

HOGAPAGE

Das Magazin für Hotellerie & Gastronomie



HOGAPAGE

Fehlt Personal?
Dann nix wie los!

HOGAPAGE – BESTE
ONLINE-SPEZIAL-JOB-
BÖRSE FÜR HOTEL
UND GASTRONOMIE*

*1. Platz im Ranking der Spezialjobbörsen
für Hotel und Gastronomie bei der Qualitäts-
analyse 2022 von jobboersencheck.de –
gewählt von Arbeitgebern und Arbeitnehmern.



Die Rezepte der Politik

Welche Rolle spielt die Hotel- und Gastronomiebranche
im Deutschen Bundestag? 14

Innovatives
Skandinavien

Kopenhagen kann's 36

Mit Frühstück punkten 64

Europas größter
Food-Hub

Manifesto in Berlin 44

Raffinierte Desserts 68

Verpackungen
im Wandel

Auf zu mehr Mehrweg 74

Badezimmer-Trends 82



EDITORIAL

Voller Tatendrang

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

Haben wir den Gipfel des Eisberges bereits erklommen? Ein ganzes Stück davon haben wir sicherlich bereits hinter uns gelassen. Doch die Herausforderungen bleiben – Fachkräftemangel und steigende Kosten gehören für Unternehmer leider weiterhin zum Alltag: Dann wäre da noch die nicht enden wollende Zunahme der Bürokratie. Laut dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag machen die Kosten hierfür bei Gastgebern jedes Jahr 2,5 Prozent des Umsatzes aus – das sind 14 „Überstunden“ pro Woche, zwischen 12.000 und 60.000 Euro jährlich! Nicht ohne Grund fordert daher der DEHOGA einen beschleunigten Bürokratie-Abbau (S. 20).

Kopfzerbrechen bereitet auch das zwar bereits seit langem angekündigte, aber scheinbar vermeintlich ausgeklügelte Mehrweggesetz. Seit seinem verbindlichen Inkrafttreten Anfang Januar erweist es sich nun als teils praxisuntauglich – wirft indes mehr und mehr Fragen auf und sorgt für Unsicherheiten (Lösungen dazu ab S. 74). Belohnt wird nun, wer sich schon im Vorfeld mit Mehrwegsystemen auseinandergesetzt hat, statt das Thema auf die lange Bank zu schieben. Könnte eine starke Lobby der Gastronomie in der Bundesregierung hier für allgemeine Erleichterung sorgen? Durchaus, meinen Politiker sowie Vertreter der Hospitality und pochen in unserer Titelstory (ab S. 14) u. a. auf mehr Wertschätzung der Branche – aber auch einen gewissen Grad an Eigeninitiative der Gastgeber selbst.

Was es für diese braucht? Machen Sie sich auf nach Hamburg – dort erfahren Sie es! Denn im März trifft sich auf der Internorga (Spezial ab S. 22) wieder das Who's who der Branche, sinniert über innovative Konzepte, tauscht eigene Erfahrungen aus, erhält aber auch Inspirationen von den Herstellern. Hier wird sich wieder einmal mehr zeigen – die Branche ist zusammengerückt. Statt alleine heißt es #allezusammen, um die Herausforderungen gemeinsam anzupacken. Auch wir schauen uns für Sie um, haben stets ein offenes Ohr und freuen uns auf das große Wiedersehen!

Herzlichst

Ihre

Daniela Müller
Chefredakteurin

und Ihre

Karoline Giokas
Stellvertretende Chefredakteurin



DIE PERFEKTE WELLE!

Mit Wellenschliff durch
Schale und Krume

Messer . Werkzeuge
Wetzstähle . Schleifmaschinen

www.dick.de

INHALT

ENTRÉE

Info-Häppchen und Neues 8

Ploners Gastro-Kolumne

Mit Hotelgastronomie profitablen
Mehrwert schaffen 10

TITELSTORY

Ein Blick nach Berlin

Die Rezepte der Politik..... 14

SPECIAL

INTERNORGA 2023

Große Vorfreude auf das
internationale Messetreffen 22



Kulinarisches
Dänemark

36

AROUND THE WORLD

Kopenhagen kann's

Skandinaviens Trendstadt zwischen
gemütlich, gelassen, innovativ 36

BRANCHE INSIDE

Europas größter Food Hub

Der neue kulinarische
Treffpunkt in Berlin?..... 44

MANAGEMENT & MARKETING

Was die Branche bewegt ...

HDV-Frühjahrstagung findet
erstmals im neuen Format statt... 48

Nachgefragt: Jürgen Gangl

„Dem mutigen Anfang
wird noch viel folgen“ 50

SYSTEMGASTRONOMIE

BdS unterstützt Ausbilder bei den Herausforderungen des Alltags

„Die Welt dreht sich schneller, das
müssen wir auch“ 54

Führungswechsel beim BdS

Markus Suchert wird neuer
Hauptgeschäftsführer 58

FOOD & BEVERAGE

Food-Trends 2023

Was landet in diesem Jahr
auf der Karte? 60

Was gibt's jetzt zum Frühstück?

Wie kann man mit dem Frühstück
so richtig punkten? 64

Feines auf dem Teller

Wie Desserts und süße Snacks den
Umsatz ankurbeln 68

The Big Five – Food-Kolumne von Andrew Fordyce

2023 Trends: What's smokin'?..... 72



68

Desserts und
süße Snacks



88

Im Porträt:
Grand Hotel
Heiligendamm

TECHNIK & EQUIPMENT

Der Weg zu mehr Mehrweg

Seit Anfang 2023 muss die
Außer-Haus-Gastronomie
Mehrwegverpackungen anbieten. . 74

Für alle (Jahres)zeiten gewappnet

Terrassen & Co. nicht nur für den
Sommer clever gestaltet..... 78

Bad-Trends mit Spa-Charakter

Clever durchdacht, wird das Bad
vom Funktions- zum sinnlichen
Erlebnisraum 82

KARRIERE & RATGEBER

Neues Jahr, neues Glück?

Warum Ziele setzen ein Basis-Tool
von Führungskräften sein muss... 86

STARS & LEGENDS

Willkommen in den deutschen Hamptons

Wie sich die weiße Stadt am Meer zum
Lifestyle-Resort entwickelte..... 88

10 Fragen an ...

Merlin Sandmeyer 94

Jetzt rede ich!

Die Poké Bowl im
Exklusiv-Interview 96

SERVICE

Editorial 3

Bücher – Lesestoff für Profis 52

Bildungskompass 87

Vorschau / Impressum 98

A stylized illustration featuring a yellow train moving from left to right across the bottom half of the page. Above the train, a large, white, hand-drawn word 'Berlin' is set against a background of teal and blue splatters and brushstrokes. The overall style is graphic and artistic.

Berlin

Ein Blick nach Berlin:

Die Rezepte der Politik

Das Gastgewerbe ist im Deutschen Bundestag kaum vertreten – ein Stiefkind? Wie also packt man dort aktuelle Probleme und Herausforderungen der Hotel- und Gastronomiebranche an und welche Rolle spielt dabei die Lobbyarbeit des DEHOGA-Verbands? *Text: Wolfgang Publies*



**RE-CYCLE, RE-USE,
RE-VOLUTION**



The clean solution

Mehrwegpflicht – jetzt nichts verpassen

Die Zukunft kommt mit neuem Geschirr – Cups, Becher, Bowls und Flaschen. Damit Sie für die Mehrwegpflicht gerüstet sind, starten wir die Mehrweg-Revolution für mehr Sauberkeit und Nachhaltigkeit.

Jetzt mit MEIKO die ganzheitlichen Mehrweg-Spüllösungen entdecken:
www.meiko.de/mehrweg

**INTER
NORGA**

Besuchen Sie uns
10.-14. März 2023
Halle B6, Stand 431



Josephine Ortleb von der SPD ist Fachwirtin im Gastgewerbe und nach wie vor mit Herzblut für ihre Branche im Einsatz. Sie sagt:

Es sitzen aktuell 736 Abgeordnete im Deutschen Bundestag. Die mit Abstand größte Gruppe stellen (traditionsgemäß) Juristen, also Anwälte und Richter, die fast 15 Prozent und somit deutlich mehr als 100 der MdBs (Mitglieder des Bundestags) ausmachen. Es folgen Politikwissenschaftler, Lehrer und andere Beamte, Banker, Unternehmens- und Steuerberater. Der Querschnitt der Bevölkerung sieht anders

Wir sind wirtschaftlich relevant. Das wissen alle, auch alle im Parlament

aus. Und sucht man im Berliner Parlament nach Vertretern aus der Hotellerie oder Gastronomie, ist das Ergebnis richtig mau. Gerade mal eine Handvoll MdBs haben oder hatten etwas mit dieser Branche zu tun, ein paar mehr sind es, rechnet man alle jene dazu, die etwa während ihres Studiums mal gekellnert oder hinter einer Bar Getränke ausgeschenkt haben. Und das bei bundesweit im Gastgewerbe fast zwei Millionen abhängig Beschäftigten in rund 200.000 Betrieben. Einen Grund dafür kennt Ingrid Hartges, Hauptgeschäftsführerin des DEHOGA Bundesverbandes: Es sei eine für einen Abgeordneten „vielfach kaum lösbare Aufgabe, dem Anspruch an ein politisches Amt gerecht zu werden und zugleich erfolgreich ein Familienunternehmen zu führen“.

Haben andere eine stärkere Lobby?

Da liegt der Verdacht nahe, dass die Gastronomie und ihre Interessen, anders als im ganz normalen Leben, im Bundestag kaum eine Rolle spielen. Ist diese ansonsten bedeutende Branche für die Politik in Berlin ein

S t i e f k i n d ?
Stimmt der Eindruck, dass andere, beispielsweise die Landwirtschaft, eine viel stärkere Lobby haben? „Das stimmt definitiv“, sagt etwa Ali Aldailami von den Linken.

Gastronomie und Hotellerie sind in der Politik kein Stiefkind. Das haben allein beispiellose Corona-Hilfen gezeigt, die für den Bund ein großer Kraftakt waren



SPD-Mann Manuel Gava aus Osnabrück hat Wurzeln in Italien. Er hat früher auch im Eiscafé seines Vaters gearbeitet und war zuletzt für einen Großhandel tätig, der Eisbedarf etwa für Bäckereien oder Gaststätten liefert. Er betont:

Als Sohn politisch Geflüchteter kann der deutsch-jemenitische Politiker aus Hessen (Wahlkreis Gießen) eine Ausbildung zum Restaurantfachmann vorweisen. Um seinen Berufszweig zu stärken, so der 41-jährige Aldailami, „bedarf es zunächst eines Wandels hin zu mehr Wertschätzung für die Branche und der Anerkennung ihrer gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Leistung“. Ganz so negativ sehen es die wenigen anderen MdBs aus dem Gastro-Sektor nicht, wenn gleich auch Serap Güler, eine 42-jährige CDU-Abgeordnete aus Köln, die u. a. Hotelfachfrau gelernt hat, meint: „Da ist was Wahres dran.“ Lobbyarbeit sei nun mal Sache der einzelnen Branchen.

Verband: Vielfältige Aktivitäten und Erfolge

Für das Gastgewerbe setzt sich der DEHOGA-Verband ein, dessen Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges auf vielfältige Aktivitäten und Erfolge verweist (siehe anschließendes Interview). Der Dialog mit vielen Politikern sei sehr gut, man stoße auch auf Verständnis. „Aber am Ende müssen politische Mehrheiten für die Themen geschaffen werden, und das ist nicht selten eine große Herausforderung. Gewerkschaften und Verbraucherschutz-Organisatoren haben auch eine starke Lobby“, sagt Hartges.

Auch für den SPD-Mann Manuel Gava, der schon im elterlichen Eiscafé gearbeitet hat, sind Gastronomie und Hotellerie in der Politik kein Stiefkind. Das hätten, so das 32-jährige MdB aus Osnabrück in Niedersachsen, „allein beispiellose Corona-Hilfen gezeigt, die für den Bund ein großer Kraftakt waren“. Mit so vielen Arbeitsplätzen und einem so großen Umsatz ist das Gastro-Gewerbe ein sehr großer Wirtschaftsfaktor, betont Gavas Parteikollegin Josephine Ortleb. „Wir sind wirtschaftlich relevant. Das wissen alle, auch alle im Parlament.“ Allerdings: „Mehr Gastronomen und Hotelfachleute im Bundestag würden das Wissen auch noch etwas häufiger in die Öffentlichkeit tragen.“

„Vorzeige-Gastronomin“ im Bundestag

Josephine Ortleb ist in der Abgeordneten-Schar so etwas wie die „Vorzeige-Gastronomin“ – keine typische Berufspolitikerin. Die 31-Jährige absolvierte 2014 die Prüfung zur Fachwirtin im Gastgewerbe als Jahrgangsbeste und arbeitete mit ihren Eltern im



SPECIAL

INTER
NORGA
2023

Auf nach Hamburg!

Das Wichtigste zur INTERNORGA 2023

Termin:

Fr., 10. März, bis Di., 14. März 2023

Öffnungszeiten:

täglich 10:00 bis 18:00 Uhr

Veranstalter:

Hamburg Messe

Ticketpreise:

Tagesticket: 38,00 €,

2-Tage-Ticket: 49,00 €,

Fachschüler/-student: 22,00 €

Große Vorfreude auf das internationale Messtreffen

Es geht wieder los: Musste sie aufgrund der unsicheren Lage im vergangenen Jahr noch um einige Monate nach hinten verlegt werden, findet die Internorga 2023 wieder turnusmäßig im März statt. Vom 10. bis 14. März ist das Hamburger Messe-Event dann erneut Trendschmiede, Ideengeberin und Treffpunkt für den gesamten Außer-Haus-Markt. *Text: Karoline Giokas*

Unter dem Motto #allezusammen wird die internationale Leitmesse in diesem Jahr wieder Lösungen, wertvolle Inspirationen und Netzwerkmöglichkeiten für die von vielen Herausforderungen geprägte Branche bieten.

„Gastronomie, Hotellerie, Bäckereien und Konditoreien stehen angesichts der zahlreichen drängenden Fragen unserer Zeit vor ungeahnten Herausforderungen“, stellt Claudia Johannsen, Geschäftsbereichsleiterin bei der Hamburg Messe und Congress, fest. „Doch die Branche rückt zusammen – und wir als Partner des gesamten Außer-Haus-Marktes bieten dafür eine einzigartige Plattform. Auf der Internorga 2023 können unsere Gäste Lösungen und Produkte entdecken, die die Gastronomie und Hotellerie sowie das backende Gewerbe in dieser schwierigen Zeit unterstützen und voranbringen und die Perspektive geben können.“

Trendbereiche wieder dabei

In diesem Jahr widmet die Messe, deren erste Hallen bereits ausgebucht sind, bewährten Themenwelten wie der Digitalisierung und Packaging & Delivery noch größere Ausstellungsbereiche. „Von den Vorreitern der Branche bis hin zu kreativen Start-ups – es kommen alle zusammen, die durchdachte Konzepte und zukunftsweisende Produkte für den Außer-Haus-Markt anbieten. Vor dem Hintergrund der gestiegenen Relevanz haben wir deshalb diesen Trendbereich deutlich vergrößert und bieten Besuchenden ein noch weitreichenderes Angebot an nachhaltigen Lösungen und Innovationen für das eigene Geschäft als jemals zuvor“, erklärt Johannsen. Auch mit Blick auf das neue, seit Januar 2023 geltende Mehrweggesetz dürfte dieser Ausstellungsbereich großen Anklang finden und zu Diskussionen über den praktischen Einsatz bis hin zu rechtlichen Regelungen führen.

Von digitalisierten Kassensystemen über Waste-Management-Software bis hin zu Systemen für



world of cooking

Erleben Sie multifunktionale Kochtechnik



FlexiChef®

SpaceCombi®
magic team

Scannen & Erleben

Einfach QR Code scannen und den **FlexiChef®** und den **SpaceCombi®** Magic Team im individuellen Online Termin erleben.



www.mkn.com



Kopenhagen kann's

Skandinaviens Trendstadt zwischen
gemütlich, gelassen, innovativ

Komplexe Sterneküche, handfeste Stullen, nachhaltige Architektur ...
in dieser ebenso entzückenden wie zukunftsweisenden Metropole ist das
Leben auf klugen Genuss eingestellt. *Text: Gabriele Guetzer*



Fotos: Frank Peters www.katzen.com

Beindruckend, wie lebenslustig, zukunftsfreudig und genussaffin diese kleine Großstadt ist. Es gibt alles, von leckerem Fisch auf die Faust bis zum vielstündigen Abend im Restaurant Alchemist, welcher je nach Betreuungsintensität bis zu 2.000 Euro kostet. Beeindruckend ist das alles auch, weil Kopenhagen Anfang der 1990er-Jahre de facto pleite war. Wie man sich als Stadt neu erfindet und Geld in die städtischen Kassen spült, dafür bietet Kopenhagen unzählige Beispiele. Denn die Pleitejahre sind längst vorbei.

Erfolgreiche dänische Unternehmen verewigten sich, wie die Reederei Maersk, mit gelungener Architektur, brachliegende Gebiete inmitten oder rund um die Stadt wie Nordhavn und Refshaleøen wurden geschickt erschlossen. Damit wird der Grundstein für eine Stadtverdichtung gelegt: Wer heute eine Familie gründet, bleibt in Kopenhagen und zieht nicht mehr ins Umland. In den einstigen Brachen (ungenutzte Flächen) selbst, die nach ihrer Erschließung im Eiltempo zu begehrten Ecken wurden,

gelangten Restaurants wie das Noma und das eingangs erwähnte Alchemist zu Weltruhm.

Bevor Sie sich wundern: Die HOGAPAGE ist nach wie vor kein Architekturmagazin! Doch wie Neubaugebiete und Erschließungen binnen Kurzem lebenswert zu machen sind, auch dadurch, dass sich Restaurants ansiedeln, die für Touristen wie Einheimische interessant sind, ist beispielhaft: Dänen sind einerseits pragmatisch, andererseits angstfrei. Großprojekte klappen, weil sie das Ganze im Blick haben.

Architektur für innen und außen

Architektur spielt in Kopenhagen auch im Bereich Innengestaltung eine große Rolle. Einerseits wird Wohnraum verdichtet. Andererseits werden gastronomische Orte mit Mehrfachnutzung im Sinn geplant. Eine Location nur an einigen Abenden für einige Stunden zu öffnen – das kann klappen in der Sternegastro, wenn man, wie das eingangs erwähnte Alchemist, einen Sponsor mit so richtig tiefen Taschen hat. Aber für

bindi DEUTSCHLAND GmbH
präsentiert:

Italiens Originale

Seit über 25 Jahren im Sortiment:

bindi
1946

MAESTRI DEL DESSERT

Anspruchsvolle italienische
Pâtisserie-Handwerkskunst

Ab März im Portfolio:

**FORNO
d'ASOLO**

Hochwertige süße
und herzhaft Backwaren

Entdecken und verkosten
Sie unser vielfältiges
TK-Sortiment für 24/7
italienisches Lebensgefühl!

**INTER
NORGA**

Halle A1,
Stand 422

bindi.de | bindi.at





Europas größter Food Hub

Der neue kulinarische Treffpunkt in Berlin?

Man nehme mehr als 20 verschiedene Restaurants, füge rund 950 Sitzplätze, diverse Event-Flächen in hipper Umgebung sowie ein wechselndes Kulturprogramm hinzu und serviere 365/7 eine kulinarische Vielfalt, die einmal um die Welt reicht – das ist das neue Lifestyle-Konzept „Manifesto“ in Berlin. *Text: Karoline Giokas*



Über 20 Jahre lang war der Potsdamer Platz ein unbelebter und unbeliebter Ort Berlins. Damit ist seit Ende 2022 Schluss. Denn noch im Dezember hat der Manifesto Market seine Pforten geöffnet und bietet seitdem auf rund 4.400 Quadratmetern mit 22 Restaurants und vier Bars eine qualitätsbewusste Cuisine, die von Südostasien über Europa bis hin nach Lateinamerika entführt.

Mehr als ein Food-Court

Ihren Ursprung hat die Marke „Manifesto“ in Prag. Hier hatten der amerikanische Unternehmer und Architekt

Martin Barry und seine Partnerin Holie Lin 2018 den ersten Food Hub eröffnet. „Mit Manifesto Market wollen wir gewöhnliche Orte neu erfinden und sie in einzigartige Begegnungsorte verwandeln, an denen die Menschen nicht nur erstklassiges Essen und Trinken, sondern auch Kultur und Unterhaltung genießen können“, erklärt Barry die Vision für sein Konzept.

Nach inzwischen zwei weiteren Standorten in der tschechischen Hauptstadt soll der erste deutsche Rollout auf dem Potsdamer Platz in Berlin nun sowohl Einheimische als auch Besucher an-

sprechen. „Die deutsche Food-Szene ist international, vielfältig und anspruchsvoll. Genau wie wir persönlich auch, schätzen die Menschen hier die kulinarische Szene – und reisen dafür sogar extra nach Berlin, eine Stadt, die mit über 20 Sternerestaurants bekannt für ihr breites Spektrum an spannendem Essen ist“, erklärt Barry die Wahl zum ersten Standort in Deutschland.

Wer darf mitmachen?

Das Berliner Manifesto ist Teil der neuen Potsdamer Platz Arkaden „The Playce“ und soll im Stil einer Markthalle unabhängige Köche und Restaurants



Was die Branche bewegt ...

HDV-Frühjahrstagung findet erstmals im neuen Format statt.

Zwei Tage, zehn Verbände, unzählige spannende Themen – statt zur alljährlichen Frühjahrstagung lädt die Hoteldirektorenvereinigung Deutschland (HDV) im März zum Branchentag der Profis ein. Auch der Veranstaltungsort lässt Großes erahnen: Im Europa-Park in Rust will die gesamte Branche einen Zusammenschluss zelebrieren, den es in dieser Form noch nie gegeben hat.

Nur gemeinsam sind wir stark“ – mit einem neuen Veranstaltungsformat werden die HDV und ihre Netzwerkpartner dieses Motto ab sofort nicht nur lautstark proklamieren, es soll auch direkt mit Leben gefüllt werden. Und so steht der Europa-Park in Rust vom 24. bis 26. März ganz im Zeichen der Hospitality-Branche. Insgesamt zehn führende Verbän-

de sind dem Ruf der HDV gefolgt, um auf dem Branchentag der Profis gemeinsam aufzutreten. Mit dabei sind der Dehoga, die Denkfabrik Zukunft der Gastwelt, die Deutsche Barkeeper-Union, Fair Job Hotels, das Frauennetzwerk Foodservice, das Institute of Culinary Art, der Leaders Club Deutschland, die Selektion Deutscher Luxushotels und der Verband der Kö-

che Deutschlands. Als Vertreter der Politik nimmt Dieter Janecek MdB, neu ernannter Koordinator der Bundesregierung für die maritime Wirtschaft und Tourismus, teil.

Themen der Profis stehen auf der Agenda

Der Titel des Branchentags lautet „Was die Branche bewegt – Themen



Statt zur traditionellen Frühjahrstagung treffen sich die HDV-Mitglieder in diesem Jahr zum neuen Branchentag.

der Profis“. Wer dabei nur an Fachkräftemangel, Krisen und Inflation denkt, der wird überrascht sein, welch buntes Potpourri an Inhalten die Teilnehmer erwartet – dargeboten in Vorträgen, Interviews, Podiumsdiskussionen und Keynotes. Dabei hat das Programm zahlreiche Highlights zu bieten: Die Vertreter der beteiligten Verbände präsentieren Lösungsansätze und inspirieren mit den Inhalten Mitglieder und Nachwuchskräfte.

Die dabei gebotene Themenvielfalt reicht von der wegweisenden Fraunhofer-Studie „360 Grad Gastwelt“ über die Frage, wie „Hidden Luxus“ heute geht, bis hin zu wichtigen HR-Themen, zum Beispiel zu der Frage, ob Mitarbeiterbindung durch Bildung funktioniert oder warum die Zukunft weiblicher wird.

12. Deutscher Hotelnachwuchs-Preis

Ein weiteres Highlight der Veranstaltung ist die Verleihung des 12. Deutschen Hotelnachwuchs-Preises. 2023 präsentieren sich die drei Endrunden-Kandidatinnen und -Kandidaten allen Netzwerkpartnern, die zum ersten Mal gemeinschaftlich über die Gewinnerin oder den Gewinner abstimmen. Als Hauptpreis winkt nicht nur der begehrte Titel, sondern auch ein Sommerkurs an der angesehenen Cornell University in den USA. Darüber hinaus vergibt die IST-Hochschule für Management eine berufsbegleitende Weiterbildung „Bachelor Hotel Management“ (alternativ als Master). Weiterhin erwartet den Sieger oder die Siegerin eine einjährige beitragsfreie HDV-Mitgliedschaft. Die Zweitplatzierten nehmen an einem individuellen Management-Training an

der Hotelschool The Hague im niederländischen Den Haag teil. Alle Finalteilnehmer erhalten eine Einladung zur Gala „Hotelier des Jahres“ und zum Deutschen Hotelkongress 2023 in den Europa-Park in Rust.

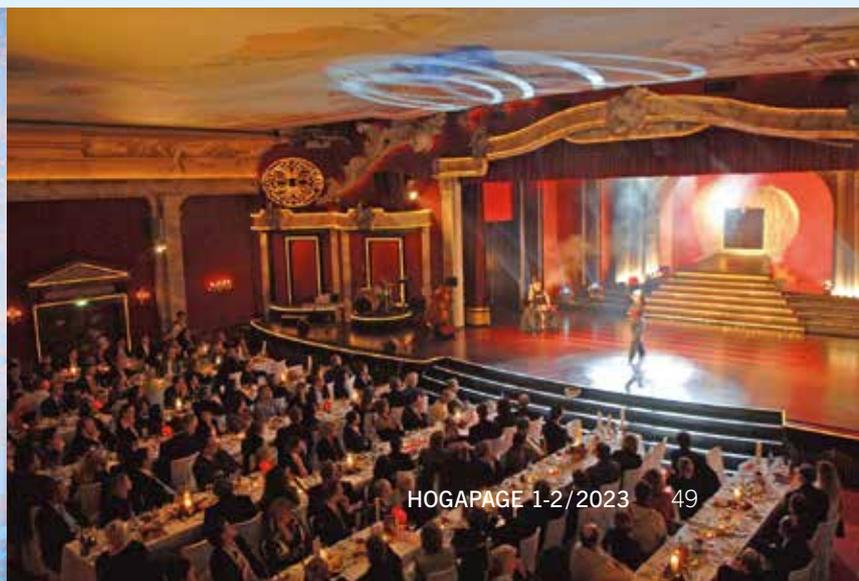
Eine starke Allianz

Die Idee hinter dem bis dato einmaligen Branchen-Event fasst HDV-Chef Jürgen Gangl wie folgt zusammen: Mit dem Schulterchluss wollen die Netzwerkpartner ein starkes Zeichen setzen, um die Branche für Mitarbeiter sowie junge Talente wieder interessant zu machen. „Die Erstauflage“, verspricht Jürgen Gangl, „soll ein inspirierender Auftritt für die Gastwelt in Deutschland werden.“ (siehe Interview ab Seite 50) Es darf also mit viel Zuversicht und Vorfreude auf die diesjährige Premiere geblickt werden.



Jürgen Gangl, 1. Vorsitzender der HDV, versammelt die Branche im März in Rust.

Frühjahrstagung 2022





**„Die Welt dreht sich
schneller, das müssen
wir auch“**

BdS unterstützt Ausbilder bei den Herausforderungen des Alltages

Wer kennt es nicht, das Gefühl, von der Uhr gejagt zu werden. Es gibt jedoch Wege, sich selbst und die eigene Zeit besser zu organisieren. „Zeit- und Selbstmanagement“ ist hier das Stichwort. Unter diesem Motto stand im Herbst 2022 auch der Workshop des jährlichen Ausbildertreffens des BdS. *Text: Karoline Giokas*

Einmal im Jahr lädt der Bundesverband der Systemgastronomie alle Ausbildungsverantwortlichen in der Systemgastronomie zum Ausbildertreffen ein. Ziel der Veranstaltung ist es, die Vernetzung der Teilnehmer sowie die Weiterentwicklung der Ausbildung zu fördern. 2022 kamen hierzu wieder zahlreiche Ausbilder, Berufsschullehrer sowie IHK-Vertreter aus ganz Deutschland in München zusammen.

Zeit fehlt immer

Seit 2018 findet im Rahmen des BdS-Ausbildertreffens zudem ein Ausbilderworkshop statt – diesmal unter dem Motto „Wann soll ich das denn noch machen? Zeit- und Selbstmanagement für Ausbildungsverantwortliche“. Geleitet wurde er von Andy Lüdemann, einem bundesweit anerkannten Experten für betriebliches Lernen und Lernen mit digitalen Medien. Mit den 30 Teilnehmern nahm er die „Ressource Ich“ unter die Lupe, vermittelte ihnen wertvolle Kenntnisse über Selbst- und Zeitmanagement, Resilienz und Achtsamkeit, gab ihnen aber auch Strategien sowie Werkzeuge an die Hand, um mit Stress, wenig Zeit und vielen Aufgaben umzugehen.

Was bedeutet Stress?

Zunächst galt es, die stärksten Stressoren und Zeitfresser herauszufinden. „Stress beginnt heute nicht erst mit Betreten der Arbeitsstätte“, betonte Lüdemann. Schon beim Frühstück wandere der Blick auf das Handy, die ersten Mails werden gecheckt, die neuesten Instagram-Feeds überflogen und Whatsapp-Nachrichten geschrieben.

Dazu gesellen sich dann womöglich noch familiäre Spannungen, die Straßen auf dem Weg zum Büro sind wieder mal überfüllt, und dort angekommen streikt vielleicht die Technik. Auch die Workshopteilnehmer hielten ihre ganz persönlichen Stressoren und Zeitfresser in einer Schlagwortwolke fest – und die zeigt eine große Bandbreite, von Problemen innerhalb der Familie über bürokratisch aufwendigen Papierkram und digitale Überlastung bis hin zu dauernden Unterbre-

chungen, fehlendem Personal und kurzfristige Ausfällen. „Private Stressoren halten sich in den meisten Fällen mit beruflichen die Waage“, stellte Lüdemann hierbei fest.

Alles wird schneller

An sich ist Stress etwas Gutes, sorgt er doch in Notsituationen für schnelle Energie und versorgt den menschlichen Körper mit Kraft. „Klar ist aber auch, dass Dauerstress zu schwerwiegenden Folgen wie Herzrasen, Verdauungs- und Schlafproblemen führen kann“, erklärte Lüdemann. Vor allem die fortschreitende Digitalisierung und damit verbunden die vielseitigen Wege der Kommunikation inklusive Social Media machen einen Wandel der Stressoren deutlich – zeitlich betrachtet standen früher erst die familiären Herausforderungen auf dem Tagesplan, dann kamen die beruflichen. Jetzt verschmelzen beide miteinander.

„Gesellschaftlich sind wir an einem Punkt angekommen, an dem wir permanent mit der Angst leben, man könnte etwas verpassen – der ‚Fear of missing out‘. Nicht unbegründet, wird in unserer schnelllebigen Zeit von uns doch schließlich erwartet, permanent dazu- oder umzulernen. Langsamer wird es nicht mehr, wir müssen damit lernen umzugehen.“ Allerdings gebe es Rüstzeug, um mit Stress und den hohen Anforderungen im Arbeitsleben umzugehen.

„Ob Azubi oder Chef – mit Selbst- und Stressmanagement, Resilienz und Achtsamkeit kann man viel tun. Gerade vor dem Hintergrund des Mangels an guten Arbeitskräften sollte man sich bewusst sein, dass die Ressource Mensch gut behandelt werden muss. Gesundheit und Sicherheit in der Arbeit sollten Arbeitgeber und Ausbilder immer im Blick behalten. Lüdemann: „Diese sind in den Ausbildungsberufen durch die Standardberufsbildpositionen verpflichtende Vorgaben.“

Sind es vielleicht nicht nur die geforderten Arbeitsaufgaben, die einen stressen, sondern auch die selbst geforderte Arbeitsleistung? Sind hier die

eigenen Ansprüche zu hoch? Auch darüber lohne es sich nachzudenken. Speziell im Ausbildungsbereich kann Stress zum Beispiel entstehen durch: schwierige Auszubildende, Lehrer- und Ausbilder-mangel, Nachwuchsgewinnung, neue Inhalte und Methoden oder die Digitalisierung.

Prinzipien und Methoden zur Stressvermeidung

Um zu viel Stress in den Griff zu bekommen, sei vor allem eine gesunde Portion der Selbsterkenntnis vonnöten – und die ist laut Lüdemann

Vier Leitsätze von Andy Lüdemann, mit denen sich zu viel Stress verhindern lässt:

- 1.** „Ich kümmere mich selbst darum, dass ich mich weiterentwickle, dass ich weiß, was ich zu tun habe, und meine Aufgaben im Griff habe – ich betreibe Selbstmanagement.“
- 2.** „Ich nutze die mir zur Verfügung stehende Zeit, so gut ich kann. Mit Zeitmanagement koordiniere ich die knappe Ressource Zeit im Rahmen meines Selbstmanagements.“
- 3.** „Aus viel wird nicht wenig werden und oft ist mehr zu tun als schaffbar ist. Um das in den Griff zu bekommen, versuche ich, mich nicht stressen zu lassen beziehungsweise meine Gelassenheit, meine Reaktion und meine Resilienz zu stärken.“
- 4.** „Und um an den richtigen Stellen auch mal zum Durchatmen zu kommen und die Situation neutraler und bewusster zu betrachten, ist es gut, dass ich das Thema Achtsamkeit für mich entdeckt habe.“

Food-Trends 2023



Was landet in diesem Jahr auf den Tellern?

Manches ändert sich nicht: Nachhaltigkeit, Veganes und der Grill bleiben wichtig. Neues ist an Bord gekommen. Nachstehend haben wir zwischen Kaufkraft, Prognosen des Zukunftsinstituts und Wackelpeter (!) die größtmögliche Bandbreite an Themen aufgegriffen.

Text: Gabriele Guetzer

Erneut hat die Hospitality-Branche ein durchwachsendes Jahr gemeistert. Wie geht es kulinarisch nun weiter? Was ist gefragt?

Trend 1: Gewürzeinsatz bei BBQ und Grill

Waren es im letzten Jahr unbekanntere Fleischanschnitte, die sich neben fleischfreien Alternativen als Trend auf dem Feuer erwiesen, könnte es in diesem Jahr die ausgefeilte Würzkunst sein. Ein gutes Stück Fleisch, ganz klar, braucht eigentlich nicht mehr als ein bisschen Pfeffer und Salz. Aber dafür muss der Gast ja nicht ins Restaurant. Ein gutes Händchen für Gewürze zeichnet den Profi aus. Dabei kann das Grundprodukt ruhig Convenience sein, bestes Beispiel: Thai-Pasten. Sie eignen sich zum Marinieren oder Abschmecken, von Grillhähnchen bis Grillpaprika. Veredeln lassen sie sich mit frischen Kräutern oder Kräuterdressings. Auch Südkorea lohnt den Blick – die dortigen BBQ-Künste sind weltbekannt. Gochujang, eine chili-basierte Creme mit Räucheraroma, Umami-Flavour und dezenter Süße sowie zurückhaltender Schärfe, eignet sich auch für Grillgemüse oder Tofu.

Trend 2: Die Fischköpfe kommen

Nach einer aktuellen Umfrage (YouGov im Auftrag der DPA, 3. Januar 2023) ist und bleibt die deutsche Küche bei der



Gut gewürztes Fleisch ist in – dabei darf Convenience zum Einsatz kommen.

bevölkerungstechnisch dominanten Gruppe der Ü55 der Renner. Nicht die lifestylige Großstadtküche ist gemeint, sondern Gutbürgerliches. Wie gut sich beides auch zukunftsweisend kombinieren lässt, zeigt längst der Süden des Landes. Doch immer mehr Gastwirte

EIN GUTES HÄNDCHEN FÜR GEWÜRZE ZEICHNET DEN PROFI AUS. DABEI DARF GERN FERTIGES WIE PASTEN ZUM EINSATZ KOMMEN.

und Produzenten im Norden holen auf. Das Berggasthaus Niedersachsen hält seit 2016 einen Bib Gourmand und ist im Gault&Millau mit 15 Punkten ausgezeichnet. Konfirmationen, Damenkränzchen, Ausflügler, Gourmets – so sieht das Publikum aus, das Chefkoch und Inhaber Oliver Gerasch in einem wunderschön gepflegten und atmosphärischen Terrain bekocht, mit Stan-

dards zwischen Hannoverschem Zungenragout und Tomatenessenz mit Ricottaklößchen.

Produkttechnisch rüsten die Nordlichter ebenfalls auf, beispielsweise die vier Jungs von „Neue Meere“. Auf dem platten Land betreiben sie eine Garnelenzucht, schreiben ein professionelles Online-Magazin und vernetzen sich mit anderen Leuchttürmen des Nordens wie Jens Rittmeyer für Events und Kochboxen. Logischerweise können und wollen sie mit ihren White Tigers nicht mit den Preisen im LEH konkurrieren, sondern setzen auf die Gastronomie und Gourmets, die im Minishop einkaufen gehen. Auch streben sie Partnerschaften mit anderen Zuchtanlagen an.

Trend 3: Fastfood – Da setz di nieder!

Auf der Straße Sandwich mümmeln – dass so was nicht nur der Verdauung schadet, sondern hygienisch grenzwertig ist, ist seit Corona bekannt. Aber



winterhalter®



www.winterhalter.de/glaeserspuelen

The Home of Glasswashing

Perfekt gespülte Gläser. Sauber und brillant glänzend. Gläserspülen ist die Königsdisziplin des Spülens und hat bei Winterhalter eine lange Tradition: Bereits im Jahr 1969 entwickelten unsere Ingenieure eine erste Gläserspülmaschine. Seither wurde das Spülen von Gläsern immer weiter perfektioniert: bis hin zur heutigen Systemlösung aus Gläserspülmaschine mit variabler Spüldruckanpassung VarioPower, Wasseraufbereitung, Spülchemie und Korb.

Der Weg zu mehr Mehrweg

Neues Jahr, neue Regeln: Seit Anfang 2023 muss die Außer-Haus-Gastronomie Mehrwegverpackungen anbieten

770 Tonnen Verpackungsmüll entstehen allein in Deutschland durch Einwegverpackungen. Nicht etwa pro Jahr, sondern pro Tag. Um für nachhaltigere Verpackungen zu sorgen, hat die deutsche Bundesregierung deshalb zum Jahresstart 2023 eine Mehrwegpflicht für die Gastronomie eingeführt. Was bedeutet dies für Gastronomen?

Text: Michael Eichhammer

Für die Umwelt ist das neue Mehrweggesetz eine gute Nachricht. Doch für Gastgeber bedeutet es einen Mehraufwand. Der erste Schritt ist, sich gut über die Änderungen zu informieren, die bereits ab dem 1. Januar

2023 in Kraft getreten sind. So wie sich mehrere Systeme für wiederverwendbare Coffee-to-go-Becher in der Praxis durchgesetzt haben, soll dies in Zukunft auch für andere Außer-Haus-Verhältnisse gelten. Bereits seit Juli 2021 sind die Herstellung und der Handel mit Wegwerfprodukten aus Plastik in der EU verboten. Dies umfasst auch To-go-Becher und Einweg-Lebensmittelbehälter aus Styropor. Seit 2023 dürfen Gastronomen zwar weiter Einwegbehälter für Speisen und Getränke anbieten, wenn diese aus nachwachsenden Rohstoffen wie Palmblättern und Pappe bestehen, müssen aber seit Januar Mehrwegbehälter für Getränke und Speisen als Alternative anbieten.

Neue Regeln im Detail

„Wir waren erstaunt, dass 63 Prozent der Befragten sich kaum, gar nicht oder unzureichend über die Inhalte und Auswirkungen des neuen Verpackungsgesetzes informiert fühlen“, berichtet Axel Gelhot, Marketingchef bei der Duni Group, nach einer Umfrage unter Gastronomen. Über die Hälfte der Betriebe hatten noch im September 2022 keine konkrete Lösung für die anstehende Umstellung gefunden. Es sei „noch viel Aufklärungsarbeit und Hilfestellung nötig“, so Gelhot.

Die deutsche Verpackungsnovelle ist die erste in dieser Form in Europa - in der Hoffnung, dass dieses Beispiel Schule machen wird. Festgelegt im Verpackungsgesetz sind Regularien, die Gastronomen kennen müssen. Damit Mehrweg und Einweg die gleichen Chancen auf Akzeptanz bei der Kundschaft haben, dürfen Essen und Ge-



Welches Material darf es sein? Auswahl von Edelstahl über Kunststoff bis hin zu Glas gibt es reichlich – reine Geschmackssache.



tränke in Mehrweg nicht teurer sein als in Einwegverpackungen. Auf Mehrwegverpackungen darf aber ein Pfand erhoben werden. Betriebe müssen die Mehrwegverpackungen, die sie ausgeben, auch wieder zurücknehmen. Schmutzige müssen sie getrennt sammeln, sie dürfen nicht in die Nähe von Lebensmitteln gestellt werden. Gut sichtbare Informationen zum Thema müssen im Betrieb angebracht und für die Kunden gut lesbar sein.

Ausnahme bestätigt die Regel

Wie immer im Leben gilt auch für die Mehrwegangebotspflicht: keine Regel ohne Ausnahmen. Im „Kleingedruckten“ der Mehrwegangebotspflicht ist zu lesen: „Ausgenommen von der Pflicht sind kleinere Betriebe.“ Was „klein“ ist, hat die Bundesregierung wie folgt definiert: Von der Pflicht zum Mehrweg-Verpackungsangebot ausgenommen sind „kleine Betriebe –

etwa Imbissbuden – mit maximal fünf Beschäftigten und maximal 80 Quadratmetern Verkaufsfläche“. Kleine Betriebe sind allerdings ebenfalls in einer Bringschuld: Sie sollen ihren Kunden die Möglichkeit bieten, Speisen und Getränke in selbst mitgebrachten Behältern abfüllen zu können.

Über diese Möglichkeit muss der Kunde auf „gut sichtbaren und lesbaren Informationstafeln“ aufgeklärt werden. Der Gastronom ist dafür zuständig, dass die geltenden Hygienebestimmungen beim Befüllen der Kundengefäße eingehalten werden.

Chancen für den Gastronomen

Wer nun als Gastronom seufzt, übersieht die Chancen, die in dem Wandel stecken. Zum einen wächst bei den Kunden das Bewusstsein für Nachhaltigkeit deutlich. Damit einher geht der kritische Blick der Kunden auf den Um-

GASTRONOMEN, DIE SICH REGELKONFORM UND TRANSPARENT VERHALTEN, KÖNNEN DIES ALS KOSTENLOSE IMAGE-KAMPAGNE FÜR SICH NUTZEN.

gang der Gastgeber mit dieser Thematik. Gastronomen, die sich regelkonform verhalten und dies nach außen transparent zeigen, können dies als kostenlose Image-Kampagne für sich nutzen und sich als Unternehmen darstellen, welches umweltbewusst für eine nachhaltige Zukunft agiert.

Zudem kann man Geld einsparen – zumindest langfristig. Ein Mehrweggefäß ist zwar in der Anschaffung teurer als eine Einwegverpackung, kann dafür aber mehrere hundert Male eingesetzt werden. Auch bedeutet das neue

Für alle (Jahres)zeiten gewappnet

Terrassen & Co. nicht nur für den Sommer clever gestaltet

Outdoor-Bereiche sind Umsatzgaranten – umso mehr, wenn sie durchdacht gestaltet sind. Wir haben uns umgehört, mit welchen Ideen und Konzepten Sie Ihre Gäste an der frischen Luft begeistern können. Lassen Sie sich inspirieren! *Text: Sebastian Bütow*



Außenbereiche mit weißen 08/15-Stapelstühlen aus Kunststoff und riesigen Sonnenschirmen, womöglich noch mit Brauerei- oder Zigarettenwerbung bedruckt, erfüllen sicherlich ihren Zweck – originell sind sie definitiv nicht. Ihr zunehmendes Verschwinden steht symbolisch dafür, dass immer mehr Gastronomen und Hoteliers erkannt haben, wie sehr es sich lohnt, aus dem Outdoor-Potenzial das Maximale herauszuholen und echte Wiedererkennungswerte zu erschaffen, zumal dieser Bereich

heutzutage nicht mehr nur während der Sommermonate eine entscheidende Rolle für den wirtschaftlichen Erfolg spielt.

Als Thomas Hörl Regional Director der Azure Hotels war, ließ er die Außenbereiche eines Hotels am Berliner Alexanderplatz alle drei Jahre komplett neu gestalten. „Die Leute sind gelangweilt von immer gleichen Hotelterrassen, an bestimmten Standorten sollte man sich abheben von der Konkurrenz“, findet er. „Ich habe mich immer

wieder inspirieren lassen, vor allem auf Messen.“ Oft erscheint die Outdoor-Gestaltung sehr einheitlich, benachbarte Cafés und Restaurants unterscheiden sich bisweilen nur durch die Farbe der Schirme voneinander.

„Ich finde es klasse, wenn es Outdoor-Locations gelingt, eine jahreszeitliche Atmosphäre zu kreieren: im Winter eine Hütte für die Weihnachtsfeier, im Sommer dann eine Beach-Bar“, sagt Hörl. Generell beobachtet er, dass Berliner Hotels

Willkommen deutschen



Wie sich die weiße Stadt am Meer zum
Lifestyle-Resort entwickelte

Es blickt auf eine lange Historie zurück, beherbergte bereits die mächtigsten Menschen der Welt und ist als Luxushotel an der deutschen Ostseeküste bekannt wie kaum ein anderes: das Grand Hotel Heiligendamm im ältesten Seebad Kontinentaleuropas. *Text: Karoline Giokas*



Fotos: Grand Hotel Heiligendamm

in den Hamptons

Im Jahr 2007 ging ein Foto um die Welt: Im Rahmen des G8-Gipfels hatten die damalige Bundeskanzlerin Angela Merkel (CDU) und ihre Staatsgäste in einem sechs Meter breiten Strandkorb Platz genommen und lächelten um die Wette. Die Location:

eine Wiese auf dem Areal des Grand Hotel Heiligendamm in Bad Doberan. „Das politische Treffen hat dafür gesorgt, dass wir international deutlich an Reputation gewonnen haben“, erklärt Direktor Thies Bruhn, der seit 2019 die Geschicke des Grand Hotel

Heiligendamm leitet. Vor seinem Wechsel war Bruhn rund 30 Jahre für Kempinski tätig. Seine Mission für das traditionsreiche Resort: „Meine strategische Neuausrichtung umfasst, Heiligendamm zu einem angesagten Lifestyle-Resort zu entwickeln.“



10 FRAGEN AN

... *Merlin Sandmeyer*

„Mir gefällt, wenn Hotelzimmer etwas persönlicher eingerichtet sind. Idealerweise fühle ich mich wie zu Hause.“

Vor allem die jüngere Generation lacht sich schlapp über den Streaming-Hit „Die Discounter“. In der derben Amazon-Comedy über die durchgeknallte Belegschaft eines Hamburger Supermarkts zählt der sonderbare Sicherheitsbeauftragte Jonas alias Merlin Sandmeyer zu den herausragenden Akteuren. Bevor der 32-Jährige für die Serie entdeckt wurde, eroberte er deutschsprachige Theaterbühnen, darunter das berühmte Wiener Burgtheater. Mittlerweile kann sich seine Agentin kaum retten vor Anfragen für Film- und TV-Projekte. *Interview: Sebastian Bütow*

*Die Poké
Bowl im
Exklusiv-
Interview*



VORSCHAU

Das nächste HOGAPAGE-Magazin erscheint am 03. Mai 2023



Special: Kaffee, Tee & Co.

Vom Superfood Latte bis zum Cheese Tea – den Heißgetränke-Kreationen sind keine Grenzen gesetzt. Oder doch? Gäste sind preissensibler geworden. Gastronomen sollten daher das Budget stets im Blick haben.

Mit Taktgefühl führen

Ob Hotel oder Gastronomie – Betriebe brauchen gute Führungskräfte, um Erfolg zu haben, aber auch Mitarbeiter, die einem Konzept folgen. Wir verraten, was man sich für eine professionelle Leitung von einem Dirigenten anschauen kann.

Außerdem

- Trendige Ideen für Ambiente & Tafel
- Premium Convenience in Zeiten des Mitarbeitermangels
- EDV- und Kassensysteme

HOGAPAGE-Jahresabo – zum Lesen oder Verschenken

Ihre Abo-Vorteile:

- **Liefergarantie** – keine Ausgabe verpassen
- **12 Monate HOGAPAGE** – für nur 41,40 Euro*
- **Versandkostenfrei** – jedes Heft frei Haus erhalten

Bestellung per Bestellformular auf www.hogapage.de/magazin/abonnieren, per E-Mail an magazin.hogapage@buhl-gruppe.de oder per Tel. +49 821 319470-700.

*Jahresabo (6 Ausgaben): 41,40 Euro pro Jahr inkl. MwSt. und Versand in Deutschland. 51,40 Euro pro Jahr inkl. MwSt. und Versand bei Lieferung im EU-Ausland und 68,40 CHF pro Jahr inkl. Versand bei Lieferung in die Schweiz.



Ausgabe 4/2022



Ausgabe 5/2022



Ausgabe 6/2022

IMPRESSUM

Herausgeber:

Charlotte Buhl, Hermann Buhl

Verlag (Firmensitz):

HOGAPAGE Media GmbH, Alfred-Nobel-Str. 9, 86156 Augsburg, Deutschland
Tel.: +49 821 319470-700
magazin.hogapage@buhl-gruppe.de
Amtsgericht Augsburg, HRB 33096

Geschäftsführer:

Daniela Müller

Objektleitung und Chefredakteurin (V.i.S.d.P.):

Daniela Müller

Stellv. Chefredakteurin:

Karoline Giokas

Redaktion:

Wolfgang Bublies, Sebastian Bütow, Astrid Filzek-Schwab, Michael Eichhammer, Andrew Fordyce, Gabriele Guetzer, Frank Simmeth, Jean-Georges Ploner
Tel.: +49 821 319470-788, Fax: +49 821 319470-799
magazin.hogapage@buhl-gruppe.de

Grafik/Layout:

MARC ANTÓN Medien KG,
86368 Gersthofen

Web:

Heiner Anwander

Sales-Team Deutschland/Österreich/Schweiz:

Roland Estevens Tomaz, Thomas Hodermann, Stefanie George-Kersting
Tel.: +49 821 319470-777, Fax: +49 821 319470-799
magazin.hogapage@buhl-gruppe.de

Bankverbindung:

HOGAPAGE Media GmbH
Stadtsparkasse Augsburg
IBAN: DE 91 7205 0000 0252 0815 67
BIC: AUGSDE77XXX

Erscheinungsweise:

Das HOGAPAGE-Magazin erscheint 5x pro Jahr.

ISSN: 2197-5485

IVW-gepr. Druckauflage:

Der Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. angeschlossen

Verteilung:

Postversand an Unternehmen der Hotellerie & Gastronomie in Deutschland, Österreich und der Schweiz



Druck:

Mayr Miesbach GmbH
Am Windfeld 15
D-83714 Miesbach

Druckverfahren: Offset-Druck



Alle veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Kein Teil des Magazins darf ohne schriftliche Zustimmung des Verlags vervielfältigt oder verbreitet werden. Das gilt vor allem für gewerbliche Vervielfältigung per Kopie oder CD-ROM und Aufnahme in elektronische Datenbanken. Für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Zeichnungen wird keine Haftung übernommen. Beiträge, die mit vollem Namen gekennzeichnet sind, geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder. Veröffentlichungen von Fotos/Bildern können im Print und im Internet aus drucktechnischen Gründen voneinander abweichen.

Liebe Leser, hat Ihnen das Magazin gefallen?

Wünsche, Kritik oder Anregungen richten Sie bitte an unsere Redaktion:

magazin.hogapage@buhl-gruppe.de

www.hogapage.de/magazin