

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
Qualitätsanalyse 2023 von jobboersencheck.de –
gewählt von Arbeitgebern und Arbeitnehmern.



Gastro gegen Fremdenhass

Die DNA der Branche kennt keine Herkunft –
jetzt wird Position bezogen 14

**Kulinarisches
Basel rockt!**

Schweizer Stadt der Gegensätze 30

Foodtrends 2024 54

**Jetzt ist Zeit
für Süßes**

Erlebnis beim Dessert 60

Outdoor-Ideen 74

**Landhaus
Stricker, Sylt**

(Genuss-)Insel auf der Insel 86

KI in der Küche 80



Aufbruch durch Innovation

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

wir befinden uns mitten in einer aufregenden Ära – sicher, sie ist geprägt von gewaltigen Herausforderungen, von denen Sie genauso gut wissen wie ich, doch so anstrengend diese auch sein mögen, haben sie auch ihr Gutes. Denn ich kann mich an kaum eine Zeit erinnern, in der ich unsere Gesellschaft und unsere Branche so aktiv erlebt habe, in der die Menschen aufgestanden sind, um gemeinsam für etwas zu kämpfen oder in aller Öffentlichkeit kundtun, etwas Neues wagen zu wollen. Auch wenn das Ergebnis ungewiss ist.

Der stark umkämpfte Fachkräftemarkt lässt Unternehmen ihre Führungsstrategien überdenken, die hohen Unterhaltskosten bringen Gastgeber dazu, sich auf ihre USPs zu fokussieren und die aktuellen Versammlungen gegen die Fremdenfeindlichkeit – einfach beeindruckend, wenn sich, wie in meinem Landkreis, mehrere tausend wildfremde Menschen zusammentun und mit dem Lichtermeer-Schriftzug „nie wieder“ ein Leuchtsignal für die Demokratie setzen. Stellen Sie sich doch mal vor, wie die Hospitality aussähe, wenn sie ohne Mitarbeiter mit Migrationshintergrund auskommen müsste. Da wären die drei Euro mehr für das Schnitzel ganz schnell nur noch eine banale Nebensache!

Wohl nicht treffender könnte in unserer aktuellen Lage ein alter Song der Band „Silbermond“ sein: „In Zeiten wie diesen“ reflektierte den Zustand der Welt und die Verantwortung der Menschheit. „Es ist Zeit neu anzufangen, denn aus Zeiten wie diesen gibt es keinen Notausgang“, hinterfragt die Motive und Handlungen von Individuen in der Gesellschaft. Es legt nahe, statt in Zeiten der Turbulenzen nach einem Ausweg zu suchen, zu neuer Stärke zu finden, Barrieren abzubauen und Herausforderungen zu überwinden.

Lassen Sie uns den Blick daher lieber gemeinsam auf die positive Entwicklung richten, die unsere Branche gerade in rasantem Tempo hinlegt. Einmal mehr haben erst kürzlich die Aussteller der Stuttgarter Intergastra bewiesen, dass beispielsweise KI der Schlüssel zur Transformation der Gastgeberwelt sein kann. Und wer weiß, womit die kommende Internorga erst aufwarten wird? Lassen Sie uns gemeinsam die Zukunft der Hospitality gestalten und eine Welt schaffen, in der Gastfreundschaft zum Synonym für Fortschritt und Exzellenz wird! Ich sage nur: Willkommen in einer neuen Ära der (Gastro-)Welt!

Herzlichst
Ihre

Karoline Giokas
Chefredakteurin



Matthias Gröber

Die DarkNitro Serie

**ULTIMATIV
MARKANT
STARK**

Messer . Werkzeuge
Wetzstähle . Schleifmaschinen

www.dick.de

INHALT

ENTRÉE

Info-Häppchen und Neues 8

Ploners Gastro-Kolumne

Mehr Mut zu

Feiertagspreisen..... 9

Recht so

Arbeit auf Abruf..... 10

TITELSTORY

Gastro gegen

Fremdenfeindlichkeit

Die DNA der Branche

kennt keine Herkunft 14



Basel hat die
Qual der Wahl

30

SPECIAL

INTERNORGA

Alle zusammen in Hamburg 20

Im Gespräch mit

Claudia Johannsen 24

Nachhaltigkeits-Trends 26

Messeneuheiten 28

AROUND THE WORLD

Basel rockt!

Zwischen Rheinbude und

Sterneküche 30

BRANCHE INSIDE

Schlimm: wieder 19 statt 7 Prozent

Die Gastronomie sieht sich als

der große Verlierer 36

MANAGEMENT & MARKETING

Generationen in

Einklang bringen

Wie ein Hotel sein Team

zukunftsfähig aufstellt 38

Ausbildungsbetrieb des Jahres

Nachwuchsförderung im ausgezeichneten

Tortue Hamburg 42

Herausforderung Einkauf

Effizientes Einkaufsmanagement

spielt eine entscheidende Rolle für

den Erfolg 44

SYSTEMGASTRONOMIE

BdS-Ausbildertreffen

Erst verstehen wollen, dann

verstanden werden 48

Klartext mit Markus Suchert

Genau das Richtige für

paxisbegabte Azubis 52

Neuer Austragungsort gefunden

Der Teamcup der Systemgastronomie

geht auf Wanderschaft 53



60

Unsere Dessertkreationen geben Impulse

FOOD & BEVERAGE

Neun Food-Trends für 2024

Eine kulinarische Welt

im Wandel..... 54

Pierre Nierhaus

Gastro-Erfolgskonzept für 2024 59

Zeit für Süßes

Pâtisserie-Kreationen

und Desserts..... 60



84

Das Landhaus Stricker auf Sylt wird nachhaltig

Frühlingsgefühle im Glas

Wie vertreiben Bartender die

Gähngelüste des Winters? 66

TECHNIK & EQUIPMENT

Ab jetzt bitte digital

Die digitale Personalplanung

erspart Frust 70

Gemütlich stilvoll

Gastronomieterrassen,

die Gäste begeistern werden 74

Effizienz-Booster für Profi-Küchen

Wie KI Gastronomen

im Alltag hilft 72

KARRIERE & RATGEBER

Erfolgsrezept Kompetenz

Vier Weiterbildungstipps 84

STARS & LEGENDS

Eine (Genuss-)Insel auf der Insel

Ein Fünf-Sterne-Hotel stellt sich

nachhaltig auf..... 84

10 Fragen an ...

... Christian Schulte-Loh 92

Jetzt rede ich!

Das Croissant im

Exklusiv-Interview 94

SERVICE

Editorial 3

Bildungskompass 85

Marktplatz 96

Vorschau / Impressum 98

Gastro gegen *Fremdenfeindlichkeit*

Die DNA der Branche
kennt keine Herkunft



Das Gastgewerbe vertraut auf Beschäftigte aus aller Welt und bezieht klar Position für Demokratie und gegen Fremdenhass

Das ist eindrucksvoll: Deutschland steht auf für Demokratie und gegen Fremdenhass. Mehrfach gingen und gehen Zehntausende, manchmal sogar mehr als 100.000 Menschen, bei Demos in ganz Deutschland dafür auf die Straße. Ausgelöst wurde diese Welle, nachdem Geheimgespräche bekannt wurden, bei denen offenbar Pläne für eine umfassende Remigration geschmiedet wurden. Gegen solche Gefahren eines extremen Rechtsrucks wächst jetzt der Protest, der breit unterstützt wird – auch vonseiten des Gastgewerbes. *Text: Wolfgang Bublies und Daniela Müller*

Kein Wunder, dass sich die Gastro-Branche und ihre Verbände gegen Fremdenhass starkmachen. Schon jetzt kämpfen Gastwirte und Hoteliers massiv mit Personalproblemen, die sich nur mindern lassen, weil auch ausländische Mitarbeitende und solche mit Migrationshintergrund eine zentrale Rolle spielen. Denn ohne Personal aus aller Welt blieben viele Küchen kalt, würde die gastronomische

Nicht nur deshalb lautet die klare Botschaft im Gastgewerbe an alle, die die multikulturelle Gesellschaft hierzulande infrage stellen: Die DNA der Branche kennt keine Herkunft. Entsprechend eindeutig sind aktuelle Aussagen der Verbände und Vereinigungen, die sich grundsätzlich gegen Fremdenfeindlichkeit, Intoleranz und Feinde der Vielfalt richten. Es besteht Übereinstimmung darüber, dass die Rolle ausländischer

oder gegen unsere Grundrechte wenden“. Man verstehe sich „als Gastgeber für alle – unabhängig von Herkunft, Hautfarbe oder religiöser Zugehörigkeit. Wir verurteilen ausländischerfeindliches, rassistisches und antisemitisches Gedankengut“, heißt es. Und weiter: „Wir sind die Branche der Chancen und Integration.“

Dabei bezieht sich der Verband auf Daten des Statistischen Bundesamtes und ver-



“
Ingrid Hartges,
Hauptgeschäftsführerin
DEHOGA

Deutschland ist für viele Menschen mit Migrationshintergrund in unserer Branche ein attraktiver Beschäftigungsstandort und wir müssen uns alle gemeinsam dafür einsetzen, dass dies so bleibt

Vielfalt verloren gehen und müssten Beherbergungsbetriebe geschlossen werden.

Immer nur Pellkartoffeln mit Quark?

Das belegen auch Zahlen und Fakten: Laut Bundesagentur für Arbeit waren zuletzt (die Angaben stammen von Mitte 2023) bundesweit an die 190.000 Köche mit ausländischer Staatsangehörigkeit sozialversicherungspflichtig beschäftigt, was rund 40 Prozent der Gesamtzahl entspricht. In der Tourismus-, Hotel- und Gaststättenbranche kommt jeder dritte Mitarbeitende aus einem anderen Land. Nicht auszudenken, was passieren würde, wenn diese Menschen in ihre Heimat zurückkehrten. Immer nur Pellkartoffeln mit Quark statt ab und an Pizza, Döner und Gyros wäre auf Dauer ganz schön fad.

Kräfte im Gastgewerbe abso-
lut unverzichtbar ist.

DEHOGA für Toleranz und Vielfalt

Der DEHOGA, der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband, tritt „gemeinsam für ein friedliches und respektvolles Miteinander ein und wendet sich gegen jedwede Positionen und Aktivitäten, die sich gegen unsere freiheitliche demokratische Grundordnung richten. Das Gastgewerbe in Deutschland steht für Gastfreundschaft, Toleranz und Vielfalt“ und setzt sich „entschlossen für die Werte unserer freiheitlichen demokratischen Grundordnung ein“. Der DEHOGA verurteilt „Gewalt, Hass, Hetze und Diskriminierung in jeglicher Form sowie sämtliche politischen Aktivitäten, die sich gegen unsere tolerante, vielfältige, offene Gesellschaft

weist darauf, dass das Gastgewerbe mit insgesamt fast 1,1 Millionen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Deutschland den höchsten Anteil sozialversicherungspflichtig Beschäftigter mit ausländischer Staatsangehörigkeit habe, wobei hier die Zahlen stetig ansteigen. Konkrete Daten liefert die Bundesagentur für Arbeit, die zuletzt (Stichtag 30. Juni 2023) 439.821 ausländische Beschäftigte im Gastgewerbe registriert hat, was einem Anteil von 40,1 Prozent entspricht.

2019 lag dieser Satz noch bei 34,7 und 2015 bei 28,8 Prozent. In der Gesamtwirtschaft beträgt der Anteil 15,3 Prozent. Valide statistische Daten zu Personal mit Migrationshintergrund im Gastgewerbe werden nach Kenntnisstand des DEHOGA nicht erfasst.



Sicher kennzeichnen, effizient arbeiten.

Meto: Ihre Lösung für Lebensmittelkennzeichnung.

- **HACCP & LMIV-konform**
- **Optimal für Gastronomie & Retail**
- **Effizient, rechtssicher, benutzerfreundlich**

Perfekt für Küche, Theke, POS. Entdecken Sie Meto.



SPECIAL

INTER
NORGA
2024

Alle zusammen in Hamburg

Das Wichtigste zur INTERNORGA 2024

Termin:

Fr., 8. bis Di., 12. März 2024

Öffnungszeiten:

täglich 10:00 bis 18:00 Uhr

Veranstalter:

Hamburg Messe

Ticketpreise:

Tagesticket: 38,00 €,

2-Tage-Ticket: 55,00 €,

Fachschüler/-student: 22,00 €

Natürlich
erfrischend.

The
ORGANICS
by Red Bull

Große Vorfreude auf das internationale Messtreffen

Vom 8. bis 12. März 2024 wird die Hansestadt wieder zur pulsierenden Metropole und Place-to-be für all jene, die die Zukunft des Außer-Haus-Marktes mitgestalten möchten. Unter dem Motto „Alle zusammen“ können sich Entscheider der Branche von den neuesten Trends und Innovationen überraschen lassen und aktiv an Gesprächsrunden sowie Kongressen teilnehmen. *Text: Karoline Giokas*

Besucher der Internorga 2024 dürfen sich erneut auf zahlreiche Messe-Highlights freuen. Eines der Top-Themen wird in diesem Jahr „Künstliche Intelligenz“ (KI) sein. Ihr widmet die internationale Fachmesse in Zusammenarbeit mit dem Hamburger Netzwerk AI.Hamburg gleich eine ganz eigene Plattform: Im AI Center präsentieren sich innovative KI-Start-ups, die Lösungen vorstellen, mit denen durch den Einsatz von künstlicher Intelligenz Betriebe innovativer, besser, kostengünstiger und effizienter werden – sei es im Bereich Personal, Warenwirtschaft oder Nachhaltigkeit.

Denn KI, darin sind sich Experten einig, wird als Technologie künftig den gesamten Außer-Haus-Markt revolutionieren.

Hier starten Newcomer durch

Ob Ei ohne Huhn, veganer Thunfisch, nachhaltige Destillate aus Kaffeesatz, intelligente Lunchboxen oder ein knoblauchneutralisierendes Erfrischungsgetränk – die zentral und auffällig gelegene Newcomers Area ist im Obergeschoss der Halle B4 wieder Anlaufstelle für alle, die auf der Suche nach ungewöhnlichen und neuen Ideen sind. Besucher erwartet hier ein spannender Mix aus neuen Produkten und Dienstleistungen – zahlreiche Kontakte unter anderem in die Gastronomie, Hotellerie und den Handel sind hier garantiert. Rund zwanzig Unternehmen – von unbekannten Start-ups bis namhafte Traditionsunternehmen – haben jährlich die Chance, an diesem Messehighlight

teilzunehmen, um neue Zielgruppen und Geschäftsfelder zu erschließen. In den vergangenen Jahren nahm hier die eine oder andere Erfolgsgeschichte ihren Anfang.

Zukunft der Ernährung

Zusammen mit der international anerkannten Trendforscherin Karin Tischer beleuchtet die Internorga im Rahmen des FoodZoom 2.0 neue Wege im Außer-Haus-Markt und in der Lebensmittelindustrie. Vor dem Hintergrund von Klimawandel und Tierwohl bietet dabei insbesondere der Trend „Future of Proteins“ Potenzial für eine bedarfsgerechte und gleichzeitig nachhaltige Ernährung, mit der gastronomische Betriebe ihr Angebot erweitern können – denn immer mehr Gäste interessieren sich für



Estrella: Innovatives Glasdesign mit zeitloser Eleganz

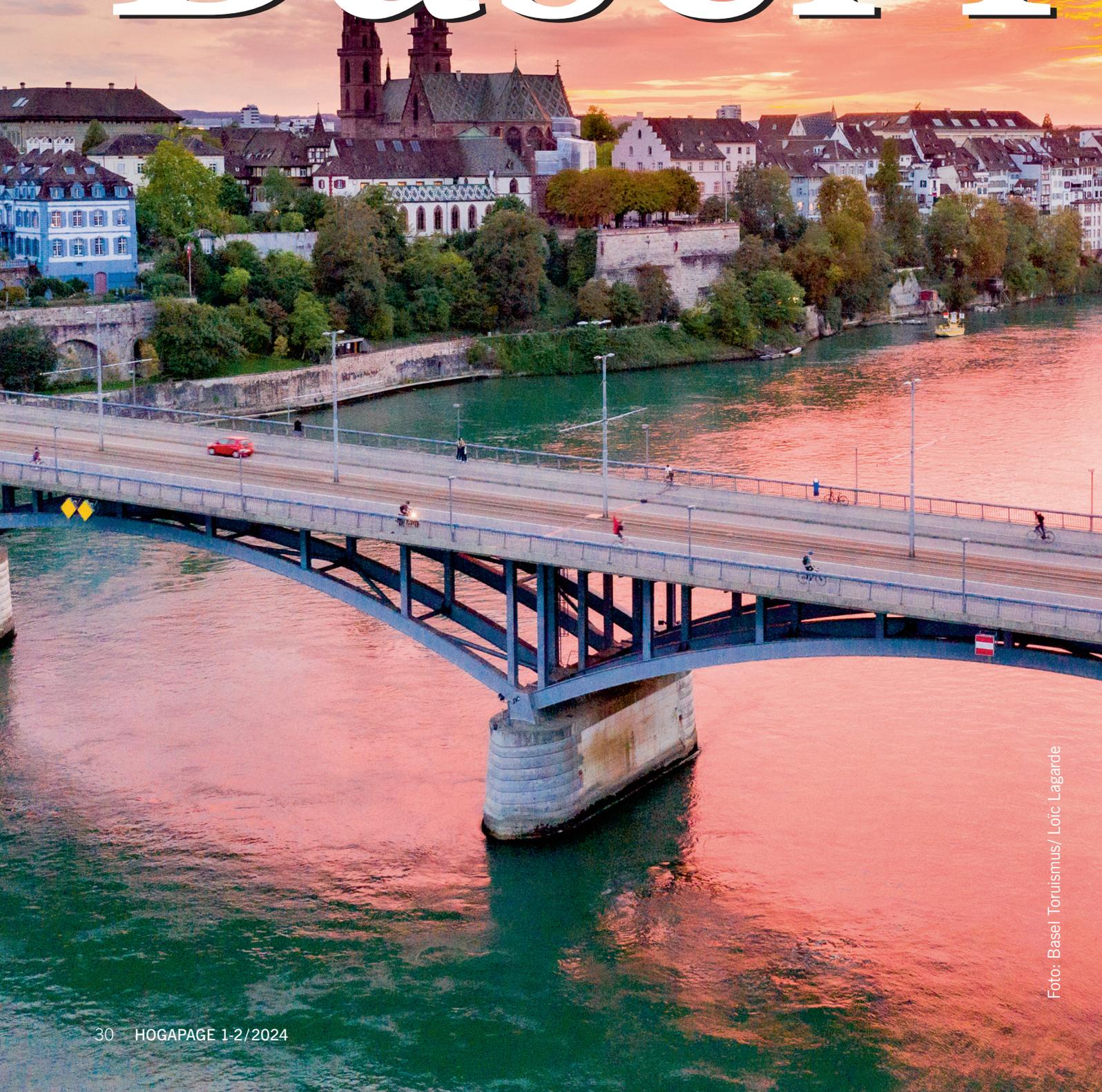


 **ŞİŞECAM**

Pasabahçe Glas GmbH
info_pasabahce_glas@sisecam.com
pasabahce.com
  /pasabahceprofessional

Zwischen Rheinbude und

Basel r



d Sterneküche:

ockt!

Geld ist genug in dieser Stadt,
dank der Pharmakonzerne.
Aber an Geschmack fehlt's
ebenso wenig.

Historisch
und hypermo-
dern, schräg und wer-
tegeprägt, zwischen solchen
Gegensätzen gedeiht die drittgrößte
Stadt der Schweiz bestens. Klassische
Restaurants von Weltrang und moderne
Genusskonzepte existieren Seite an Seite.
Basel ist überdies Grenzstadt und mischt
seiner Schweizer Identität einen Schuss
Frankreich, Deutschland und Internation-
alität bei. *Text: Gabriele Guetzer*

isi[®]

inspiring food.

Science
of
Cooking.



isi Gourmet Whip
+ Professional Chargers

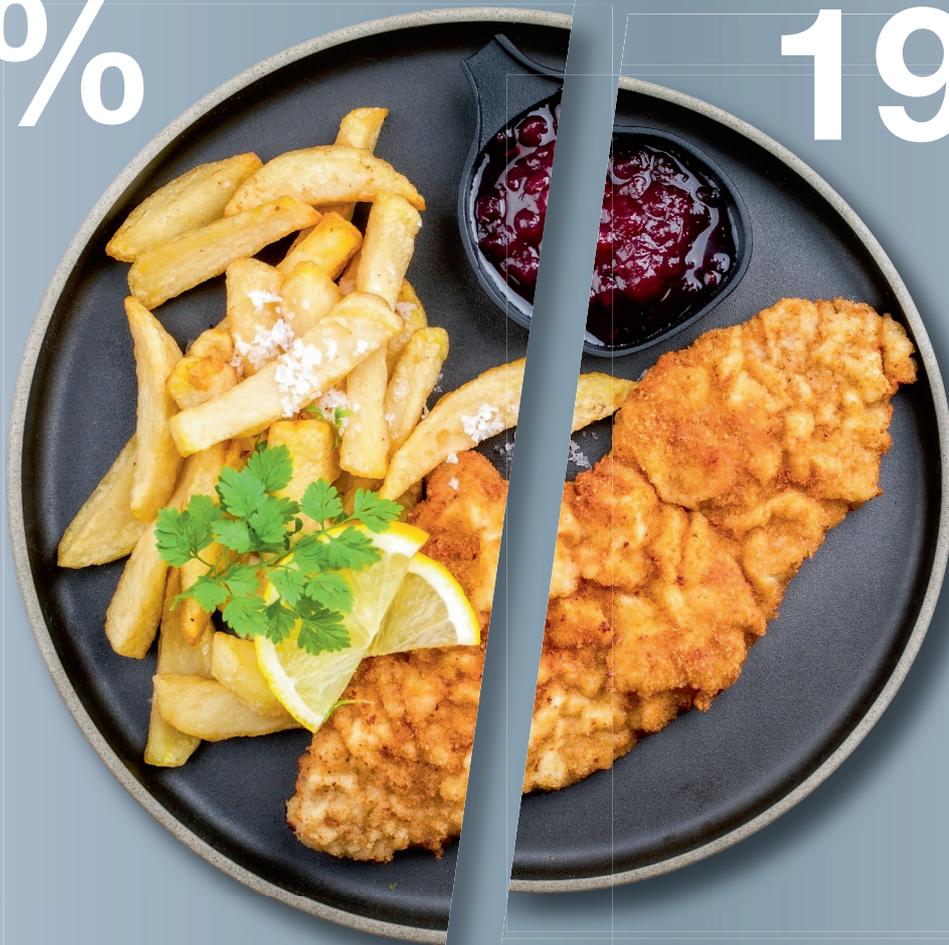
Weitere Infos
und Rezepte
gibt es unter:



www.isi.com/kulinarik

7%

19%



Schlimm: wieder 19 statt 7 Prozent

Die Gastronomie sieht sich als der große Verlierer – will aber weiterkämpfen

19 statt 7 Prozent – alle Bemühungen und Proteste sind (vorerst) gescheitert. Für das deutsche Gastgewerbe gilt seit Anfang 2024 wieder der erhöhte Mehrwertsteuersatz auf Speisen. Wirtsleute und viele Branchenverbände sehen sich als Bauernopfer einer miserablen Finanzpolitik der Ampel-Regierung. Für sie ist das Thema aber nicht vom Tisch... Wie es weitergeht? Hier aktuelle Informationen, eine Nachlese sowie 19 Steuerregeln zum Kopfschütteln.

Text: Wolfgang Bublies

Das Ziel bleibt die einheitliche Besteuerung von Essen mit 7 Prozent. Das sagt Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges vom Deutschen Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA. Aktuell verspricht sie: „Dafür machen wir uns weiterhin unvermindert stark. Wir führen weiterhin Gespräche mit Mitgliedern der Bundesregierung und der Fraktionen. Das gilt selbstverständlich im Bund wie in den Ländern.“ Die einheitliche Besteuerung von Essen mit 7 Prozent müsse auf der politischen Agenda bleiben. Hartges appelliert aber auch an den Zusammenhalt im Gastgewerbe: „Mehr denn je kommt es auf die Geschlossenheit und Solidarität innerhalb der Branche an.“

Es fehlen Branchenvertreter in der Politik

Vorerst müssen Gastronomen aber wieder mit der 19-Prozent-Besteuerung auf Essen zurechtkommen. Ob das klappt? Viele fürchten (und bemerken es bereits schon), dass Gäste ausbleiben, wenn Preise zwangsläufig angehoben werden mussten. Jüngsten Umfragen zufolge wollen deutlich mehr als 50 Prozent der Deutschen jetzt weniger oft essen gehen, zumal die Kaufkraft insgesamt weiter sinkt. Die schlimme Folge davon: Es drohen Firmenpleiten im großen Umfang. Da steht dann unter anderem auch die Frage im Raum, ob sich die Hoffnung der Regierung auf



Die Branche kritisiert Olaf Scholz' Vertrauensbruch aufs Schärfste.

jährlich 3,4 Milliarden Euro mehr Steuereinnahmen (verteilt auf Bund und Länder) letztlich erfüllt, wenn die Gäste fehlen und folglich zahlreiche Lokale schließen müssen.

DASS DAS GASTGEWERBE VERLOREN HAT, LIEGT AN DER MANGELNDEN VER-TRETUNG DER BRAN-CHE IM PARLAMENT.

Bundeskanzler Olaf Scholz, der 2021 (im Wahlkampf) vollmundig versichert

hatte, die 7 Prozent blieben für das Gastgewerbe bestehen, hat wohl auch dies vergessen. Zwischenzeitlich hat er versprochen – das sei nebenbei erwähnt –, es werde trotz der durch das Bundesverfassungsgericht erzwungenen Haushalts-Korrektur keine sozialen Einschnitte geben. Wer's glaubt. Sicher ist nur, dass der Spruch „Was kümmert mich mein Geschwätz von gestern?“, der fälschlicherweise Deutschlands erstem Kanzler Konrad Adenauer zugeschrieben wird, in den Augen vieler auf Scholz zutrifft.

Das Thema Mehrwertsteuer hat nach wie vor viele Facetten und kann auch hier nicht umfassend aufgearbeitet werden. Dass das Gastgewerbe verloren hat, liegt wohl nicht an den engagierten Verbänden. Es fehlt die Hilfe im Parlament, wo sich kaum ein Gastronom findet. Da sitzen beispielsweise mehr Islamwissenschaftler als Wirte und Hoteliers. So viel zum Thema, unsere Abgeordneten sollen das Volk abbilden. Zu den Ungeheimheiten zählen auch viele andere Steuerregelungen.

Beispiele zum Kopfschütteln

7 oder 19 Prozent Mehrwertsteuer, das ist hier (unabhängig von Shakespeare) die Frage, die angesichts der aktuellen und höchst umstrittenen Rückkehr zum höheren Steuersatz in der Gastronomie insgesamt wieder mehr in den Blickpunkt rückt. Die deutsche Mehr-



winterhalter®

MTR | GAMECHANGER.
The best decision for today. And for tomorrow.

Die leistungsstarke MTR setzt einen neuen Standard. Sie meistert bis zu 355 Körbe pro Stunde und zeichnet sich durch ein modulares System aus. Damit kann die Maschine exakt auf die Anforderungen von heute und auf die von morgen zugeschnitten werden. Durch die Möglichkeit der flexiblen Um- und Nachrüstung passt sich die MTR jeder Situation an und garantiert maximale Investitionssicherheit.



www.winterhalter.de/mtr-serie



Generationen in Einklang bringen

Wie ein von der HDV als „Exzellenter Ausbildungsbetrieb“ ausgezeichnetes Hotel sein Team zukunftsfähig aufstellt

Mitarbeiter zu führen will gelernt sein. Ein gezieltes Führungskräfte-Training kann dazu beitragen, eine harmonische Verbindung zwischen erfahrenen Mitarbeitern und der Generation Z zu schaffen – wie das Budersand Hotel Golf & Spa auf Sylt zeigt.

Text: Karoline Giokas

Als Marco Winter vor fünfeinhalb Jahren das Budersand Hotel Golf & Spa auf Sylt als Hoteldirektor übernahm, stand er vor einem enormen Berg an Herausforderungen: Nicht nur galt es das Luxusresort in die nächste Generation zu geleiten, sondern neben den notwendigen Modernisierungen vor allem sicher durch die Corona-Krise zu bringen. Mit insgesamt 140 Mitarbeitern, darunter 19 Azubis, nicht unbedingt ein leichtes Unterfangen.

„Eine unserer wohl bedeutendsten Aufgaben war es, unsere langjährigen, erfahrenen Mitarbeiter, die ich liebevoll ‚alte Hasen‘ nenne, mit der jungen Generation in Einklang zu bringen“, schildert Marco Winter die Aufgabe.

„Unsere jungen Nachwuchskräfte haben heute eine gänzlich andere Erwartungshaltung an ihren Ausbildungsbetrieb sowie andere Bedürfnisse und Ideen an den Job als noch vor zwei Generationen. Durch unsere aktuell digital geprägte Welt wird vieles bunt und überzogen blumig nach außen kommuniziert.“ Oftmals sind falsche Erwartungen beim Start ins Berufsleben dann das Resultat.

Wie ist Generation Z zu verstehen?

Eine Frage, die sich unweigerlich stellt: Wie geht man heutzutage mit solch einem Wandel in der Nachwuchsentwicklung um? „Wir versuchen die jungen Berufseinsteiger mit ihren oftmals unrealistischen Erwartungshaltungen

aufzufangen und nehmen uns alle Zeit, die notwendig ist, um den Nachwuchs in unsere Branche zu holen und zu halten“, erklärt Hoteldirektor Winter. Und Zeit ist bekanntermaßen in einer Branche wie der Hotellerie, die stets von Terminen und zuverlässigem Service getrieben wird, eines der wohl wertvollsten Güter, die man heute investieren kann.

Wie das auch „alten Hasen“, zu denen sich der 46-jährige Hoteldirektor selbst zählt, gelingt, sollten alle 15 Abteilungsleiter des Budersand Hotel Golf & Spa Ende November 2023 erfahren – in einem Coaching durch Bernhard Patter von Diavendo. Dieses war Bestandteil des Preises der Auszeichnung zum

„Exzellenten Ausbildungsbetrieb des Jahres“ von der Hoteldirektorenvereinigung Deutschland, die das Sylter Hotel im Rahmen der HDV-Mitglieder-versammlung im Steigenberger Park-hotel in Braunschweig 2022 entgegen-nehmen durfte.

Kommunikation lernen und trainieren

Die zwei Trainingstage standen ganz unter dem Motto „Schnorcheln & Tau-chen – Die Lust am Führen von Mitar-beitern“. Der Hintergedanke dazu:



lichte, wie wenig eingefahrene Struk-turen von vor zehn Jahren heute noch funktionieren. Ein Beispiel: Früher neigte man dazu, selbst inhaltsträchti-ge Gespräche zwischen Tür und Angel zu führen – das war meist oberfläch-lich, hatte oft wenig Tragweite“, schil-dert Matthiesen. Heute wollen Mitar-beiter gehört, ihre Bedürfnisse (auch private) verstanden werden.

In die Praxis implementieren

Im Rahmen verschiedener Rollenspiele übten die Coaching-Teilnehmer des-



Marco Winter,
Hoteldirektor
Budersand
Hotel Golf
& Spa

Viele junge Menschen sind extrem motiviert, glauben mit einem Schulabschluss in der Tasche bereits, die Welt retten zu können

„Früher neigte unsere Branche sehr dazu, Mitarbeiter nur an der Oberflä-che wahrzunehmen. Um heute jedoch ein einwandfrei funktionierendes Team zu leiten, gilt es, tiefer zu tauchen, den Mensch hinter seiner offiziellen Position im Haus zu kennen und zu be-greifen“, ist sich der Hoteldirektor si-cher. Christian Matthiesen, Marco Winters rechte Hand im Marketing des Budersand, nahm selbst am Coaching teil. „Es war erfrischend, auf welch anschauliche Art und Weise Bernhard Patter uns gleich zum Einstieg verdeut-

halb, wie sie durch eine gezielte Ge-sprächsführung mit ihren Mitarbeitern erfahren, was diese bewegt. Ein weite-res Thema: Ein reibungsloser Hotelall-tag mit harmonisierendem Team im Hintergrund kann nur durch eine be-sonders strukturierte Arbeitsweise ge-lingen. „Wir haben im Kurs eruiert, welche Prozesse verändert werden müssen, um Arbeitsabläufe für die Zu-kunft noch gezielter zu strukturieren, bestimmte Themen zu priorisieren, ge-meinsam Regeln aufzustellen und diese bewusst einzuhalten.“



Eltern wollen heute wissen, wo ihr Nachwuchs lernt – deshalb lädt das Budersand diese für ein Wochen-ende ein, die Arbeitsstätte ihrer Kinder zu erkunden.

Der Einstieg wird hier leicht gemacht

Ob die Hotellerie die geeignete Brache für den Nachwuchs ist, erfährt dieser im Budersand im Rahmen eines Schnupperprakti-kums. „Es ist ein großer Schritt für junge Menschen, ihr Zuhause, die vertraute Umgebung und Familie hinter sich zu lassen, woanders al-lein neu anzufangen. Wir versuchen gemeinsam herauszufinden, welche Stärken sie haben und wie sie diese in unserer tollen Branche am besten einsetzen“, so Marco Winter.

Und das immer mit Fokus auf Weiterentwicklung. Nicholas Streck z. B. war einst als Auszubildender des Hotelfaches im Budersand un-terwegs, anschließend als dualer Student im Bereich Tourismus- und Eventmanagement. Nun hat er seine Begeisterung für das Marketing ent-deckt und geht heute Christian Matthiesen zur Hand.

Eine Strategie, die das Team des Buder-sand seit dem Diavendo-Coaching im November erfolgreich in der Praxis um-setzt: „Unsere regelmäßigen Team-Meetings laufen inzwischen nach einer zuvor klar festgelegten Agenda ab. Punkte, die nicht auf dieser stehen, wer-den erst beim nächsten Treffen behan-delt. Diese Methode hilft uns, wesent-lich effektiver zu arbeiten, uns zu fokus-sieren und damit die Motivation im gesamten Team zu steigern“, veran-schaulicht Marco Winter.





**„Erst verstehen wollen,
dann verstanden
werden“**

BdS-Ausbildertreffen hilft bei der Kommunikation mit dem Azubi

Wie klappt die effektive Verständigung mit dem Azubi? Mit dieser Frage beschäftigte sich der Bundesverband der Systemgastronomie e.V. (BdS) bei seinem letzten Ausbilderworkshop in München. Die Teilnehmer, die aus ganz Deutschland anreisten, nutzten die Gelegenheit zum Netzwerken und aktiven Austausch über die Weiterentwicklung von Ausbildungskonzepten. *Text: Karoline Giokas*



Wer seine Azubis verstehen will, sollte eruieren, welche Rahmenbedingungen in die Kommunikation mit einspielen.

Angeregte Diskussionen, ein lebendiger Austausch und kollegiales Teamwork – bereits zum fünften Mal fand im Rahmen des BdS-Ausbildertreffens zusätzlich ein Ausbilderworkshop statt. Rund 30 Ausbilder, Berufsschullehrer sowie IHK-Vertreter kamen im Herbst 2023 in München zusammen, um Erfahrungen auszutauschen, zu diskutieren, neue Kontakte zu knüpfen und innovative Ideen für ihre tägliche Arbeit mit den jungen Menschen zu sammeln.

„Meine Kollegen haben unheimlich viel Positives von dieser Veranstaltung berichtet. Ich freue mich daher, nun selbst daran teilzunehmen, neue Kontakte zu knüpfen und frischen Input für meine tägliche Arbeit zu sammeln“, begründete Heike Fastert, HR-Managerin bei Nordsee, ihre Teilnahme an der Veranstaltung.

Was braucht eine erfolgreiche Kommunikation?

Im Sinne des aktuellen Nachwuchsmangels stand diesmal die „Erfolgreiche Kommunikation mit Auszubil-

denden“ im Fokus des Workshops. Nach der Begrüßung durch BdS-Hauptgeschäftsführer Markus Suchert übernahm Simone Oßwald von der SO.Beratung das Ruder.

Welche Faktoren tragen im Arbeitsalltag zu einer erfolgreichen Kommunikation bei? Was verhindert gute Kommunikation? Wie schafft man Vertrauen für eine effektive Zusammenarbeit? Das waren einige der Fragen, mit



Die Teilnehmer des Ausbilderworkshops hatten bei den Übungen sichtlich Spaß.

denen sich die Teilnehmer beim Workshop auseinandersetzen. Während etwa Sprachbarrieren und kulturelle



BUNDESVERBAND
DER SYSTEM
GASTRONOMIE E.V.

Barrieren, Vorurteile und unklare Erwartungshaltungen eine gute Kommunikation behindern, tragen nach Ansicht der Teilnehmer Faktoren wie der Umgang auf Augenhöhe, gegenseitiger Respekt, eine gemeinsame Sprache und Sympathie zu einer guten Kommunikation bei.

Konflikte erkennen und vermeiden

Der Workshop-Leiterin Simone Oßwald war es besonders wichtig, den Ausbildungsverantwortlichen Tipps und Maßnahmen für ihre tägliche Arbeit mit jungen Menschen mitzugeben – um künftig Konflikte zu erken-

nen und zu vermeiden, um Reaktionen von Auszubildenden besser zu verstehen und um gute und wertschöpfende

Unsere neuen Food-T

2024

Eine kulinarische Welt im Wandel

Regional, saisonal... Schnee von gestern. Zero Waste, Hummus und TikTok-Pasta sind spannende neue Ansätze.

Text: Gabriele Guetzer

Fotos: The Hummus Bar/Matthias Stöwer

Trends für

Nicht alles verändert sich: Nachhaltigkeit ist ein bleibender Trend, das zeigt eine aktuelle Studie von Deloitte. Selbst in Krisenzeiten spielt sie eine wichtige Rolle, ebenso das Thema Tierwohl. Auch die Aspekte alkoholfrei oder alkoholleicht bleiben beliebt. Frisch dazu gibt es beim AT Verlag das passende Buch „Alkoholfrei – Grundlagen, Rezepte, Pairings“ von Nicole Klaus. Andere Themen sind neu dazugekommen.



1 • Pasta à la TikTok

Soll's moderner und jünger werden in der Pastaküche, ist TikTok heute eine gute Inspirationsquelle. Wer dort postet, kann stylen. Ein beispielloser Klickbringer im letzten Jahr waren schnöde Nudeln mit Fetakäse. Die neue Optik machte aus einer Restennummer in der WG eine kleinere Oper mit Restaurantpotenzial. Denn der Fetakäse wurde nicht etwa einfach nur zerbröseln, sondern im Ganzen in der Mitte einer Auflaufform platziert, so bräunte und zerlief er überaus dekorativ im Ofen und signalisierte überdies minimalen Arbeitsaufwand. Das Gemüse war einfach drumherum garniert, die Pasta kochte währenddessen separat, hinterher wurde alles zusammengeschaufelt. Ob TikToker nun kochen können oder nicht, macht ja nix. Dafür sind die Profis da.



2 • Gastro-Klassiker erfinden sich neu

Was haben die Ketten Wienerwald und In-N-Out gemeinsam? Beide feiern

Veggie-Klassiker

JETZT ALS VEGAN-HIT!

★ **Gemüse-Würstchen** für den Trend zum bewussten Genuss

- Veggie-Wurst aus knackigem Gemüse mit aromatischen Gewürzen verfeinert - Top-Qualität in einer essbaren Hülle.
- Vielfältige Verzehrsmöglichkeiten von der klassischen Bratwurst bis hin zu trendigen Hot Dogs für alle Veggie-Fans.
- Easy Convenience - schnell in der Zubereitung

Mehr Infos: www.avita-food.de

Avita
NATÜRLICH VEGGIE



NEU!

BESUCHEN SIE UNS!
INTERNORGA
HALLE A4 · STAND 318



Zeit für Süßes



Es lebe das Geschmackserlebnis der Patisserie-Kreationen und Desserts

Egal ob spannende Aromenverbindungen oder aufregende Konsistenzen – beim süßen Abgang zeigen sich auch in diesem Jahr neue spannende Trends. *Text: Karoline Giokas*

2024 wird definitiv farbenfroh, denn laut dem Food and Beverage Flavor Trends Report 2024 von T. Hasegawa – ein japanischer Aromen-Spezialist mit Zweigstelle in Kalifornien – werden in dieser Saison Speisen-Kreationen mit der violetten Yamswurzel Ube der Renner. „Ihre natürliche Süße macht sie zu einer ausgezeichneten Wahl für eine Vielzahl von Anwendungen unter anderem von Desserts. Der feine erdige und nussige Geschmack der Ube sorgt für ein abgerundetes Geschmacksprofil, das sowohl beruhigend als auch faszinierend ist“, heißt es im Bericht. Im Wesentlichen ist Ube, die ursprünglich von den Philippinen stammt, eine hellviolette Süßkartoffel mit einem noch süßeren, milderem Geschmack als ihre orangefarbene Verwandte Taro. Egal ob Eis, Cookie oder Kuchen – alles ist lila dieses Jahr.

DAS DESSERT „NADELWALD“ VON ROBIN HOFMANN UND PATRICK GRIESHABER PRÄSENTIERT, WAS DIE REGION ZU BIETEN HAT. ES BRINGT SPANNENDE AROMENKONTRASTE ZUM VORSCHIEIN.

Naschwerk für Veganer

Eine Patisserie-Welt ohne vegane Kreationen? Heute undenkbar! Laut aktuellen Angaben des amerikanischen Softwareunternehmens Toast macht der Marktanteil veganer Desserts weltweit derzeit 2,77 Milliarden Dollar aus, und er wächst schneller als der anderer süßer Speisen. Obwohl einige der bekanntesten Backwaren, Kuchen und Pasteten den Fettgehalt von Butter und den Eiweißgehalt von Eiern erfordern, gibt es reichlich pflanzliche Dessertrezepte, die zuckerhaltige und genussvolle

Leckereien für die wachsende Population von Veganern bereitstellen.

Wie einfach diesem Wunsch auch im großen Stil nachgekommen werden kann, zeigt jüngst Frischli in seinem Rezept-Folder „Easy Desserts“. Hier werden die neuen Hafer-Nachspeise-Basen mit knackigen Toppings, cremigen Fruchtpürees und ganzen Früchten der Saison beispielsweise zu einem Hafer-Trifle mit Knusper-Cashes und roter Grütze kombiniert. Schont Ihre Personalressource, spart Energie und Zeit und kommt zudem durch exakte Kalkulierbarkeit dem Waste-Management entgegen.

Gebäck ist zurück

In der jährlichen Trendprognose „Culinary + Cocktail“ sagen die Food & Beverage-Experten von den Kimpton



Hotels & Restaurants für 2024 vor allem eine Zunahme asiatischer und französischer Einflüsse bei den süßen Abgängen voraus. Die Gäste können sich auf spannende Gebäckkreationen mit mehr Süß-Herzhaft-Kombinationen freuen wie Karotten-Mochi und Schokoladen-Rauchsalzcroissants, wobei vermehrt alternative Zuckerarten wie Dattel-, Rüben- und Kokosblütenzucker zum Einsatz kommen.

Sticks'n'Sushi sorgt in seinen Restaurants bereits seit vergangenem Herbst

Freuen Sie sich auf unsere Neuheiten 2024

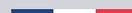


INTER NORGA

Halle A1, Stand 410



MAESTRI DEL DESSERT





Fotos: HockleyMedia/peopleimages.com, Dyflexis

Ab jetzt bitte DIGITAL

Die digitale Personalplanung erspart Frust, sowohl bei den Mitarbeitern als auch den Entscheidern im Unternehmen

Das Management von Mitarbeitern zählt zu den größten Kostenfaktoren im Gastgewerbe. Umso wichtiger ist es, dessen Planung möglichst effizient zu gestalten. Gute IT-Lösungen erleichtern diese Aufgaben immens, helfen mit intelligenter Automatisierung von Prozessen und sparen Zeit. *Text: Michael Eichhammer*

Excel ist zwar ein Fortschritt zur Zettelwirtschaft, doch ein veraltetes Handwerkszeug, wenn es um die Personalplanung geht. Spezialisierte IT-Tools können die Schichtplanung, Urlaubsplanung und Zeiterfassung erleichtern.

„Ist bei Betrieben mit nur einer Handvoll Mitarbeitern die Planung auf dem Papier noch machbar, wird dies bei wachsender Mitarbeiterzahl schnell unmöglich“, weiß Andreas Jonderko, Geschäftsführer bei Gastronovi. Das Gastronovi-Modul Zeiterfassung hat gegenüber Excel die Nase vorn: „Arbeits-, Urlaubs- und Pausenzeiten der Mitarbeiter werden digital festgehalten,

verwaltet und kontrolliert“, erzählt Jonderko. Dank der Echtzeit-Synchronisierung können Gastronomen mit

AUF BASIS VON KPIs KÖNNEN DIENSTPLÄNE RESSOURCEN- UND KOSTENEFFIZIENT ERSTELLT WERDEN.

hilfe von digitalen Helfern jederzeit sehen, wie viel Personal sich gerade im Einsatz befindet. Auf Knopfdruck ist außerdem eine Auswertung des Perso-

naleinsatzes möglich, um Engpässe frühzeitig zu erkennen und zu somit bestmöglich vermeiden.

Bedarfsgesteuerte Dienstplanung

Fragen, die sich in die Zukunft richten, lassen sich zwar nicht mit einer Kristallkugel beantworten, doch die Prognosen der Software für die Personalplanung sind meist deutlich präziser als das Bauchgefühl des Gastgebers. Unter anderem erlauben reservierungs- oder umsatzgestützte Analysen eine Vorschau auf den kommenden Bedarf.

Der ehemalige Vapiano-CFO und Apeiron-CEO Sven Steinkuhl ist Co-Geschäftsführer von Nesto Software und

Im Dormio Resort Eifeler Tor hilft das digitale Tool Dyflexis Hoteldirektor Serge van der Heijden, bessere Pläne zu erstellen – es schaffe viel mehr Klarheit und Struktur, sodass Mitarbeitende Eigeninitiative ergreifen und sich für einen offenen Dienst anbieten.



Gemütlich & stilvoll

Gastronomieterrassen, die Gäste begeistern werden

Machen Sie Ihren Outdoorbereich 2024 zu etwas Besonderem! Hier erfahren Sie mehr über angesagte Möbeltrends, clevere Lichtkonzepte und Accessoires mit Pfiff!

Text: Karoline Giokas



Dining Lounges und bequeme Sitzcken bringen die Gäste beim gemeinsamen Genießen noch näher zusammen.

Kaum haben wir den Winter hinter uns gelassen und die ersten Sonnenstrahlen zeigen sich, wollen Gäste wieder im Außenbereich von Gastronomie und Co. sitzen – die Chance für Gastgeber, ihre Terrassen auf Vordermann zu bringen und Gäste durch ein stimmiges Terrassenkonzept auf Bierbänken, an Outdoor-Tischen oder einer trendigen Theke zu bewirten. Neben einer ansprechenden Gestaltung sollten praktische Aspekte berücksichtigt werden, um mit der Außenbewirtung mehr Umsatz zu generieren.

Eine Frage des Platzes

Der individuelle Charme eines Außenbereiches kommt unter anderem durch seine Größe und eine harmonische Anordnung der bewirtschafteten Tische zustande. Gäste möchten bequem sitzen, ohne mit der Stuhllehne einen anderen Gast anzustoßen. Wer draußen sitzt, schätzt schließlich eine freie Sicht und verweilt dann auch gerne länger. Auch die Laufwege des Servicepersonals sollten berücksichtigt werden, es muss immerhin jeden Tisch erreichen können. Gefragt sind also vor allem flexible Möbelmodule, die bei Bedarf leicht zu transportieren sind.

Slow Furniture ist angesagt

Terrassenmöbel aus nachhaltigen Materialien liegen hier

bei ungebrochen im Trend. Die Parallelen zur Gastronomie sind erstaunlich: Gäste wie Gastgeber setzen auf eine verantwortungsvolle Ressourcennutzung; Nachhaltigkeit und bewusster Genuss werden immer wichtiger. Handwerklich erzeugte Lebensmittel, der Einsatz regionaler Produkte und die Vermeidung von Food Waste sind für so manchen erklärtes Ziel oder bereits Standard.

IM IDEALFALL SORGT BELEUCHTUNG NICHT NUR FÜR ATMOSPHÄRE, SONDERN HILFT AUCH BEIM LESEN DER SPEISEKARTE IN DEN ABENDSTUNDEN.

Kein Wunder daher, dass im vergangenen Jahr das Thema „Slow Furniture“ auf der Mailänder Möbelmesse die Ausstellungsbereiche beherrschte – langlebige Qualität, produziert mit ökologischer und sozialer Verantwortung, sind gefragt denn je. In diesem Sinne sorgen „langsam“ hergestellte Möbel in der neuen Saison für ein stimmiges und ansprechendes Ambiente.

Charmante Bequemlichkeitsoffensive

Die neuen Möbel könnten genauso gut auch in einem Wintergarten stehen, so wohnlich sind sie 2024. Holzstühle und

tische werden erneut durch Sitzgruppen aus Rattan ergänzt. Auch Möbel in zeitlos elegantem Schwarz sind weiterhin ein Dauerbrenner.

Eine reizvolle Materialkombination vereint beispielsweise der Outdoorstuhl „Flora“ von A.B.C. Worldwide in sich. Der Korpus besteht aus einem robusten, leichten und korrosionsfreien Aluminium-Gestell. Die Rückenlehne besteht aus elegantem Teakholz (aus nachhaltigem Plantagenanbau), während der bequeme Sitz aus Textilien gefertigt ist. Das sanfte Naturholz und der schwarze Sitz bilden ein reizvolles Gegensatzpaar. Ein immens wichtiger Aspekt in der Gastronomie ist die Pflege des Mobiliars: Wer den Holzton behalten will, ölt es nur ab und zu. Wer es hingegen feucht abwischt, lässt das Hartholz in Würde ergrauen.

Casual Dining & Lounge-Flair

Dining Lounges und gemütliche Stühle mit bequemen Sitz- und Rückenpolstern bringen die Gäste in diesem Jahr noch näher zusammen. Gepolsterte Stühle und noble Tische machen das gemeinsame Essen nicht nur äußerst bequem, sondern auch stilvoll. In München zieht beispielsweise das Schwan Locke nicht nur Touristen, sondern auch Einheimische in den begrünten Innenhof mit einladendem Inventar. Inspiriert



GASTGARTEN



LOUNGEN



ECKLÖSUNGEN



WELLNESS



MOBILER SCHAURAU
Wir präsentieren unsere Produkte vor Ort!!
Wir beraten Sie gerne.
0043/699/171 603 27
0049/151/4244 0577



Eine (Genuss-) Insel auf der Insel

Ein Fünf-Sterne-Hotel stellt sich nachhaltig auf

In Tinum auf Sylt verwirklicht Sternekoch Holger Bodendorf seit 21 Jahren seine charmante Vision eines perfekten Genuss-Refugiums für Inselliebhaber. Seit letztem Jahr auch (fast) vollständig nachhaltig – dennoch auf Fünf-Sterne-Niveau. *Text: Karoline Giokas*

Er ist Hotelier, Sternekoch und Manager – und fühlt sich dabei in allen Rollen rundum wohl. Während Holger Bodendorf morgens ganz persönlich für die Belange der Gäste des Landhaus Stricker auf Sylt zuständig ist, liebt er es, am Abend in der Küche zu stehen, sich kulinarisch auszutoben. „Und das tatsächlich jeden Abend, wenn unser Gourmetrestaurant Bodendorf's geöffnet hat“, verrät der Wahl-Sylter. „Gerade die Symbiose aus den verschiedenen Positionen macht für mich die besondere Faszination aus.“

Die Reise im Landhaus Stricker beginnt

Kurz vor Weihnachten, genauer gesagt am 23. Dezember 2001, übernahm Holger Bodendorf das Hotel. Davor verantwortete er fünf Jahre lang als Küchenchef im Hotel Windrose in Wenningstedt die kulinarischen Geschicke des Restaurant Veneto – erkochte hier sogar seinen ersten Michelin-Stern. „Rudi Göhler, der damalige Eigentümer des Landhaus Stricker kam auf mich zu und fragte mich, ob ich mir vorstellen könnte, dieses fantastische Hotel zu leiten und hier besondere kulinarische Akzente zu setzen“, erinnert sich Bodendorf.

Heute, 23 Jahre später, scheint der Hausherr angekommen – ist aber deshalb noch lange nicht weniger umtriebig. „Um erfolgreich zu sein und zu bleiben, muss man die Zeichen der Zeit erkennen, permanent die ‚Hard- und Software‘ des eigenen Betriebes up-to-date halten und sich immer wieder neu erfinden“, weiß der Inhaber des luxuriösen Sylter Domizils. So wurde beispielsweise seit 2001 das Gourmetrestaurant Bodendorf's bereits vier Mal umgebaut, zuletzt 2022.

Gäste sollen sich zuhause fühlen

Erst im vergangenen Frühling präsentierten sich auch die insgesamt 38 Zimmer und Suiten des Landhaus Stricker nach dreimonatigen Renovierungsarbeiten in ganz neuem Look. Bodendorfs Grundidee: „Ich wollte ein typisches Sylt-Hotel haben, welches aber keinesfalls ‚mainstream‘ ist. Wichtige Aspekte sind für mich, unseren Gästen entspannten Luxus mit hochwertigem Wohndesign, Qualitätshandwerk aus Deutschland, moderner Technik und einem zukunftsgerichteten Nachhaltigkeitskonzept zu bieten und alles in ein perfektes Gesamtbild zu bringen.“

Das neue Interieur der zwischen 26 und 80 Quadratmeter großen Zimmer besticht nun durch elegante Linien und ein frisches Farbkonzept mit dezenten Grundfarben in Sand-Tönen und frechen Farbakzenten in Pink, Grün und Orange durch edle Stoffe, beispielsweise von JAB

Grapos®
SOFT DRINKS

IN EINE PFANDFREIE ZUKUNFT



HAMBURG 8. - 12. MÄRZ 2024 Stand | Halle
INTERNORGA 510 | A1



Nachhaltige
AF-KONZEPTE
VOM PROFI FÜR PROFIS

GETRÄNKE + TECHNIK + SERVICE
EXKLUSIV AUS EINER HAND

www.grapos.com | www.schankomat.com

Grapos®
SOFT DRINKS



SEIT 2019 | EIN MIT DEM
ÖSTERREICHISCHEN STAATSWAPPEN
AUSGEZEICHNETES UNTERNEHMEN

10 FRAGEN AN

... *Christian Schulte-Loh*

„Im Luxushotel fällt es mir schwer,
kreativ zu sein“

Kein deutscher Komiker ist auf so vielen internationalen Bühnen unterwegs wie Christian Schulte-Loh. Der „German Comedian“, Jahrgang 1979, wuchs im Ruhrgebiet auf und schaffte seinen Durchbruch in England, wo er die ganz großen Comedy Clubs zum Beben bringt. Wenn Schulte-Loh nicht gerade zwischen England und Deutschland pendelt, bringt er Südamerika oder Dubai zum Lachen – mittlerweile tourte er durch über 30 Länder. Im TV begeistert er regelmäßig in Formaten wie „Nuhr im Ersten“, auch die Talkrunden von Markus Lanz und Maybrit Illner peppte er als etwas anderer England-Experte mit seiner Schlagfertigkeit auf.

Interview: Sebastian Bütow

*Das
Croissant
im Exklusiv-
Interview*



R

VORSCHAU

Das nächste HOGAPAGE-Magazin erscheint am 3. Mai 2024



Special: Kaffee, Tee & Co.

2024 ist die Kaffeewelt aufregender und facettenreicher denn je – wir zeigen, welche neuen Heißgetränke-Kreationen bei Gästen jetzt angesagt sind und wie künstliche Intelligenz die Café-Konzepte heute aufwirbelt.



Blick hinter die Kulissen

Was tun, wenn der Hotelmanager plötzlich ausfällt? Oft gibt es nicht sofort kompetenten Ersatz, ein Manager auf Zeit ist hier gefragt! HOGAPAGE hat mit einem Experten über seine beruflichen Herausforderungen gesprochen.



Außerdem

- Schick & praktisch: Berufsbekleidung und passende Accessoires
- Hygienisch sauber zum Wohlfühlen: Trends für Bäder & Sanitärbereiche
- Für den glanzvollen Anblick: Neues von der modernen Spültechnik

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 4/2023



Ausgabe 5/2023



Ausgabe 6/2023

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

Geschäftsführerin:

Daniela Müller

Objektleitung und Gesamtfredakteurin:

Daniela Müller

Chefredakteurin Magazin:

Karoline Giokas
(V.i.S.d.P.)

Redaktion:

Wolfgang Bublies, Sebastian Bütow, Michael Eichhammer, Astrid Filzek-Schwab, Pierre Nierhaus, Gabriele Gugetzer, Jean-Georges Ploner
Tel.: +49 821 319470-788, Fax: +49 821 319470-799
magazin.hogapage@buhl-gruppe.de

Grafik/Layout:

MARC ANTÓN Medien KG,
Daimlerstr. 9, 86368 Gersthofen

Web:

Heiner Anwander

Sales-Team Deutschland/Österreich:

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 und Österreich



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

