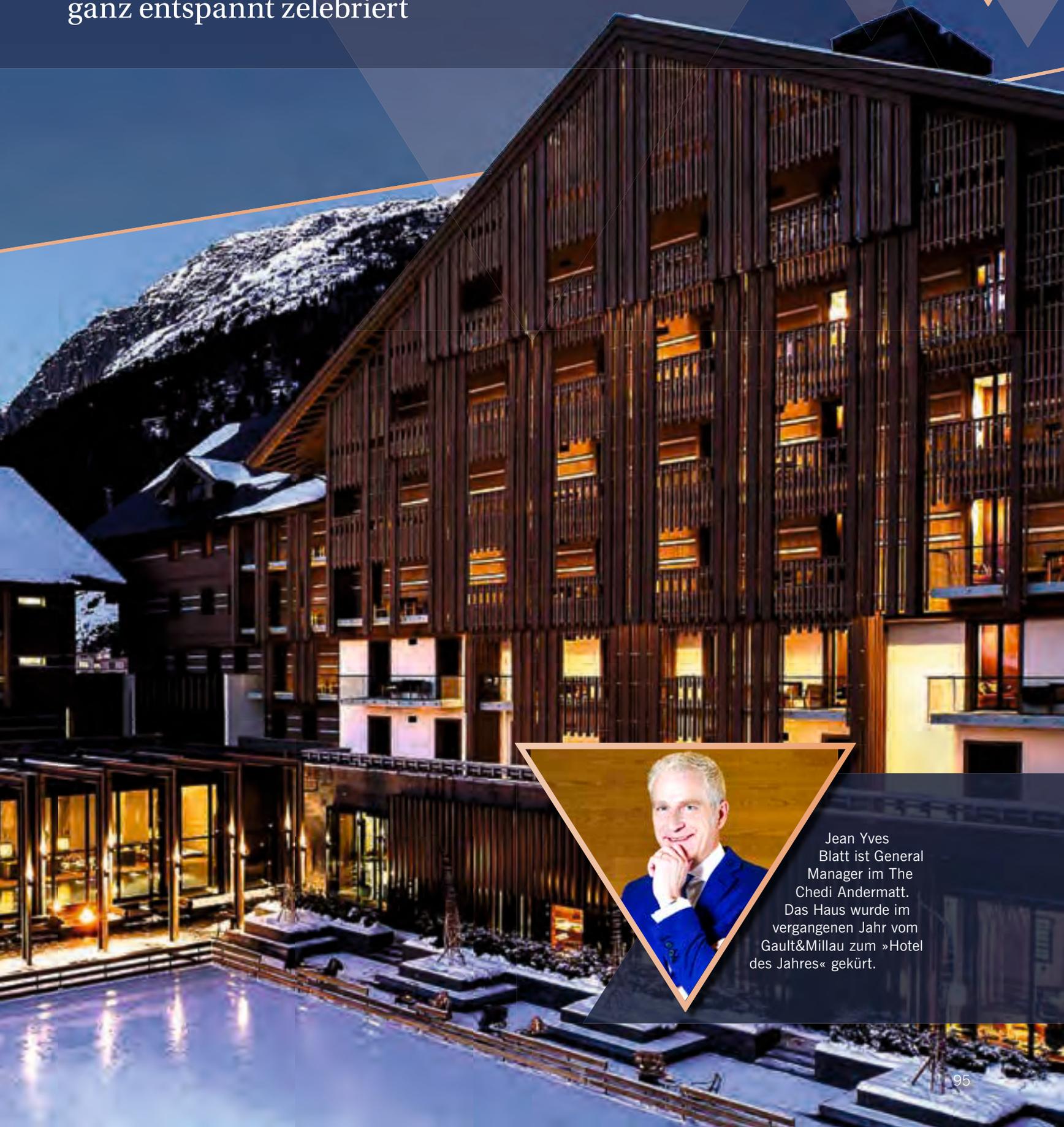
Das Grand Hotel des 21. Jahrhunderts versteht es, scheinbar Widersprüchliches auf einen harmonischen Nenner zu bringen: Das The Chedi Andermatt im Schweizer Urserental kombiniert gekonnt alpine Gemütlichkeit mit asiatischer Eleganz. Dabei steht das 5-Sterne-Deluxe-Hotel im erfrischenden Gegensatz zu den alteingesessenen Luxusherbergen in St. Moritz oder Gstaad: statt offen gelebter Dekadenz wird im The Chedi entspanntes Understatement zelebriert.

*Text: Daniela Müller*



# Entschleunigung

ganz entspannt zelebriert



Jean Yves Blatt ist General Manager im The Chedi Andermatt. Das Haus wurde im vergangenen Jahr vom Gault&Millau zum »Hotel des Jahres« gekürt.

# *Privatkoch* – ein Traumjob?

Köche in kulinarischer Mission  
für die Reichen und Schönen

Durch die Welt jetten, Privilegien genießen, Stars begegnen – im persönlichen kulinarischen Dienst für VIPs erlebt man so manches Abenteuer. Hier berichten Christian Henze und Kollegen von ihren Erfahrungen.

*Text: Sebastian Bütow*



# Christian Henze –

am Herd der Ikone  
des Jetsets



Christian Henze ist zweifelsohne jemand, der es als Gastronom geschafft hat. Man kennt den 49-jährigen Witzigmann-Schüler und Sternekoch aus TV-Shows wie »Die Kocharena«, seine Kochschule wurde mehrfach ausgezeichnet, sie zählt zu den größten Deutschlands, er betreibt u. a. einen Online-Versand mit Feinschmeckerprodukten und beschäftigt aktuell 35 Mitarbeiter. Im Sommer eröffnet er ein neues Restaurant in Kempten, mit begehbarem Weinkeller, einer offenen Patisserie und Confiserie. Gemeinsam mit seiner Frau Pia, die die geschäftlichen Fäden zieht, stellte der gebürtige Füssener ein kleines Gastro-Imperium auf die Beine.

Eine frühe Station im Werdegang Henzes war ganz entscheidend für seinen Erfolg: Henze arbeitete als Privatkoch für Gunter Sachs, den legendären Tausendsassa und edlen Gentleman-Playboy. Der Mann, der mit Brigitte Bardot verheiratet war, dem fleischgewordenen Männertraum der 1960er-Jahre. Mit seinem Faible für weit geöffnete Hemdkragen, stets mit den aller schönsten Frauen an seiner Seite, verkörperte Sachs den gehobenen Jet-Set-Lifestyle wie kein anderer.

## Mit 23 nach Saint-Tropez

Wie kam es zu dem Engagement? »Ich war damals 23, hatte schon in drei Sternerestaurants gearbeitet«, erinnert sich Christian Henze. Als er in dem legendären Münchner »Aubergine« tätig war, »dem damals besten Restaurant der Welt«, kam die Anfrage eines Headhunters. »Er fragte mich, ob ich

mir vorstellen könnte, als Privatkoch zu arbeiten. Erst mal war ich nicht so angetan«, erinnert sich Henze. Dann verriet ihm der Headhunter, dass es sich bei dem Auftraggeber um keinen Geringeren als Gunter Sachs und seine Familie handelte.

»Ich habe mich bei ihm vorgestellt, erst bei seiner Frau und dann bei ihm, die Sympathie war sofort auf beiden Seiten da.« Sachs, der sich im Jahr 2011 im Alter von 78 Jahren das Leben nahm, hatte eine Affinität zur Astrologie. »Dass ich das Sternzeichen Krebs habe, war für ihn auch eine wichtige Basis für unsere Zusammenarbeit«, so Henze.

Wenige Wochen später landete Christian Henze in Saint-Tropez. »Meine Aufgabe war, nicht nur gut, sondern auch gesund zu kochen. Trennkost war damals in den Neunzigern sehr angesagt. Ich war nicht nur Privatkoch, sondern das Familienmitglied Christian, eine Vertrauensperson.« Henze hat einmal am Tag gekocht, meist war es das Mittagessen, weil abends häufig auswärts gespeist wurde. »In der Regel habe ich Menüs für drei Personen zubereitet, wenn wir unterwegs waren, eher für 15 bis 20.«

## Mit dem Rolls-Royce zum Einkaufen

Förmliche Zwänge? Von wegen. »Beim Kochen war ich meistens mit T-Shirt und kurzer Hose bekleidet, das war ganz entspannt«, so Henze. In Saint-Tropez fuhr er dreimal pro Woche auf den Fischmarkt. Im kalifornischen Palm Springs – Sachs besaß weltweit Domizile – fuhr er mit einem Rolls-Royce Silver Ghost zum Einkaufen. Sylt, Saint-Tropez, Gstaad, Deauville – der Job führte den Koch zu den tollsten Orten der Welt. »Orte, die Gunter Sachs übrigens erst bekannt gemacht hat«, sagt Henze.

## In der Küche mit Claudia Schiffer und Roman Polanski

Klar, dass sich im Hause Sachs Weltstars die Ehre gaben. »Mit Roman Polanski habe ich zusammen gekocht, er trank Rotwein in der Küche, ganz relaxed war das. Claudia Schif-

fer hat hier mal eben eine ganze Schokolade verputzt, ihr war einfach danach. Und Roger Moore hat viel Wert auf gute Weine gelegt«, erinnert sich Henze. Der James-Bond-Darsteller sei eine Persönlichkeit mit viel Aura gewesen. Sachs lud immer wieder zu Partys ein. »Das waren große rauschende Feste, mit viel Gastgeber-Mentalität, sehr großzügig«, erinnert sich der gebürtige Füssener. Nach zwei Jahren in Diensten des Jetsets kündigte Henze. »Weil ich alles gesehen habe – viel mehr, als ich mir erträumt hatte.«

## Medialer Rückenwind

Mit 26 Jahren machte sich der Küchenprofi dann im Allgäu selbstständig – und startet seitdem durch. »Die Zeit bei Gunter Sachs war unvergesslich und wertvoll, ich habe unfassbar viel lernen dürfen, auch über das Leben an sich.« Als karriereförderlich erwies sich zudem das mediale Interesse, das seine Zeit als Privatkoch bei Gunter Sachs weckte.

Käme ein junger Koch auf ihn zu mit der Frage, ob er ein Angebot als Privatkoch annehmen sollte, lautet Henzes Antwort: »Im Falle einer guten Adresse auf jeden Fall. Ich habe schon gehört, dass neureiche Arbeitgeber Privatköche manchmal mit Leibeigenen verwechseln. Privatkoch sein ist super, man sieht die Welt, aber man sollte darauf achten, ob der Arbeitgeber einen partnerschaftlich behandelt.«



Zwei Jahre lang kochte Christian Henze für Gunter Sachs und Gattin Mirja.