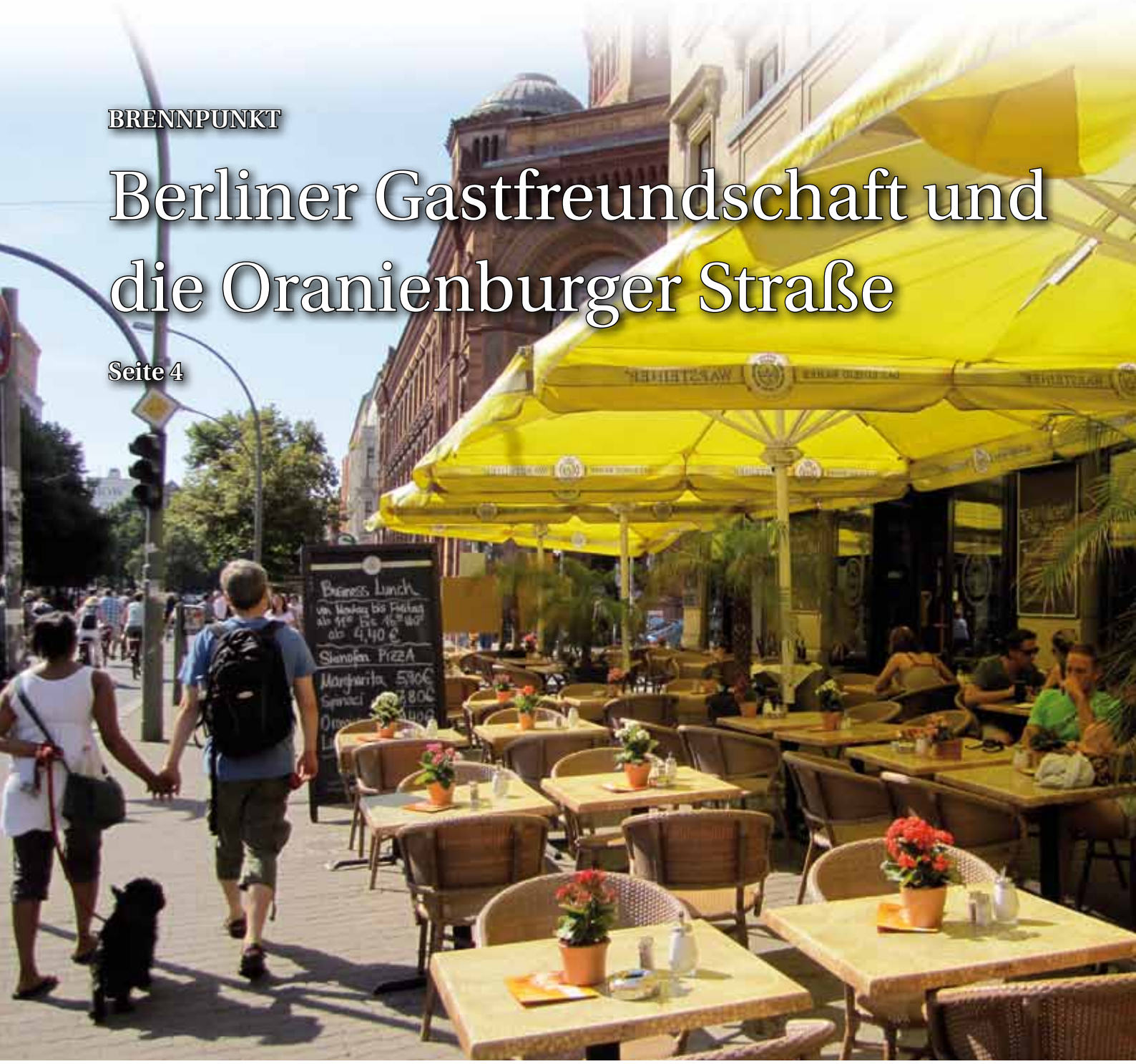
September 2015

hoga AKTIV

Das Mitgliederjournal des Hotel- und Gaststättenverbandes Berlin e. V.



BRENNPUNKT

Berliner Gastfreundschaft und die Oranienburger Straße

Seite 4

AKTUELL

8. DEHOGA Berlin Golf-Trophy

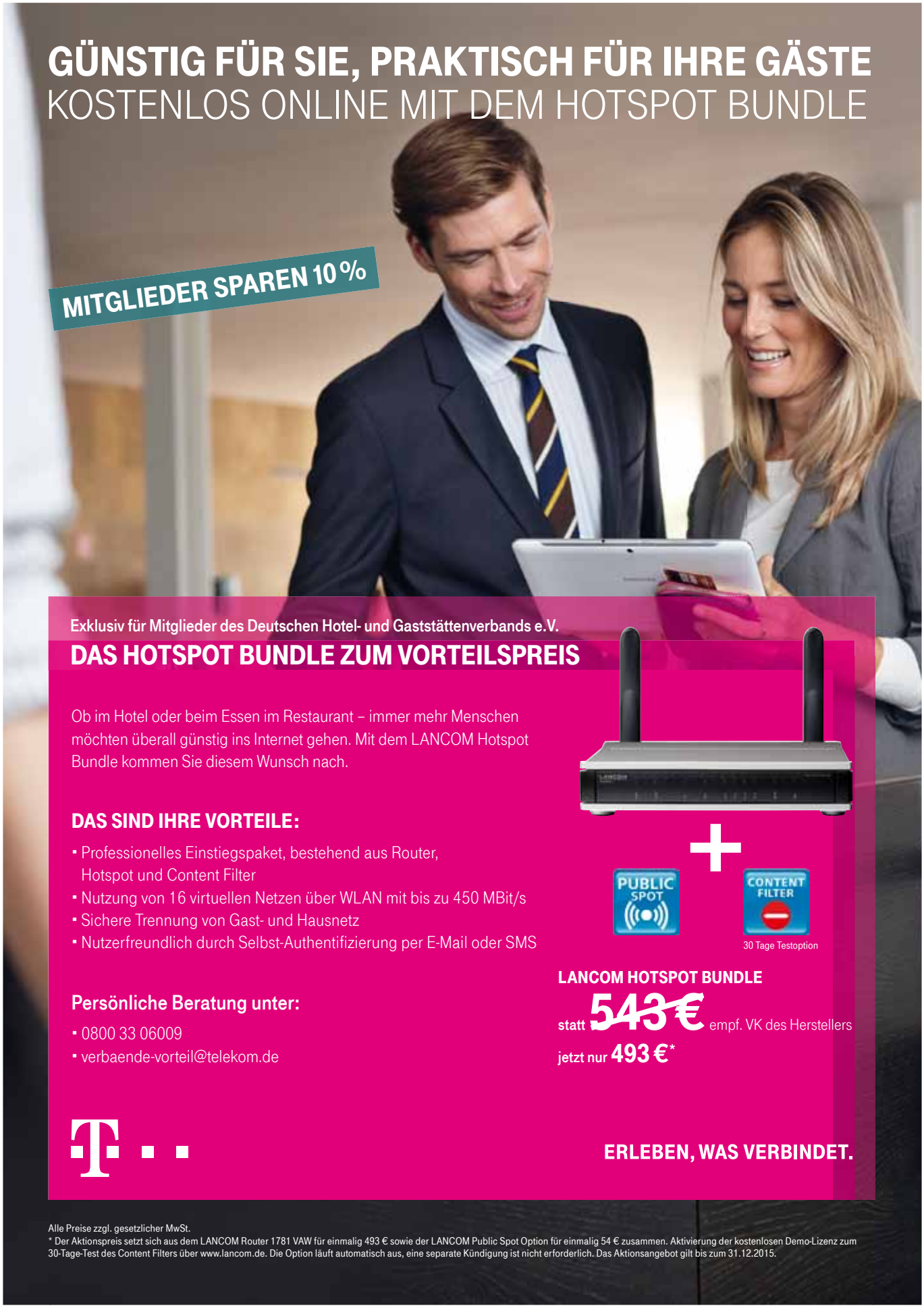
Seite 9

WIR IN BERLIN

„Pop into Berlin“: Berlin auf Europa-Tournee

Seite 22

GÜNSTIG FÜR SIE, PRAKTISCH FÜR IHRE GÄSTE
KOSTENLOS ONLINE MIT DEM HOTSPOT BUNDLE



MITGLIEDER SPAREN 10 %

Exklusiv für Mitglieder des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbands e.V.

DAS HOTSPOT BUNDLE ZUM VORTEILSPREIS

Ob im Hotel oder beim Essen im Restaurant – immer mehr Menschen möchten überall günstig ins Internet gehen. Mit dem LANCOM Hotspot Bundle kommen Sie diesem Wunsch nach.

+

PUBLIC SPOT

CONTENT FILTER

30 Tage Testoption

DAS SIND IHRE VORTEILE:

- Professionelles Einstiegspaket, bestehend aus Router, Hotspot und Content Filter
- Nutzung von 16 virtuellen Netzen über WLAN mit bis zu 450 MBit/s
- Sichere Trennung von Gast- und Hausnetz
- Nutzerfreundlich durch Selbst-Authentifizierung per E-Mail oder SMS

LANCOM HOTSPOT BUNDLE

statt ~~543 €~~ empf. VK des Herstellers

jetzt nur 493 €*

Persönliche Beratung unter:

- 0800 33 06009
- verbaende-vorteil@telekom.de

ERLEBEN, WAS VERBINDET.

Alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.

* Der Aktionspreis setzt sich aus dem LANCOM Router 1781 VAW für einmalig 493 € sowie der LANCOM Public Spot Option für einmalig 54 € zusammen. Aktivierung der kostenlosen Demo-Lizenz zum 30-Tage-Test des Content Filters über www.lancom.de. Die Option läuft automatisch aus, eine separate Kündigung ist nicht erforderlich. Das Aktionsangebot gilt bis zum 31.12.2015.

4

12

22

BRENNPUNKT

Berliner Gastfreundschaft und die Oranienburger Straße **4**

AKTUELL

Gastronomiemetropole Berlin **8**
8. DEHOGA Berlin Golf-Trophy **9**
Hotelsterne unter der Lupe **12**

WIR IN BERLIN

In 5. Generation **18**
„Pop into Berlin“: Berlin auf Europa-Tournee **22**
Mehrwertsteuersenkung für Übernachtungen **23**
Zeit für einen Umbruch **24**
Vom Food-Stand zum Restaurant **26**

MÄRKTE UND PRODUKTE

Hotelreinigung – wichtige Management-Aufgabe **28**
Inszenierung mit Mehrwert **29**

NEWS

News **30**

MITGLIEDER

Märchenhaft übernachten **36**
Mitglieder-News **37**

RECHT UND RAT

Altersdiskriminierende Kündigung im Kleinberieb **38**
Energiespartipp **38**

Impressum
Herausgeber: Hotel- und Gaststättenverband Berlin e. V., Willy Weiland (Präsident), Lutz Freise (Schatzmeister), Thomas Lengfelder (Hauptgeschäftsführer), Keithstraße 6, 10787 Berlin, Telefon +49 30. 318048-0, Telefax +49 30. 318048-28, info@dehoga-berlin.de, www.dehoga-berlin.de; Redaktion: Michaela Piotrowski, +49 30. 318048-16, projekte@dehoga-berlin.de
Verantwortlich für den Inhalt: HOGA Berlin Service GmbH, Thomas Lengfelder (Geschäftsführer)
Verlag und Gesamtherstellung: TMM Marketing & Medien Verlag GmbH, Kantstraße 151, 10623 Berlin, www.tmm.de; hogaaktiv@tmm.de, Tel: 030. 20 62 67-3, Fax: 030. 20 62 67-50
Geschäftsführer: Jürgen H. Blunck, Objektleitung: Antje Naumann, Layout: Hartmut Orschel, Titelfoto: www.flickr.com/photos/la-citta-vita/5852698912
Erscheinungsweise 11 Mal pro Jahr. Der Bezugspreis ist im Verbandsbeitrag enthalten. Namentlich gekennzeichnete Artikel sind Ausdruck grundsätzlicher Meinungsfreiheit; sie geben nicht unbedingt die Auffassung der Redaktion bzw. des Herausgebers oder des Verlages wieder. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Sitz des Verlages.
Es gilt die Anzeigenpreisliste vom 01.01.2015.

Berliner Gastfreundschaft und die Oranienburger Straße

Sie ist eine der angesagten Meilen Berlins. Sie steht in jedem Reiseführer, die Oranienburger Straße ist aber auch ein Paradebeispiel für die hilflose Entwicklung hiesiger Gastfreundschaft.

Wir hätten gerne den Orient Express, bitte!“ Wie oft das Katja Leonhardt und ihr Team als Bestellung aufgenommen haben? Sie weiß es nicht mehr. Katja Leonhardt war von 1992 bis 2002 Restaurantleiterin im Oren. Direkt neben der Synagoge war das eine der angesagten Adressen in der Oranienburger Straße. Serviert wurden israelische, mediterrane Speisen. In den Reiseführern tauchte als Beispiel eben das Gericht mit dem Namen „Orient Express“ auf. Guter Rat ist teuer – für Touristen sowieso.
Mit der Zeit etablierten sich mehr und mehr Mitbewerber in der Straße, der Umsatz ging zurück, ein Betreiberwechsel folgte, der Rotstift wurde gezückt, das professionelle Küchenpersonal reduziert, die Qualität gemindert. Und zwar so, dass sich Joschka Fischer als einer der treuen Stammgäste schließlich über einen miserablen Espresso beschwerte. Katja Leonhardt erinnert sich noch gut an ihre letzten Arbeitswochen.

Foto: Jule Frommelt/HiPi

Katja Leonhardt, 1992–2002 Restaurantleiterin im Oren

Früher/Heute

Heute ist sie Maklerin und bringt seit fast 10 Jahren Gastronomen untereinander und dann mit den jeweiligen Vermietern zusammen. Immer noch gerne erinnert sie sich an eine Zeit, in der die Oranienburger Straße eine besondere Anziehung besaß – mit dem Tacheles, dem Obst & Gemüse und eben dem Oren neben der jüdischen Synagoge. Von damals kennt sie auch noch einige Gastronomen wie Cookie, der seinen ersten Underground Club in der Nähe gründete.
Und was ist die Oranienburger Straße heute? Lautstarke Teams auf Bierbikes fahren die Straße entlang, Touristenbusse laden direkt am Monbijoupark ihre Fahrgäste aus, Junggesellinnen und Junggesellen ziehen durch die Straße und verabschieden sich lauthals und feuchtfröhlich von ihrem Sin-

„Ich kann abends an den Wochenenden nicht auf den Balkon, das ist bei diesem Lärm unmöglich.“

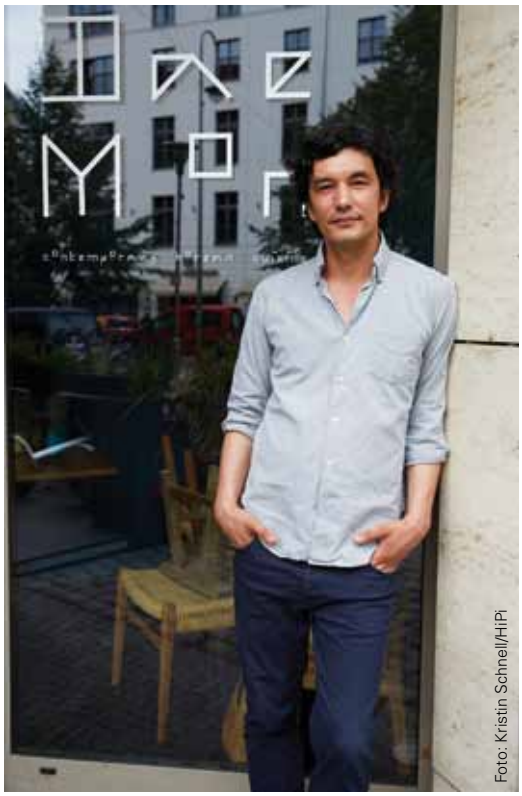


Foto: Kristin Schnell/HiPi

Hyun Wanner, Betreiber des Dae Mon

gle-Dasein. Und das berühmt-berüchtigte Flatrate-Trinken findet immer noch statt.
Neben dem Hasir, ein Grillrestaurant der Berliner Kette, irgendwo führt eine Treppe in den Keller, in dem Gruppen von trinkfreudigen Besuchern verschwinden und dem Alkohol huldigen, und zwar solange, bis sie fast jegliche Hemmungen verloren haben. „Ich kann abends an den Wochenenden nicht auf den Balkon, das ist bei diesem Lärm unmöglich“, so Katja Leonhardt. Sie ist der Ecke auch privat treu geblieben.
Dazu kommen noch die Angeberfahrten. Viel Pferdestärken, geliehen für ein Wochenende, werden lautstark in Szene gesetzt. Die Prostituierten? „Die stören nicht“. Dafür irritiert wiederum der Table Dance-Club, bei dem manchmal Razzien

Fotos: HiPi

Junggesellenabschied

stattfinden und keiner so recht weiß, ob da überhaupt getanzt wird.

Stag Tour/Flair

Und warum nun hat Hyun Wanner sich für diese Ecke entschieden? „Als wir den Mietvertrag unterschrieben haben, war das für uns wie ein Sechser im Lotto.“ Vor rund neun Monaten hat das Dae Mon mit koreanisch inspirierter Küche am Monbijouplatz eröffnet. Und erst als „unsere Freunde und Bekannten skeptisch bemerkten, dass das eine komische Ecke sei, da sind wir erst ins Zweifeln gekommen. Wir sind ein bisschen off hier“. Obwohl also nicht ganz im Epizentrum der Oranienburger Straße platziert, bekommen Wanner und sein Team durchaus die trinkfreudigen Aspekte der Straße zu spüren.
An den sogenannten Stag Tours kommt keiner vorbei. Mindestens einmal am Tag touren die Trüppchen durch die Straßen. Die zukünftige Ehefrau oder der zukünftige Ehemann mit einem Bauchladen vorneweg spricht Passanten an, damit sie irgendetwas kaufen. Die Männer seien angeblich pflegeleichter, da sie nur betrunken sind, doch die Frauen wünschen sich mehr Aufmerksamkeit.
Auch für den Easy-Jet-Set ist die Oranienburger Straße eine Anlaufstelle, wenn es um günstiges Essen und um Pub-crawls

Auch für den Easy-Jet-Set ist die Oranienburger Straße eine Anlaufstelle, wenn es um günstiges Essen und um Pub-crawls geht.

geht. Eine wirklich krude Mischung belebt diese Meile. Und nicht nur diese Straße. Es ist nicht nur für Wanner ein Phänomen, dass die großen Straßen Berlins, die Meilen, die vor rund zehn Jahren angesagt waren, sich in eine fragwürdige Richtung entwickelt haben. Für ihn ist auch die Oranienstraße in Kreuzberg so ein Beispiel. Der Unterschied zu Mitte: In Kreuzberg suchen sowohl die Berliner als auch Touristen einen Flair, den es so nicht mehr gibt: In der Oranienburger Straße weiß der Berliner, was er hier findet, und genauso der Tourist.

Touristen/Gespür

Was ist falsch gelaufen an dieser Entwicklung? Auch Hyun Wanner erinnert sich gerne an die frühen 90er in Mitte, in dieser Ecke, wo es vieles zu entdecken gab, illegale Clubs auf und zu machten, die Fassaden der Altbauten bröckelten und die Straßen durchsetzt mit Baulücken waren. „Hier will ich wohnen, hier will ich leben!“, so beschreibt Wanner das damalige Lebensgefühl. Doch was provisorisch und wild begann, machte ab dem Jahr 2000, mit der Eröffnung der Hackeschen Höfe, einer gewissen Ratlosigkeit Platz. „Plötzlich waren wir Weltstadt und es gab ja, was die Gastgeberschaft für Touristen bedeutet, keinerlei Tradition, auf die man hätte zurückgreifen können.“

Konzepte, die ausschließlich auf Touristen setzen, haben die eine Zukunft? „Touristen wollen Berlin spüren können oder zumindest das Gefühl haben, genauso gut behandelt zu werden wie der Berliner aus der Nachbarschaft.“ Für Hyun Wanner ist das eine klare Sache. Er nennt das Dae Mon auch liebevoll und bescheiden die „Kiezkantine“. Mittlerweile weiß nämlich die Nachbarschaft die anspruchsvolle Küche zu schätzen. Über die Hälfte der Gäste sind Berliner. Das ist dem erfahrenen Gastronom extrem wichtig. Er hat das Kreuzberger Kimchi Princess mit etabliert und entwickelt derzeit das Küchenkonzept der Cantina (Bar Tausend) gemeinsam mit den Gebrüdern Eggert. „Zu uns kommen Touristen, die auch kulinarisch interessiert sind, die etwas Besonderes entdecken wollen.“ Da machen sich zudem gute Kontakte zu den umliegenden Hotels bezahlt. Ebenso Reiseportale wie trip Advisor spielen eine große Rolle, gerade auch wenn es um die Entscheidung für einen Restaurantbesuch geht.

Foto: HIPI

Mirchi

Billig/Viel

Ganz anders sieht die Entscheidungshilfe am anderen Ende der Oranienburger Straße aus. Vor dem Mirchi stehen Tische und Stühle mit reichlich Deko-Chichi, sodass ein Vorbeikommen kaum möglich ist. Und dann halten durchaus höfliche Kellner den Passanten die Speisekarte unter die Nase. Guest fishing nennt man das. Und David Wiedemann hat zwar für die Inhaber des Mirchi und des Amrits viel Sympathie übrig, die durchaus erfolgreich sehr große Räume lukrativ bespielen. Aber dieses „sehr offensive Marketing, was bereits mit Flyern im U-Bahnhof beginnt“, das findet er nicht gut. Die Strategie der Mirchi-Amrit-Connection ist, die beiden Großraum-Restaurants so schnell wie möglich mit Gästen zu füllen. Denn wo schon viele sitzen, kommen immer mehr dazu. Und für 4,50 Euro gibt es bereits ein Mittagsmenü. Für jeden Gastronomen eine gewagte Kalkulation. Das Motto: „wenig Geld, dafür

viel Viel.“ Die Masse macht es dann wohl. Mit den Filialen am Potsdamer Platz oder am Winterfeldplatz werden wohl Tausende an Essen verkauft. Und es hätte ja auch etwas von Urlaubsfeeling, denn auf den Balearen wäre das ja gang und gäbe.

David Wiedemann eröffnete kürzlich die Schnitzelbude

Respekt/Zukunft

David Wiedemann hat jedenfalls gerade mal vor sechs Wochen die Schnitzelbude aufgemacht. Standort: genau gegenüber vom Tacheles. Und eine Bauchentscheidung sei es gewesen. Mit ausschlaggebend war die sogenannte Möglichkeit der Zwischennutzung. Denn die Schnitzelbude wird es gerade mal zwei Jahre geben. Dann wird das Haus saniert. Und danach? Wiedemann wird sehen. Jetzt jedenfalls gibt es ein überschaubares Angebot an Speisen. Drei verschiedene Schnitzel, darunter der Wiener Klassiker, und verschiedene Beilagen sind von „guter Qualität zu vernünftigen Preisen.“ Und Wiedemann verzeichnet bereits „gute Abende“. Das vielleicht auch, weil der Mann gut vernetzt ist, auch aufgrund seiner Bar und seines Engagements für anspruchsvolle Barkultur. Und Junggesellen-Abende veranstaltet er auch, aber eben als Cocktail-Kurs in seiner Bar.
Seiner Nachbarschaft zollt er durchaus Respekt. Wie z. B. dem QBA, das wären nette, konstante Nachbarn. Warum ein halber Liter frischgezapftes Bier für 2,50 Euro ausgeschenkt wird? Wie sie das kalkulieren? Vielleicht der Devise entsprechend „billig schafft viele Gäste“, die wohl die Mehrheit der existierenden Gastronomie befolgt. Diese Art der Kalkulation ist wohl kurzfristig gedacht und bleibt ein Rätsel.
Und was in den leerstehenden Räumen gegenüber passiert, da weiß Wiedemann wieder mehr. Die Bar Raval soll angeblich einziehen, ein Club-Projekt ist am Entstehen. Wieder am anderen Ende, in der Nachbarschaft vom Dae Mon, hat gerade Hummus & Friends aufgemacht, mit israelisch koscherer Küche. Gegenüber ein kleines nettes Café. Und The Bird wird im Laufe des Septembers aufmachen. Und nicht nur Katja Leonhardt drückt allen die Daumen, dass sie es schaffen. Hyun Wanner und David Wiedmann sind fest davon überzeugt, dass sich die Straße Schritt für Schritt gastronomisch verändert, zum Guten selbstverständlich. ■

Eva-Maria Hilker

www.dae-mon.com
www.hummus-and-friends.com
www.schnitzel-bude.de

Fotos: HIPI

„Touristen wollen Berlin spüren können oder zumindest das Gefühl haben, genauso gut behandelt zu werden wie der Berliner aus der Nachbarschaft.“

Gastronomiemetropole Berlin

Weltoffen, grenzenlos und kreativ

Die „Berliner Meisterköche“ 2015 stehen fest: In sechs Kategorien wählte die unabhängige 14-köpfige Jury, bestehend aus Berlins führenden Food-Journalisten und -Kennern, die Preisträger aus. Die Auszeichnung „Berliner Meisterköche“ wird bereits zum 19. Mal von Berlin Partner vergeben.
Der **„Berliner Meisterkoch 2015“ ist Sonja Frühsammer aus „Frühsammers Restaurant“.** Die erste Berliner Küchenchefin mit Michelin-Stern verwöhnt ihre Gäste mit internationalen Klassikern stets mit einem besonderen Gespür fürs Detail.
Der **„Brandenburger Meisterkoch 2015“ Marco Giedow vom „Ferienhof Spreewaldromantik“ in Burg** stellt in seiner Speisenkammer kulinarisches aus Brandenburg vor mit Liebe zur ländlichen, regionalen Küche aber mit einem Pfiff kreativer Ideen aus aller Welt.

Berlin ist heute Hauptstadt der Spitzengastronomie

Im fast neuen Berliner Restaurant **„Martha’s“** rocken junge, kreative Köche. Das Restaurant ist gleichzeitig Talentschmiede für eine neue Generation in der Küche. **Manuel Schmuck ist „Aufsteiger des Jahres 2015“.** Der Küchenchef kombiniert verschiedene Aromen und Texturen miteinander, verbindet gern auch typisch deutsche, bodenständig deftige Produkte mit asiatischen und mediterranen Aromen.
In der Kategorie **„Berliner Gastgeber 2015“** ist die Wahl der Jury auf **Barbara Merll** gefallen. Die gebürtige Saarländerin ist **Restaurantleiterin und Maître der SKYKITCHEN** und sorgt seit 2012 mit viel Wissen und Feingefühl für das Wohl der Gäste. Unter dem Namen Skykitchen verbirgt sich das Sternerestaurant a.choice und die sky.bar – es ist das erste Restaurant aus dem tiefen Osten Berlins, das einen Michelin-Stern hat.
Das **„Berliner Szenerestaurant 2015“** ist in diesem Jahr **die deutsch-österreichische Weinbar CORDOBAR.** Sommelier und Steirer Willi Schlögl hat sich gemeinsam mit dem Wiener Starkoch-Sohn Lukas Mraz an die Spree gemacht, um einen Wein-Ort zu kreieren, den es davor nicht gab. Eine bunte kreative Mischung, die beste Weine aus Deutschland, Österreich und der Welt serviert – und das mit einer gehörigen Portion österreichischem Schmäh.
Über den Tellerrand kochen e.V. erhält den Titel „Gastronomischer Innovator 2015“: Der Verein möchte ein neues Miteinander zwischen Flüchtlingen und Beheimateten schaffen und veranstaltet und organisiert in Unterkünften quer durch Berlin Kochkurse von und für Flüchtlinge. Ninon Demuth, Gerrit Kürschner, Carolin Strehmel, Rafael Strasser, Lisa Thaens und Bontu Guschke – die sechs Studenten haben das Unternehmen „Über den Tellerrand kochen“ gegründet und ein gleichnamiges Kochbuch geschrieben. ■

www.berliner-meisterkoeche.de

Sonja Frühsammer „Frühsammers Restaurant“

Marco Giedow „Ferienhof Spreewaldromantik“

Manuel Schmuck „Martha’s“

Barbara Merll „Skykitchen“

links : Jan-Ole Gerster, Willi Schlögl, Gerhard Retter, Christof Ellinghaus (v. l. n. r.): die Betreiber der „CORDOBAR“

unten: Team des Vereins „Über den Tellerrand kochen e. V.“ beim ägyptischen Abend

8. DEHOGA Berlin Golf-Trophy

powered by Berliner Pilsner

Gespielt wurde, nun schon zum achten Mal in Folge, am 31. August wieder auf dem Gelände des ältesten Golfclubs Brandenburgs, des Potsdamer Golfclubs e.V. Traditionell nahmen Gastronomen, Hoteliers, Partner und Freunde des Verbandes zugunsten der Stiftung Kinder-Herz und der Berliner Gasthausmission teil, an die jeweils die Hälfte des Überschusses von rund 3.000 Euro ging.
Am Start waren 100 Spielerinnen und Spieler sowie 7 Gäste, die das Golfen „erschnuppern" wollten. Thomas Lengfelder, Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Berlin, hatte wie jedes Jahr geplant, sich an die übliche Begrenzung von 80 Teilnehmenden zu halten, damit das Turnier nicht zu lange dauert. Aber die Nachfrage war auch in 2015 erneut so groß, dass doch wieder mehr Flights eingerichtet wurden.
Ein herzliches Dankeschön geht an die Partner des Verbandes und alle Sponsoren, die entscheidenden Anteil daran tragen, dass die diesjährige Golf-Trophy eine für alle Beteiligten gelungene Veranstaltung war. ■

www.dehoga-berlin.de

Dieter Fuhrmann, Josef Eder, Markus Fuhrmann

… und Prost – sponsored by Berliner Pilsner

Thomas Hattenberger, Thomas Lengfelder, Andrea Kurtzky, Josef Eder

Anton Sterk, Herbert Beltle, Petra Götze, Torsten Sabel

Dirk Walther, Andreas Hölzl, Josef Esser, Christian Andresen, Holger Gosmann

Halfway-Verpflegung – sponsored by Curry Wolf, mit Roy Ramsaroop

Übersicht der Turniersieger in den verschiedenen Kategorien

Neben den begehrten kleinen Buddy Bär-Pokalen gab es hochwertige Restaurant-Gutscheine von den absoluten Berliner Top-Restaurants. An Loch 9 hätte es für ein „hole in one" einen Opel Adam V der Autohaus Kramm GmbH zu gewinnen gegeben – wie schon im letzten Jahr hat dies jedoch niemand geschafft.

- **Bruttosieger**
  René Westphal (31 Brutto-Punkte)

- **Gewinner in der Klasse A – HCP 0,0 bis 20,0**
  1. Charlott Prast (39 Netto-Punkte)
  2. Axel Backwinkel (37 Netto-Punkte)
  3. Andor Klippel (36 Netto Punkte)

- **Gewinner der Klasse B – HCP 20,1 bis 29,0**
  1. Josef Eder (38 Netto-Punkte)
  2. Christian Andresen (37 Netto-Punkte)
  3. Jens Strobl (37 Netto-Punkte)

- **Gewinner der Klasse C – HCP 29,1 bis 54**
  1. Torsten Sabel (50 Netto-Punkte)
  2. Marco Orlic (45 Netto-Punkte)
  3. Sven Meyer (40 Netto-Punkte)

- **Nearest to the Line – sponsored by Citadel Hotelsoftware GmbH**
  Damen: Andrea Kurtzky
  Herren: Thorsten Benthin

- **Nearest to the Pin – sponsored by Bilfinger ProfiMiet Berlin GmbH**
  Damen: Andrea Kurtzky
  Herren: Jörg Schenk

links außen: Champagnerempfang – sponsored by VRANKEN-POMMERY Deutschland & Österreich GmbH

links: Jörg Schenk, Axel Backwinkel, Heiner Betram

Dirk Walther, Dierk Harneid, Gabriele Maessen, Willy Weiland , Franz-Josef Wiesemann

Food Show-Truck – sponsored by METRO Cash & Carry Deutschland GmbH

Ellen Hürst, Petra Didszilatis, Jutta Meierling-Niroomand, Heike Seebaum

Fotos: Carsten Krohn

Willy Weiland, Enrico Luplow, Ellen Hürst

Das neue **SelfCookingCenter®**

5Senses

99 % unserer Kunden sind sehr zufrieden.
TNS Infratest
Kundenzufriedenheitsanalyse 2013.

Das weltweit einzige intelligente Kochsystem, das fühlt, erkennt, mit- und vorausdenkt, von Ihnen lernt und sich mit Ihnen verständigt, um Ihr Wunschergebnis zu erreichen.

Bringt viel. Verlangt wenig.
Unterstützt Sie perfekt.

Kochen Sie mit uns.

www.rational-online.de

RATIONAL®

Hotelsterne unter der Lupe

Reisende schätzen sie mehr denn je als Orientierungshilfe

Foto: © Ilse Dunkel (ille)/pixelio.de

93 Prozent der Gäste informieren sich vor ihrer Buchung auf einem Internetportal über die Erfahrungsberichte anderer Reisender.

Seit Entstehung des Social Web steigt die Popularität von Online-Bewertungen bei Konsumenten kontinuierlich. So informieren sich bereits 93 Prozent der Gäste vor ihrer Buchung auf einem Internetportal über die Erfahrungsberichte anderer Reisender. Doch wer an eine prinzipielle Überlegenheit subjektiver Bewertungsportale glaubt, die eine verbandlicherseits organisierte Sternevergabe obsolet macht, der irrt. Denn die Hotelklassifizierung hat weiterhin signifikant positiven Einfluss auf die Erlössituation der Hotels. Ihre Bedeutung nimmt sogar noch zu. Hotelsterne sind die Orientierungsgröße der Hotelqualität. Über Jahrhunderte sind sie gleichsam zur „natürlichen" Maßeinheit der Branche geworden. In Deutschland rief der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA) zum 1. August 1996 die Deutsche Hotelklassifizierung zur besseren Vermarktung der Hotels über elektronische Buchungssysteme ins Leben.

Anteil der Sterneanhänger steigt an

Mit ihren 270 objektiven Kriterien, die in regelmäßigen Abständen im Verbund der europäischen Hotelstars Union den sich ändernden Gästeerwartungen angepasst werden, legt die Deutsche Hotelklassifizierung ein aussagekräftiges Raster über das Hotelangebot. Damit schafft sie eine besondere Qualität an verlässlicher Produktsicherheit. Denn in den weiten Meeren subjektiver Meinungen schätzt der Reisende mehr denn je den objektiven Anker der offiziellen Hotelsterne: Deutschlandweit zählen die Hotelsterne neben persönlichen Empfehlungen (74 %) und Online-Bewertungen (52 %) mit 47 % der Nennungen zu den drei wichtigsten Orientie-

rungshilfen für Privatreisende bei der Hotelauswahl. Im Vergleich zum Jahr 2008 stieg der Anteil der Sterneanhänger sogar um etwas mehr als sechs Prozentpunkte an.

Gäste machen sich das Beste aus beiden Welten gezielt zunutze

Diese Entwicklung zeigt, dass die Sternevergabe nicht in Konkurrenz zu Online-Bewertungen steht, sondern vielmehr in Ergänzung. Beide Systeme nehmen unterschiedliche Funktionen wahr: Die offiziellen Hotelklassifizierungen erlauben dem Gast anhand seiner preislichen sowie qualitativen Vorstellungen eine Vorauswahl aus einem schier übergroßen Angebot. Ist eine Liste der engeren Wahl getroffen, helfen wiederum Online-Bewertungen bei der finalen Entscheidungsfindung. Sie beruhen auf den persönlichen Eindrücken

Foto: © Tim Reckmann/pixelio.de

der Hotelgäste und geben Auskunft darüber, ob und inwiefern die subjektiven Gästeerwartungen erfüllt wurden. Der Gast hat es also längst verstanden, sich das Beste aus beiden Welten für seine individuellen Zwecke gezielt zunutze zu machen, und schätzt traditionelle Hotelsterne auch weiterhin als Orientierungshilfe. Das mag ihm so direkt bewusst sein oder auch nicht.

Portalsterne haben eher geringe Aussagekraft

Wie sollte der Gast auch allein auf Basis der subjektiven Bewertungsportal-Informationen eine Auswahl zwischen einem Hostel und einem Luxushotel treffen, wenn beide ein identisches Rating von 4,8 auf einer bis 6 reichenden Skala aufweisen? Oder benötigt er nicht zeitgleich die verlässliche, belastbare Einstufung des Hotelstandards nach objektiven Kriterien, vor deren Hintergrund sich die Erwartungshaltung der anderen Gäste gebildet hatte?

In diesem Punkt unterscheiden sich die Sterne der Deutschen Hotelklassifizierung auch wesentlich von sogenannten Portalsternen, die einige Buchungsportale ihren Hotelkunden zuerkennen. Diesen liegen in aller Regel keine einsehbaren und nachvollziehbaren Kriterien zugrunde. Erst recht besteht kein Einstufungsanspruch des Hoteliers.

Zudem scheinen die Portalsterne auch individuelle Eindrücke von Gästen mit Hardwarekriterien zu vermengen und sind somit selbstreferenziell, haben trotz ihrer zunehmenden Verbreitung eine eher geringere Aussagekraft. Vor diesem Hintergrund werden es auch zukünftig die offiziellen Hotelsterne sein, die in Kombination mit den subjektiven Bewertungen die wichtigsten Entscheidungsparameter für eine transparente Hotelauswahl darstellen. ■

Deutschlandweit zählen die Hotelsterne neben persönlichen Empfehlungen (74 %) und Online-Bewertungen (52 %) mit 47 % der Nennungen zu den drei wichtigsten Orientierungshilfen bei der Hotelauswahl.

Berlin elektrisiert

Die Berliner Agentur für Elektromobilität eMO gibt auch der Gastgeber-Branche Impulse in Sachen Elektromobilität

Foto: © Berlin Partner, Foto: D. Lässig

Foto: © eMO

Elektroautos, E-Bikes, E-Taxis, die schmucken, neuen Elektrobusse der BVG mit dem interessanten Namen „Urbino 12 electric“, Segways, immer mehr öffentliche Ladestationen an Straßen und Plätzen – in Berlin ist die Elektromobilität präsenter als oftmals oberflächlich angenommen, schließlich fahren hier die meisten Elektrofahrzeuge des Landes. Welches Potenzial steckt in der Elektromobilität? Welche Möglichkeiten eröffnet das neue e-mobile Leben der Gastgeber-Branche? Gibt es einen Mehrwert für die Gäste? Antworten auf diese und weitaus mehr Fragen gab die Veranstaltung „Elektromobilität & Tourismus“ des gemeinsamen Projektes „eMobility in Mitte“ des Bezirksamts Mitte mit der Agentur eMO Berlin Ende August im Mövenpick Hotel durchführte. Seit fünf Jahren ist die eMO Berlin zentrale Anlaufstelle für Elektromobilität in der Hauptstadtregion. Sie bündelt die Kompetenzen aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Verwaltung. Die Agentur vernetzt und koordiniert die Akteure, gewinnt neue Partner für regionale, nationale und internationale Projekte und treibt Aktivitäten voran.

Der Veranstaltungsort war nicht zufällig gewählt, denn das Mövenpick Hotel setzt seit Längerem verstärkt auf das Thema. „Das ist kein kurzlebiger Trend, sondern ein Gebot der Vernunft und zunehmend ein Kriterium für Gäste bei der Entscheidung, welches Hotel sie wählen“, so General Manager Frank Hörl. „Wir empfehlen unseren Gästen gern, die Stadt mit Fahrrad, ÖPNV oder Elektrotaxi umweltschonend zu erkunden. Erfolgreich kooperieren wir mit allen gängigen Carsharing-Anbietern in Berlin.“ Und selbstverständlich bietet das 4-Sterne-Haus im Innenhof auch einen Parkplatz mit Ladestation für E-Cars.

Auf der Veranstaltung informierten Experten über innovative Lösungen, aktuelle Entwicklungen und erfolgreiche Praxisbeispiele. „Hotellerie und Gastronomie haben das Potenzial, Wegbereiter und Katalysator für die Elektromobilität in der Hauptstadt zu sein“, fasste Gernot Lobenberg, Leiter der eMO Berlin, zusammen. eMO stellte das Förderprojekt „InitiativE Berlin-Brandenburg“ vor, das Unternehmen, Behörden und Privatleuten den Einstieg in die Elektromobilität durch vergünstigte Leasing-Konditionen für eFahrzeuge und Plug-in-Hybride erleichtert. Das Bundesumweltministerium (BMUB) bezuschusst die Mehrkosten im Vergleich zu einem herkömmlichen Fahrzeug per Leasing-Förderung und fördert in Verbindung mit einem InitiativE-Fahrzeug auch die Installation von Ladeinfrastruktur mit 45 % der reinen Hardware-Kosten via Leasing.

„Hoteliers und Gastronomen haben zwischen umweltfreundlichem Stadttransport und Elektromobilitäts-Dienstleistungen viele Möglichkeiten sich zu positionieren und zu profilieren“, weiß Gernot Lobenberg. „Die eMO berät interessierte Gastgeber gern, was möglich ist und wirtschaftlich Sinn hat. Für Häuser, die sich mit Green Meetings als umweltbewusster Veranstaltungsort etablieren, ist Elektromobilität ein Schlüsselthema. Elektromobilität macht Spaß, sie stinkt nicht und macht keinen Lärm – das passt doch ideal zum Tourismus.“ ■

www.emo-berlin.de/initiative
www.moevenpick-hotels.com/Berlin

Power mit Weitblick

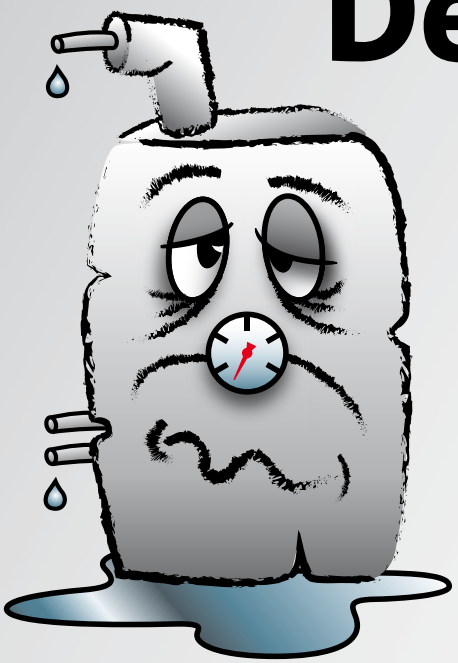
Energieeffizienz ist für Hotellerie und Gastronomie mehr als ein Gebot der Vernunft

Nachhaltigkeit ist längst mehr als ein Trend in der Hotellerie und Gastronomie. Hohe ökologische Standards sind nicht nur ein Gebot der Vernunft, sondern zunehmend ein Entscheidungskriterium für Business- und Leisuregäste. Gleichzeitig schlucken Energiekosten einen hohen Anteil des Umsatzes im Betrieb. In der Gastronomie und Hotellerie sind dies bereits zwischen 5 und 10 %, Tendenz steigend. Hinzu kommen neue oder sich verändernde Regelungen und Bestimmungen. Schon allein daher gebührt diesem Thema besondere Aufmerksamkeit. Der DEHOGA Bundesverband, die DEHOGA-Landesverbände und der Hotelverband Deutschland (IHA) haben vor diesem Hintergrund zusammen mit dem Bundesumweltministerium weitsichtig bereits vor knapp zehn Jahren die DEHOGA Energiekampagne ins Leben gerufen. Die Kampagne will den Hoteliers und Gastronomen dabei helfen, ihren Energieverbrauch nachhaltig und effektiv zu senken. Fast 6.000 Betriebe nutzen bereits das kostenlose Angebot des DEHOGA. Das Gastgewerbe ist damit gleichzeitig die erste Dienstleistungsbranche in Deutschland, die einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz leistet. Die Internetseite www.energiekampagne-gastgewerbe.de bildet den Schwerpunkt der Kampagne und dient als Informationsplattform. Die Betriebe erhalten hier Hilfestellungen und Anregungen rund um das Thema Energiesparen. Egal ob Hotel, Restaurant, Café oder Eckkneipe – jeder kann einen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung leisten.

Übrigens: In jeder Ausgabe von hogaAKTIV finden Sie auf der letzten Seite einen Energie-Spartipp. Dieser verrät Ihnen kurz und knapp simple Maßnahmen zum Sparen von Energiekosten in Ihrem Hotel oder Ihrer Gaststätte.

www.energiekampagne-gastgewerbe.de

german contract schickt
Deutschlands
älteste
Heizkessel
in den Ruhestand.



Mehr Informationen unter
www.germancontract.com

german contract

Hoch zufrieden mit Buderus

Hotelier Christian Berwanger zeigt den Gästen seines Wellness-Hotels in den Allgäuer Alpen gerne das neue Heizsystem mit dem Loganova BHKW-Modul EN50 von Buderus.

Eingebettet in die Allgäuer Alpenwelt liegt das Vier-Sterne Wellness-Hotel „Berwanger Hof“ in Obermaiselstein. Eine Region, die zu jeder Jahreszeit viele Urlauber anlockt. Im Winter allerdings hatte die Idylle manchmal einen Makel – hin und wieder war die Stromversorgung unterbrochen. Dieses Problem haben Hotelbesitzer Christian und Cornelia Berwanger jetzt ein für allemal gelöst: Ein Blockheizkraftwerk Loganova BHKW-Modul EN50 mit 50 kW elektrischer und 80 kW thermischer Leistung stellt dauerhaft die Stromversorgung sicher und liefert Energie für die Heizung und zur Trinkwassererwärmung. Knapp 850 Meter über dem Meer ist es eines der höchstgelegenen BHKWs mit Netzersatzbetrieb. Die vorhandene Anlage mit zwei Öl-Heizkesseln, von denen einer auf Gas umgerüstet wurde, geht nur noch in Spitzenzeiten in Betrieb. „Dadurch können wir unseren Energieverbrauch der Doppelkesselanlage von etwa 590 000 Kilowattstunden im Jahr auf 150 000 Kilowattstunden senken“, freut sich der Hotelier.

oben: Vor der beeindruckenden Kulisse der Allgäuer Alpen liegt das Wellness-Hotel „Berwanger Hof“.

rechts: Gemeinsam umgesetzt haben das Modernisierungsprojekt Heizungsfachmann Dieter Holzberger (links), Hotelier Christian Berwanger (Mitte) und Jürgen Ullemair, Technischer Berater der Buderus Niederlassung Kempten.

Das Thema Energieeffizienz beschäftigt Christian Berwanger seit vielen Jahren. Beim Bau des hoteleigenen Wellness-Centers „Alpenspa“ im Jahr 2008 hatte er bereits vorgesorgt und unter dem neuen Pool – tief im Berg – zwei Stockwerke für die Schwimmbadtechnik und eine neue Energieversorgung angelegt. Diesen Raum konnte er jetzt für das moderne Energiekonzept nutzen. Zunächst allerdings musste eine mehrere Kilometer lange Gasleitung vom Nachbarort Fischen bis zum „Berwanger Hof“ verlegt werden, um das BHKW überhaupt betreiben zu können.

Bei der Planung wurde der Heizungsfachbetrieb Dieter Holzberger aus Fischen von der Buderus Niederlassung Kempten unterstützt. Das neue Energiekonzept sollte möglichst effizient Strom und Wärme liefern für das Hotel, das Schwimmbad, den Sauna- und Wellnessbereich, das Restaurant sowie die Nebenräume – und dies auch bei einer Belegung mit etwa 100 Gästen. Eine besondere Herausforderung war die Anbindung des Nebengebäudes „Heuwirt“, ein Gästehaus mit exklusiven Doppelzimmern und Familienappartements. Dafür war eine zweitägige Straßensperrung nötig. „Insgesamt 100 Meter Versorgungsleitungen für die Heizung mussten verlegt werden sowie 200 Meter Gasleitungen innerhalb des Gebäudes, unter anderem zur Anbindung von Waschmaschinen, Trockner und Gasherd“, so Dieter Holzberger.

Beim Einbau des Loganova BHKW-Moduls EN50 erwies sich die geteilte Ausführung als vorteilhaft. Dadurch war die Einbringung in den Kellerraum einfach möglich. „Das Wärmemanagement im Hotel „Berwanger Hof“ übernehmen

Schwimmbad und Wellnessbereich werden von dem neuen Blockheizkraftwerk umweltschonend mit Wärme und Strom versorgt.

Durch ein Fenster können Gäste einen Blick auf das BHKW-Modul werfen.

Die bestehende Kesselanlage geht jetzt wesentlich seltener in Betrieb.

vier Regelgeräte der Serie Logamatic 4000, die alle über ECO-CAN Bus verbunden sind und so miteinander kommunizieren", erklärt Jürgen Ullemair, Technischer Berater der Buderus Niederlassung Kempten.

Intelligentes Regelsystem

Den Einsatz der bestehenden Doppelkesselanlage, die in das neue System eingebunden wurde, steuern die Regelgeräte Logamatic 4321 und 4322 mit eingebautem Strategiemodul FM458. Darüber hinaus befindet sich jeweils eine Unterstation im Schwimmbadbereich sowie im Nebengebäude. Für die Trinkwassererwärmung stehen Warmwasserspeicher Logalux mit zusammen 2000 Litern zur Verfügung. Das Energiemanagement der Trinkwasserspeicher übernimmt ebenfalls das Regelsystem Logamatic 4000. Die Wärmeverteilung auf der insgesamt 5000 Quadratmeter großen Fläche erfolgt über Heizkörper, Fußbodenheizung und Lüftungsanlagen.
Der Strombedarf des Hotels wird jetzt in erster Linie durch das BHKWModul gedeckt. Nur in Spitzenzeiten bezieht der „Berwanger Hof" Strom vom regionalen Energiedienstleister. Dies ist allerdings selten der Fall, denn ein hoteleigenes Strommanagement steuert den Betrieb der besonders stromintensiven Geräte. So reicht die Leistung des BHKWs sogar bei einer kompletten Belegung des Hotels meist aus. „Wir konnten unsere Energiekosten bereits deutlich reduzieren", freut sich Christian Berwanger. Das BHKW-Modul nutzt die Primärenergie zu 90 Prozent – im Vergleich zu einer getrennten Energieerzeugung (Kraftwerk und Heizkessel) spart ein Blockheizkraftwerk bei gleicher Leistung nahezu 40 Prozent Primärenergie.
Wenn der Hotelier über das Thema Energieversorgung spricht, kommt er beinahe ins Schwärmen. „Interessierten Gästen zeige ich gerne unser neues Heizsystem und erkläre ihnen die Vorteile", sagt Berwanger. Deshalb hat er in den Heizungsraum extra ein Fenster einbauen lassen, sodass Besucher das neue Blockheizkraftwerk und die komplette Technik sehen können. „Energieeffizienz ist ein Thema, das auch die Rentabilität unseres Hauses und die Möglichkeiten der Preisgestaltung beeinflusst. Wer ein Hotel ökonomisch sinnvoll führen will, muss sich der ökologisch zentralen Aufgabe des Energiemanagements stellen", ist der Hotelbesitzer überzeugt.

Loganova BHKW-Modul EN50	
Länge (mm)	2930
Breite (mm)	980
Höhe (mm)	1730
Leergewicht (kg)	2150
Betriebsgewicht (kg)	2350
Heizwärme (°C)	80/70
Elektrische Leistung (kWel)	50
Thermische Leistung (kWth)	88
Gesamtwirkungsgrad	87,7 %

Außer diesem Anlagenbeispiel hat Buderus natürlich noch mehr zu bieten. Unter anderem bodenstehende/wandhängende Brennwertgeräte, Solaranlagen, Frischwasserstationen, Warmwasserbereitung, Fußbodenheizung, Heizflächen und vieles mehr.
Bei Interesse wenden Sie sich bitte an:

Bosch Thermotechnik GmbH
Buderus Deutschland
Dipl.-Ing. (FH) Andreas Merk (Technischer Berater)
Berliner Strasse 1
16727 Velten
Telefon: 03304 3773-173
E-Mail: andreas.merk@buderus.de

Wärme ist unser Element Buderus

In 5. Generation

Kladower Hof – seit 99 Jahren ein Familienbetrieb

In Spandaus südlichstem Teil befindet sich der Ortsteil Kladow, zu erreichen mit Bus, Pkw oder einer BVG-Fähre vom Anleger Wannsee aus. Auch wenn die um Berlin liegenden Bauern- und Fischerdörfer schon 1920 zu Berliner Bezirken wurden, fahren Gatower wie Kladower dennoch bis heute nach Spandau „in die Stadt" und „nach Berlin", wenn sie zum Ku'damm oder zur Friedrichstraße wollen. Im Dorf Kladow befindet sich seit 99 Jahren die Traditionsgaststätte Kladower Hof. Die 1928 geborene Inhaberin und Betreiberin Inge Groß erzählt im Gespräch mit Klaus-Dieter Richter, Vizepräsident des DEHOGA Berlin, von der Geschichte des Hauses und seinen zukünftigen Möglichkeiten.

hoga AKTIV
Frau Groß, Sie sind nach Ihrem Großvater und Vater seit 1971 die dritte Generation, die den Betrieb führt. Seit August 2014 arbeitet nun auch Ihr Enkelsohn Simon mit. Das heißt, fünf Generationen hat der Kladower Hof eine gastronomische Heimat gegeben.

Ich bin sehr glücklich, dass die Familientradition durch meinen Enkel eine Zukunft hat. Er bringt neue Ideen ein und nimmt mir viel Arbeit ab. Unsere familiäre Gastronomie-Geschichte reicht eigentlich mütterlicherseits bis 1750 zurück und darauf bin ich sehr stolz.

hoga AKTIV
War Ihr Werdegang vorgezeichnet? Wollten sie schon in jungen Jahren den Betrieb einmal übernehmen?

Mein Wunschberuf war es, Lehrerin zu werden, aber ich konnte die Lehre wegen der Kriegswirren nicht beenden. Das bedeutete für mich, dass ich mir etwas anderes suchen musste. Ich habe dann in mehreren Berufen und Betrieben, aber auch Restaurants und Bars gearbeitet. Natürlich war es als Tochter selbstverständlich, dass ich im elterlichen Familienbetrieb regelmäßig aushelfen musste.

hoga AKTIV
Wie kam es dazu, dass sich ihre Großeltern 1916 für den Kladower Hof entschieden haben?

Der zehnjährige Pachtvertrag (1906–1916) für das Seglerheim in Kladow lief aus und meinem Großvater wurde dieses Haus angeboten. Obwohl er in den Krieg ziehen musste, hatte er diese Entscheidung nie bereut.

hoga AKTIV
An der Holztheke zapften wohl schon Ihre Großeltern?

Das ist richtig, denn diese Theke steht seit 1905 in diesem Haus und hat nun schon 110 Jahre lang gute Dienste geleistet.

hoga AKTIV
Wie überstand der Betrieb die dunklen 30er-Jahre bis zum Ende des Nationalsozialismus?

1939 wurde mein Vater in den Krieg eingezogen und kam erst 1946 wieder zurück. Meine Mutter hat so gut wie sie es konnte den Betrieb aufrechterhalten – es gab nur sehr wenige Lebensmittel zu kaufen und die eigentlichen Hauptkunden, die Männer, waren im Krieg. Die Feuerwehr Kladow hat aus Platznot in unserem Betrieb übernachtet und zum Dank einen Luftschutzkeller gebaut. Nach dem Krieg musste eine neue Konzession bei den britischen Alliierten beantragt werden und dann ging es 1946 weiter mit dem Kladower Hof.

hoga AKTIV
Waren die britischen Alliierten Stammgäste und wie kamen Sie mit den „Besatzern" aus?

Die Engländer waren unsere Stammgäste und wir hatten sehr guten Kontakt zu ihnen. Sie haben es uns ermöglicht,

may®

INDOOR | OUTDOOR | FURNITURE

664 SEITIGER HAUPTKATALOG KOSTENLOS UNTER WWW.MAY-KG.DE

dass wir trotz aller Entbehrungen den Betrieb aufrechterhalten konnten. Nach wie vor kommen ehemalige Stationierte aus England angereist und besuchen uns. Meist fragten sie nach meiner Person, um sich für die gemeinsam erlebte Zeit im Kladower Hof zu bedanken.

hoga AKTIV
Kladow war doch zu Mauerzeiten ein beliebtes Ausflugsziel der West-Berliner, die sich nach Erholung am Wannsee und im Dorf sehnten, um Ferienfeeling zu empfinden?

Viele Menschen verbrachten in den zahlreichen privaten Unterkünften ihre Ferien und gewannen somit auch Abstand von der nicht sehr weit entfernten Großstadt. Sehr oft hatten wir zum Mittagessen weit über 100 Gäste auf unserer Terrasse zu sitzen, zu besonderen Anlässen waren es sogar bis zu 300 Gäste. Nach dem Fall der Mauer änderte sich vieles. Unsere Gäste erkundeten das weitere Umland und das traditionelle Ausflugsziel am Wannsee war nun nicht mehr so interessant. Nur noch Kladower kamen in unser Haus, wenn sie im Umland wegen der damals maroden Gastronomie-Infrastruktur keine oder nur ungenügende Speisen bekamen. Die Wannsee-Fähre brachte nur noch selten Gäste zu uns.
Das hatte zur Folge, dass wir keinen Mittagstisch mehr anboten und erst am späten Nachmittag öffneten. Der Kladower Hof fiel in einen Dämmerschlaf. Die Umsätze brachen massiv ein und ich konnte diese Zeit nur überstehen, weil ich keine Miete oder Pacht bezahlen musste.

hoga AKTIV
Wie sah das gastronomische Angebot im Kladower Hof aus?

Früher kochte man hier deftige Hausmannskost und mir fällt gerade eines meiner Lieblingsgerichte ein. Ein Frikassee vom Huhn mit Kutteln und frisch gekochten Krebsen. Viel frischen Frisch aus der Havel oder aus dem Glienicker See kauften wir bei den ansässigen Fischern. Zu vielen Feiern, aber besonders zu den Bauern- und Fischerhochzeiten, wurde viel gegessen und getrunken. Die Küche und der Service standen immer unter Druck. Das war bis zum Ende der 80er-Jahre so. Danach servierten wir nur noch ein kleines Imbissangebot, doch zu Veranstaltungen wurde dann auch weiter unsere Hausmannskost serviert.

hoga AKTIV
Welche Brauerei begleitet das Haus seit 1916?
Am Anfang wurde Berliner Kindl ausgeschenkt, aber seit die Spandauer Brauerei an der Neuendorfer Straße in den 30er-Jahren das Schultheiss Bier braut, läuft dieses bis heute durch den Hahn.

hoga AKTIV
Hatten ihre Gäste oder Sie mit dem Nichtraucherschutzgesetz Probleme?

Inge Groß mit ihrem Enkel Simon

Es gab keine Probleme, denn wir hatten zu dieser Zeit schon keine Speisen mehr im Angebot, außer zu Sonderveranstaltungen. Da achteten jedoch die Gäste selbst darauf, dass nicht geraucht wurde. Sogar bei Fußballübertragungen wird von den Zuschauenden heute noch immer das Rauchen nicht geduldet.

hoga AKTIV
Ihr Enkelsohn Simon hat nun eine Cocktailbar vor dem Haus errichtet und lockt damit ein jüngeres Publikum an, das, teilweise auch durch den Bauboom bedingt, nach der Wende zu „Neu- Kladowern" geworden ist.

Die „alten" und „neuen" Kladower empfinden den modern gestalteten Vorgarten als eine gute, alternative Ergänzung zum traditionellen Flair des Kladower Hofs. Das Publikum ist sehr gemischt und es kommen immer wieder neue Gäste hinzu. Angeboten werden Cocktails, Bier, Wein, moderne Mischgetränke und auch kleine, frisch gegrillte Speisen.

hoga AKTIV
Welche Zukunft möchte Ihr Enkel dem Kladower Hof geben?

Er möchte allerhand modernisieren, aber an der Tradition festhalten. Es sollen neue Gäste mit einem veränderten Sortiment gewonnen werden und das Traditionelle gleichzeitig wieder aufleben. Dazu gehören unter anderem Frühschoppen, Skatturniere, Tanz in den Mai und Live-Musik einmal im Monat. Zum Pfingstkonzert und Vatertag in diesem Jahr war der Garten mit über 200 Gästen besetzt! Zur Weihnachtszeit wird es spezielle Angebote geben. Im nächsten Jahr soll nicht nur der St. Patricks Day groß gefeiert, sondern die Fußball-Europameisterschaft mit allen Möglichkeiten präsentiert werden.

hoga AKTIV
Vielen Dank, Frau Groß, für das nette und interessante Gespräch. Schade, dass der Platz begrenzt ist – es gäbe noch so viel festzuhalten von dem, was Sie zu erzählen haben. Der DEHOGA Berlin wünscht Ihnen und Ihrem Enkel Gesundheit und eine erfolgreiche Zukunft! ■

FFS – Die Alternative im Food Service

Im Osten geht die Sonne auf – neue kulinarische Spezialitäten ab 1. Oktober

Als Alternative im Food Service zeichnet sich das Unternehmen FFS Fresh Food Services mit frischen Produkten, kreativen Ideen und einem Gespür für die Food-Trends von morgen aus. Das umfangreiche Sortiment von rund 8.000 Frische- und Tiefkühlprodukten liefert FFS deutschlandweit innerhalb von 24 Stunden an die Kunden aus. Über 100 moderne Multikammer-Fahrzeuge ermöglichen den gleichzeitigen Transport von Frischwaren und TK-Artikeln.
Nun hat der innovative Food Service sein Sortiment erweitert und offeriert ein umfangreiches Angebot von typischen Fleisch- und Wurstspezialitäten aus dem Osten Deutschlands zwischen Mecklenburg-Vorpommern und Thüringen, darunter Grützewürstchen, Semmelleberwürstchen und Gurkenbockwurst. Alle Produkte kommen aus traditioneller handwerklicher Herstellung.
Ein weiteres Plus: Durch die Nähe zu Berlin garantiert FFS kurze Lieferwege und damit kompromisslos frische Produkte über das gesamte Sortiment.
Ansprechpartner für die Berliner Hotellerie und Gastronomie ist Verkaufsleiter Frank Madanz.

FFS Fresh Food Services GmbH & Co. KG
Telefon: 0 800 / 337 83 26
www.ffs-team.de

FRESH FOOD SERVICES
FRISCH. FLEXIBEL. SCHNELL.
Die Alternative im Food Service

Urlaubsanspruch bei Wechsel in Teilzeit

In zwei richtungsweisenden Entscheidungen sprach sich der EuGH (22.04.2010 – C 486/08, 13.06.2013 – C 415/12) dafür aus, dass bei einem Wechsel von Vollzeit in Teilzeit der bereits entstandene Urlaubsanspruch durch den Wechsel nicht gekürzt werden dürfe. Nun setzte sich auch das BAG (10.02.2015 – 9 AZR 53/14 (F)) mit der Thematik nochmals auseinander: Ein Arbeitnehmer mit einem tariflichen Urlaubsanspruch in Höhe von 30 Tagen wechselte am 15.7.2010 von Voll- in Teilzeit (4 Tage/Woche) und beantragte danach zum ersten Mal in diesem Kalenderjahr Urlaub. Der Arbeitgeber gewährte ihm lediglich 24 Tage, woraufhin der Arbeitnehmer geltend machte, dass ihm weitere Tage zu stünden.
Das BAG folgte den Vorgaben des EuGH in Abkehr von seiner bis dato ständigen Rechtsprechung – wenn auch nicht ganz ohne Skepsis – und gab dem Arbeitnehmer Recht. Dessen Urlaubsanspruch sei auf Basis der Vollzeitbeschäftigung am 1.1.2010 in vollem Umfang entstanden und dürfe auch nicht aufgrund des Wechsels gekürzt werden. Es bestünde keine Pflicht/Obliegenheit des Arbeitnehmers, während der Vollzeitbeschäftigung seinen Urlaub in Anspruch zu nehmen. Ferner sei ein Kürzungstatbestand mit dem Wechsel in Teilzeit nicht gegeben.
Festzuhalten ist, dass sich die Entscheidung auf Sachverhalte bezieht, in denen der Urlaubsanspruch auf Vollzeitbasis bereits entstanden war, nicht jedoch auf Fälle, in denen vor Entstehen des Anspruchs die Reduzierung der Arbeitszeit bereits feststeht. In diesen Fällen ist eine anteilige Berechnung – jeweils bezogen auf die Abschnitte der unterschiedlichen Arbeitszeitvolumina – weiterhin zutreffend.

Dr. Thomas Barthel
Rechtsanwalt
Fachanwalt für Arbeitsrecht
Tel: +49-30-26471-343
E-Mail: Thomas.Barthel@bblaw.com

Khayreddin Karboul
Rechtsanwalt
Tel.: +49-30-264 71- 334
E-Mail: Khayreddin.Karboul@bblaw.com

BEITEN BURKHARDT
Kompetenz zählt. Individualität gewinnt.

Foto: © visitBerlin

„Pop into Berlin“: Berlin auf Europa-Tournee

visitBerlin und be Berlin präsentieren Berlin-Läden in fünf europäischen Metropolen

Pop into Berlin“ – erstmals öffnet *visitBerlin* in Kooperation mit be Berlin dieses Jahr eigene Berlin-Läden in den Innenstädten von Stockholm, London, Wien, Amsterdam und Paris. Jeweils eine Woche lang werben innovative und trendige Berliner Marken und Start-ups für das kreative und lebenswerte Berlin. Besucher der Pop-up-Stores sind eingeladen, sich über die Stadt als attraktives Reiseziel und Kreativ-Standort zu informieren und sich vom Berliner Lebensstil inspirieren zu lassen.

„Erstmals gehen wir mit Berliner Labels auf Europa-Tour und besuchen unsere Kernmärkte. In den Pop-up-Stores vermitteln wir durch trendige Produkte ein authentisches Berlin-Gefühl. Ein Stück Original-Berlin gibt’s vor Ort zum Ansehen und Mitnehmen. Aber nicht nur Labels und damit die kreative Seite Berlins gehen auf Tour. Uns begleiten auch Botschafter der Stadt aus Politik und Wirtschaft, mit denen wir gemeinsam Berlin-Events durchführen, um so für Berlin und Reisen in unsere Stadt zu werben“, sagt Burkhard Kieker, Geschäftsführer von *visitBerlin*.

visitBerlin stellt mit 21 Marken und Start-ups eine breite Palette an innovativen Berliner Ideen und Produkten aus den Bereichen Design, Möbel, Gastronomie und Technik vor. Die Stores werden mit einem Mix aus Berliner Kultur, Unterhaltung und Produkt-Präsentationen bespielt. Die Berlin Night bietet ein hochkarätiges Kulturprogramm für die lokale Tourismus- und Kongressbranche sowie die Wirtschaftsszene; ein Investorenpanel zeigt die Potenziale des Wirtschaftsstandorts Berlin auf. Sonderaktionen und Event-Formate der Labels und Start-ups runden das Programm ab. Informationen unter

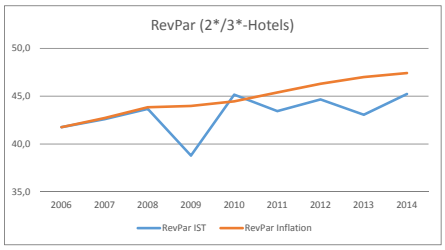
www.popinto.berlin und #popintoberlin

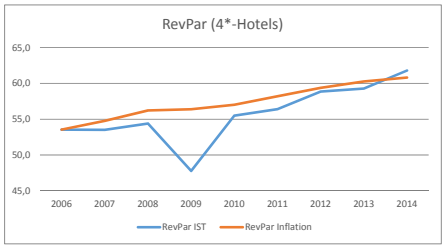
Termine „Pop into Berlin“

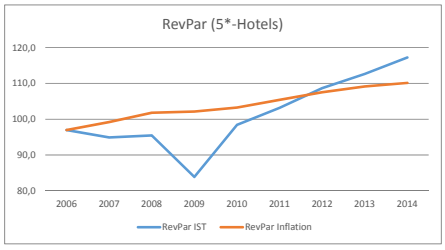
Schweden, Stockholm	21. bis 27. September
Großbritannien, London	05. bis 11. Oktober
Österreich, Wien	02. bis 07. November
Niederlande, Amsterdam	16. bis 22. November
Frankreich, Paris	07. bis 12. Dezember

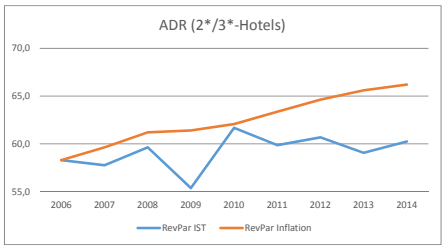
Mehrwertsteuersenkung für Übernachtungen

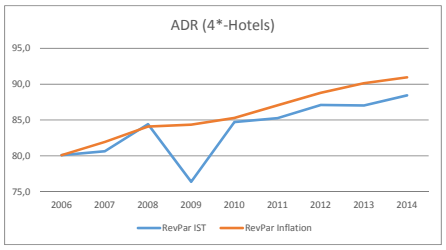
Mogelpackung oder Wachstumsmotor?

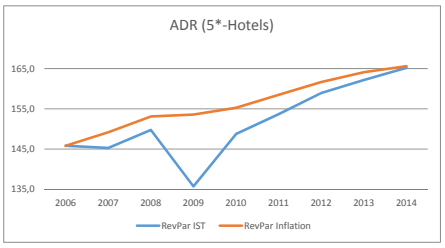












Die Mehrwertsteuersenkung im Jahr 2010 war ein politisches Signal und glich Wettbewerbsnachteile der deutschen Hotellerie aus, denn in 21 EU-Ländern galten niedrigere Mehrwertsteuersätze. Die Branche erhoffte sich mit der Steuersenkung Spielraum für Investitionen in einer Zeit erheblicher Umsatzrückgänge. Nur so könne die Hotellerie in Deutschland endlich wieder auf Augenhöhe mit ihren europäischen Mitbewerbern agieren, fasst der DEHOGA Bundesverband seine Position zusammen.

Doch was brachte die Steuerentlastung bei der Rate nun tatsächlich? Die Zahlen zeigen, dass die 7 Prozent für die Hotellerie seit 2010 die Einbußen bei den Zimmerraten durch die Finanzkrise 2009 nicht auffingen: Im betrachteten Zeitraum zwischen 2006 und 2014 war RevPar-Wachstum vorwiegend auf eine stark steigende Nachfrage zurückzuführen. Die Ratensteigerung blieb in allen Kategorien hinter der Inflation zurück.

In Zusammenarbeit mit der AHGZ haben wir deutschlandweit 229 Hotels aller Kategorien analysiert, die im gesamten Betrachtungszeitraum (2006-2014) ohne Unterbrechungen am Markt aktiv waren. Der in diesem Zeitraum tatsächlich erreichte RevPar (RevPar IST) wurde mit dem inflationsbereinigten RevPar (gleichbedeutend mit einem Nullwachstum) verglichen. Ebenso wurde mit dem Netto-Zimmerpreis (ADR IST) verfahren.

Die 2- und 3-Sterne-Hotels wiesen 2006 einen RevPar von 41,8 Euro aus. Berücksichtigt man die Inflation, sind diese 2014 genauso viel wert wie der RevPar Inflation von 47,4 Euro. Der RevPar IST liegt jedoch bei nur 45,2 Euro. Daraus folgt, dass der RevPar in dieser Kategorie real zurückging, auch wenn er nominal über dem Wert von 2006 liegt. Die jährliche Steigerung allein durch die Inflation beträgt im Schnitt 1,6 Prozent. Die reale jährliche Steigerung beträgt in diesem Fall aber nur 1 Prozent. Nur wenn die durchschnittliche jährliche Steigerung des IST-Werts über den 1,6 Prozent Inflation liegt, hat auch ein reales Wachstum stattgefunden. Die Rate hat sich im Vergleich zum Startjahr kaum geändert. Gemildert werden die Auswirkungen der schwachen Preisentwicklung auf den RevPar nur durch die gestiegene Belegung, die im jährlichen Durchschnitt um 0,7 Prozent wuchs.

Beim RevPar für alle untersuchten Hotels war erst ab 2013 reales Wachstum zu beobachten. Im jährlichen Durchschnitt wuchs der RevPar um 2 Prozent. Gleichzeitig bewegte sich die Rate aber deutlich unter dem Wert, der auch nur für ein Nullwachstum nötig gewesen wäre. Im jährlichen Durchschnitt stieg die Rate nur um 1,2 Prozent. Das Wachstum entsteht hier also nur durch die deutliche Nachfragesteigerung von 0,8 Prozent im Jahresdurchschnitt.

Die 5-Sterne-Hotels erreichten ein reales Wachstum beim RevPar bereits ab 2012. Im Jahresdurchschnitt betrug das Plus 2,4 Prozent. Auch hier ist vor allem die Nachfrage gestiegen (0,8%). Der Blick auf die Grafik zeigt aber auch, dass sich die Rate, die durchgehend unterhalb der inflationsbereinigten Zimmerrate lag, zumindest im vergangenen Jahr an den inflationsbereinigten Wert angeglichen hat. Bei den 4-Sterne-Häusern erreichte die Rate nach der Mehrwertsteuersenkung 2010 zwar fast wieder den inflationsbereinigten Vergleichswert ADR IST, fiel aber anschließend wieder dahinter zurück.

Also viel Lärm um nichts? Das ist zu eng gefasst, denn unbestritten entstanden Spielräume für Investitionen und Arbeitsplätze. ■

www.fairmas.com

Zeit für einen Umbruch

Zeit für einen Umbruch – Füchse starten mit neuer Mannschaft und neuem Trainer in die Saison 2015/2016 – und holen gleich den ersten Titel

Die DKB Handball-Bundesliga geht in die 50. Spielzeit. Und auch bei den Füchsen gibt es ein Jubiläum zu feiern. Seit 10 Jahren spielen die Berliner mit dem Namen Füchse Berlin und unter der Leitung von Geschäftsführer Bob Hanning. In dieser Zeit haben sie den DHB-Pokal nach Berlin geholt und dürfen sich Europapokal-Sieger nennen. Und in die neue Saison sind sie gleich mit einem weiteren Titel gestartet: Mit einer neu formierten Mannschaft haben sie die Vereins-WM in Katar gewonnen.

Erneut rücken Jungfüchse in den Profikader auf

Erlingur Richardsson heißt der Isländer, der seinen Landsmann Dagur Sigurdsson beerbt. Der neue Trainer ist von Westwien an die Spree gewechselt. In der Mannschaft gibt es gleich sechs neue Gesichter. Der Kroate Jakov Gojun kam von HB Paris Saint-Germain und ist der neue Abwehrchef. Er übernimmt die Rolle von Denis Spoljaric, der wegen seiner Handverletzung schon vergangene Saison gefehlt hatte. Sein Landsmann Drago Vukovic wurde schon vor einem Jahr verpflichtet. Der kam vom TuS N-Lübbecke nach Berlin. Der Isländer Bjarki Már Elisson war der absolute Wunschspieler des neuen Trainers. In der vergangenen Saison war er beim ThSV Eisenach in der 2. Liga Torschützenkönig. Von der HSG Wetzlar kam der Norweger Kent Robin Tönnesen zu den Füchsen. Er soll ein wichtiger Faktor im Rückraumspiel werden und mit Fabian Wiede ein Gespann bilden. Am Kreis haben sich die Füchse mit Ignacio Plaza Jiménez verstärkt. Der noch sehr junge Spanier ist später zur Mannschaft gestoßen, weil er noch bei der Junioren-WM in Brasilien im Einsatz war. Und als Letzter ist der Bosnier Faruk Vrazalic nach Berlin gekommen. Er wurde als Ersatz für den verletzten Rechtsaußen Mattias Zachrisson, der bis Ende des Jahres ausfällt, verpflichtet. Neben ihnen sind mit Kevin Struck, Moritz Schade und Fynn-Ole Fritz drei Jungfüchse aus dem eigenen Nachwuchs in den Profikader aufrücken.

Klares Saisonziel

A propos Verletzung. Auch zu Beginn dieser Saison bleibt den Füchsen das Verletzungspech leider treu. In der Vorbereitung mussten Mattias Zachrisson und Rückraum-Talent Paul Drux an der Schulter operiert werden und fallen beide ein halbes Jahr aus. Trotzdem ist auch für die neue Saison das Ziel klar: Die Füchse wollen sich wieder einen Startplatz im internationalen Wettbewerb sichern. ■

www.fuechse.berlin

VATTENFALL

Natürliche Energie für Ihre Zukunft

Der exklusive Stromtarif – **Profi Natur12 Partner**

- mit Preisvorteil für DEHOGA-Mitglieder
- Bestpreis-Abrechnung nach Verbrauch
- 12 Monate eingeschränkte Preisgarantie*
- 100 % regenerativer Strom
- zertifiziert durch den TÜV Nord

TÜV NORD
TÜV NORD Umweltschutz GmbH & Co. KG
Geprüftes Ökostromprodukt

Gleich informieren beim DEHOGA Berlin oder auf **vattenfall.de/verbaende-berlin**

*Ausgenommen von der eingeschränkten Preisgarantie sind die „staatlichen Komponenten“ nach § 7 Abs. 9 der AGB sowie neue Steuern, Abgaben oder sonstige neue staatliche Mehrbelastungen im Sinne von § 7 Abs. 7 der AGB. Mindestvertragslaufzeit 12 Monate.

Vom Food-Stand zum Restaurant

Die neue Berliner Gründer-Welle

Die neuen Streetfood-Märkte und -stände der Stadt geben Gründern die Chance, ihr Kernprodukt „in vivo“ zu testen, bevor sie den Schritt zur Restaurant-Eröffnung gehen.

Mit ihrem um einen dicken Baumstamm herum errichteten Korea-Food-Imbiss „BanBan Kitchen“ haben sich Linh Vu und Mark Roh auf der Hermannstraße in Neukölln einen Namen gemacht. Jetzt hat das Duo in der Schillerpromenade das Restaurant „Pig & Tiger“ eröffnet und macht damit den Schritt von der Selbst- zur Full-Service-Bedienung, von der kleinen Snack- zur großen Restaurantkarte und von der winzigen Zubereitungs- zur geräumigen Vorbereitungsküche.

Ähnlich „hellogoodpie“: Gestartet auf dem „Street Food Thursday“, bekommt man die hausgemachten Pies jetzt auch im Restaurant in der Kreuzberger Falckensteinstraße. Vom Streetfood-Stand zum kleinen Imbisslokal ging es auch für das arabische „Koshary Lux“ und für die Taiwan-Burger von „Bun Bao“. Sie alle nutzten die Food-Märkte, um ihr Produkt live zu testen, Standards zu entwickeln, eine Zielgruppe und eine Social-Media-Fanbase aufzubauen. Streetfood als Testmarkt für Gastro-Gründer. ■

i Mehr Trends und Ideen auf dem Blog von Jan-Peter Wulf:
www.nomyblog.de

Frische im Kraftwerk

Kulinarisches Sechs-Abende-Rennen mit Food von der Metro Berlin

Metro Berlin wird auch in diesem Jahr die Berlin Food Week unterstützen. An den sechs Abenden vom 29. September bis 4. Oktober wird die Metro Partner des temporären Restaurants Food Clash Canteen im Kraftwerk in Berlin-Mitte sein. Jeder Abend wird einzigartig und kulinarisch unverwechselbar sein – nicht zuletzt dank der großen Auswahl an frischen Top-Produkten der Metro, die in Sachen Vielfalt und Buntheit der Anzahl an Kochrichtungen in nichts nachstehen wird.

Insgesamt wirken 32 Köche, mit je einem Motto pro Abend: Hier kocht der Stuttgarter Sternekoch, der Hamburger Untergrundkämpfern mit türkischen Wurzeln, und deutsche Spitzenköche liefern eine Bühne für knackiges Gemüse und zartes Grünzeug. Unter die Berliner Gourmetköche und Gastro-Autodidakten mischen sich auch Kochstars und Nachwuchstalente aus anderen Ecken der Republik und von internationalem Renommee.

Zu jedem innovativen Menü gibt es die passende Weinbegleitung und als Aperitif entweder den Berlin Food Week Signature Drink Chug Berlin oder einen prickelnden Jahrgangssekt von Reichsrat von Buhl. Durch den Abend führen Gastgeber mit Knowhow – Sommeliers, Serviceprofis und Gastrokenner versorgen die Gäste nicht nur mit den nötigen Informationen zu den Kunstwerken auf ihren Tellern, sondern auch mit Details zum Flüssigen im Glas. Entdecken können Genießer

diese kontrastreiche Food-Welt im ehemaligen Heizkraftwerk in der Köpenicker Straße in Berlin Mitte. Das Gebäude aus den 60er Jahren wurde aufwendig renoviert und umgebaut. Als Raum voller Energie bietet es den perfekten Rahmen für die dynamische Food-Szene Berlins.

Bei Interesse zu den Angeboten der Metro und unserem Lieferservice stehen die vier Berliner Großmärkte als Ihre Ansprechpartner zur Verfügung:

METRO Buckower Chaussee 25-35, 12277 Berlin
Kundenmanagement: 762 80 – 334

METRO An der Ostbahn 5, 10243 Berlin
Kundenmanagement: 275 712 - 334

METRO Nonnendammallee 135, 13599 Berlin
Kundenmanagement: 354 82 – 334

METRO Grünauer Straße 5, 12529 Schönefeld
Kundenmanagement: 633 149 – 334

www.metro.de

BERLIN & METRO

Hotelreinigung – wichtige Management-Aufgabe

CMS 2015 Berlin bedeutendste Reinigungsfachmesse des Jahres

Professionelle Reinigung, Sauberkeit und Hygiene sind in der Hotellerie wesentliche Wohlfühlfaktoren. Was für den Gast eine Selbstverständlichkeit ist, stellt das Management einer Beherbergungsstätte vor große Herausforderungen. Was muss man als verantwortlicher Einkäufer, als Direktor oder Hausdame beachten, um sich für den richtigen seriösen Dienstleister in der Hotelreinigung zu entscheiden?

Seminar gibt Tipps für Hotelbetreiber und Dienstleister

Mit dieser Frage setzt sich das Seminar mit dem Titel „Hotelreinigung – wichtige Tipps für die erfolgreiche Zusammenarbeit von Hotel und Dienstleistern" auseinander. Das Seminar findet am 24. September von 11 bis 14 Uhr auf der Internationalen Reinigungsfachmesse CMS Berlin 2015 statt (Raum Ulm, Halle 2.2). Die Referentin Marlene Meyer zeigt die wesentlichen Punkte auf – von einzuhaltenden rechtlichen Rahmenbedingungen über Qualitätsanforderungen bis hin zum Mitarbeitertraining des Dienstleisters. Im Anschluss an das Seminar findet ein geführter Rundgang auf der CMS statt. Die Teilnahme am Seminar ist bei vorheriger Online-Anmeldung kostenfrei: www.cms-berlin.de/Rahmenprogramm Events/CMS-Praxisforum.

Kompletter Marktüberblick

Alle wichtigen Marktführer haben sich zur CMS 2015 angemeldet und eine ganze Palette von Innovationen und Weiterentwicklungen bei Reinigungsmaschinen und Reinigungsmitteln auf 25.000 Quadratmetern Hallen- und Freigeländefläche angekündigt. Dies macht die CMS auch in diesem Jahr wieder zum Top-Ereignis der Reinigungsbranche in Europa. Der Messestandort Berlin liegt im Zentrum des stärksten Marktes für gewerbliche Reinigungstechnik und Reinigungschemie in Europa. Daher besitzt die CMS große Anziehungskraft für Unternehmen und Dienstleister aus allen Segmenten dieses Wirtschaftsbereichs.

CMS
Cleaning.
Management.
Services.

Über 360 Aussteller aus 20 Ländern sowie mehr als 16.000 Fachbesucher aus 65 Ländern werden die Messe zur Information, zur Anbahnung von Geschäftskontakten und zur Intensivierung von bestehenden Kundenkontakten nutzen. Die CMS Berlin 2015 ist vom 22. bis zum 25. September von 10 bis 17 Uhr auf dem Berlin ExpoCenter City geöffnet. Die Tageskarte kostet 21 Euro, die Dauerkarte 32 Euro. Das Ticket gibt es online unter Besucher-Service auf

www.cms-berlin.de

Inszenierung mit Mehrwert

Neu: herzhaftes Fingerfood von Coup de pates®

Längst wird Fingerfood nicht mehr nur bei Empfängen, Events und Konferenzen, sondern auch als Amuse Gueule oder Vorspeise angeboten. Coup de pates®, die Premium-Marke von Hiestand & Suhr, steht für hochwertige Produkte in verschiedenen Convenience-Graden. Auch die neuen herzhaften Fingerfood-Kreationen vereinen wieder die Vorteile tiefgekühlter Convenience-Produkte mit der Qualität traditionell-handwerklicher Herstellung.
Gäste schätzen die mundgerechten Happen, die sie aus einer Vielzahl wählen und probieren können, ohne dass sich ein schnelles Sättigungsgefühl einstellt. Diesem Wunsch nach zunehmender Vielfalt kann der Gastgeber mit hochwertigen Convenience-Produkten entsprechen. Diese können zudem gelingsicher in gleichbleibend hoher Qualität ohne großen Aufwand punktgenau zubereitet und angeboten werden.

Die Coup de pates® Geschmacksexplosion

Geschmacksexplosion nennen sich die exquisiten Kreationen von Coup de pates®: Acht verschiedene Produkte, die mit außergewöhnlichen Zutaten und kreativen Geschmacks-Kompositionen begeistern. Französische Entenleberpastete, die von einer Gewürz-Zartbitterschokolade am Stiel ummantelt wird: voilà – der Lolli von Coup de pates®. In der Tasche einer Mini-Tortilla macht ein Kaisergranat in Safrancreme, fein drapiert mit roten Paprikafäden, Appetit. Gehalten wird die Kreation mit einer kleinen Holzklammer.
Die in Manufakturen fertig hergestellten Produkte werden in tiefgefrorenem Zustand bereits auf einer schwarz lackierten Servierplatte geliefert. Die Produkte müssen nicht nochmals umgesetzt werden. Das spart Zeit bei der Vorbereitung und vermeidet ein mögliches Beschädigen der Kreationen. Die Produkte werden gekühlt bei 0 bis 4 °C Auftautemperatur in 2 bis 2,5 Stunden aufgetaut und können direkt serviert werden.

Coup de pates® Mini Tartelette Cubes

Das Sortiment von Coup de pates® bietet Produkte in verschiedenen Convenience-Graden. Für Gastgeber, die Convenience-Produkte verarbeiten und diese individuell veredeln möchten, bietet Hiestand & Suhr ausgewählte Basisprodukte an. Die Mini Tartelette Cubes beispielweise sind quadratische Tartelettes aus Mürbeteig, die mit herzhaften Zutaten gefüllt werden können. Das fertige Basisprodukt von Coup de pates® spart Vorbereitungszeit und kann zudem à la minute angerichtet werden. Die Mini Tartelette Cubes werden fertig gebacken und tiefgefroren geliefert. Nach 5 bis 10 Minuten Auftauzeit bei 0 bis 4 °C Auftautemperatur können sie weiter veredelt werden. ■

www.hiestand-suhr.de

City Tax und no-shows

Von der Senatsverwaltung für Finanzen wurde der DEHOGA Berlin darüber informiert, dass es vereinzelt vorkommt, dass Hotels vereinnahmte „no-show-Umsätze“ separat verbuchen und nicht der Übernachtungssteuer unterwerfen. Deshalb noch einmal der Hinweis: Wenn der Reservierungsvertrag nicht vor der geplanten Übernachtung storniert wurde und der Beherbergungsbetrieb das Zimmer für den Gast bereitgehalten hat, tat er dies in Erfüllung seiner vertraglichen Verpflichtung, sodass das hierfür zu zahlende Entgelt der Übernachtungssteuer unterfällt. Diese muss also abgeführt werden.

www.dehoga-berlin.de

Michael Näckel im DEHOGA Berlin-Präsidium

Michael Näckel wurde vom Präsidium des Berliner Verbandes als kooptiertes Mitglied aufgenommen, um ihn aufgrund seiner besonderen Sachkenntnis und seines hervorzuhebenden Engagements für Berliner Gastronomen und Gastronomie in die laufende Präsidiumsarbeit zu integrieren. Näckel ist Inhaber und Geschäftsführer der Papaya-Restaurants in Berlin und langjähriger Bezirksbeauftragter in Friedrichshain-Kreuzberg.

www.dehoga-berlin.de

Berlin Food Week: Gastro-Szene hat Party-Szene als Innovator abgelöst

Die Stadt isst & kocht leidenschaftlich – vom 28. September bis zum 4. Oktober verwandelt sich Berlin in ein wahres Paradies für Foodies, Profis, Genießer und Hobbyköche. Sieben Tage lang widmen sie sich ganz einer der schönsten Nebensachen der Welt und erleben gemeinsam ein interaktives Programm, aufregende Events und kulinarische Höhepunkte. Das Hauptquartier der Berlin Food Week ist das Kraftwerk in der Köpenicker Straße. Darüber hinaus finden zahlreiche kulinarische Veranstaltungen im ganzen Stadtgebiet statt.

www.berlinfoodweek.de

Thomas Altenberger mixt in der VESPER BAR

Thomas Altenberger, gelobt, gefeiert und ausgezeichnet – u. a. als „Barkeeper des Jahres“ 2008 – ist neuer Chef der VESPER BAR am Kurfürstendamm, Institution für die einen, Wohnzimmer für die anderen. Für viele ist Altenbergers Ankunft hier ein sicheres Zeichen für den weiteren Aufschwung der City West. Namensgeber der Bar ist übrigens Ian Fleming, Autor des Romans „Casino Royale“. Die Szene ist legendär: James Bond bestellt einen Drink aus drei Teilen Gin, einem Teil Vodka und einem halben Teil Wermut und benennt ihn nach seiner einzigen großen Liebe – Vesper Lynd. Thomas Altenbergers Liebe zu seiner Arbeit führte ihn von der Bar im Nassauer Hof (Wiesbaden) über Stationen in den Kultbars von Frankfurt (Jimmy‘s und Harry‘s New-York Bar) und München (Pusser‘s Bar) nach Berlin, wo er u. a. in der Bristol Bar, in Harry‘s New-York Bar und in der Lebensstern-Bar im Einstein die Gäste begeisterte.

www.vesper-bar.de

hotelforum: Finalisten für „Hotelimmobilie des Jahres 2015“ stehen fest

Für die Auszeichnung „Hotelimmobilie des Jahres 2015“, die im Rahmen des hotelforum am 7. Oktober verliehen wird, stehen die nominierten Hotels fest. Aus den 23 Hotelbewerbungen dieses Jahres hat die 16-köpfige Jury auf ihrer Sitzung in München folgende drei Finalisten (in alphabetischer Reihenfolge) gewählt: Hafenhotel Meereszeiten Heiligenhafen, Hotel Schani Wien und Hotel Zoo Berlin.

www.hotelforum.org

Steigenberger bildet spanische Jugendliche aus

Die Steigenberger Hotel Group macht ihrer Auszeichnung zum Top-Arbeitgeber 2015 alle Ehre: Gemeinsam mit dem Bund und der Bildungsvereinigung Arbeit und Leben e. V. ermöglicht die Hotelgruppe 15 Jugendlichen aus Barcelona eine Ausbildung in ihren Betrieben, darunter auch in Berlin. Mit einem persönlichen Paten ausgestattet, werden die Jugendlichen vor Ort bei der Wohnungssuche, der Freizeitgestaltung und bei Behördengängen unterstützt. Durch ein bereits absolviertes dreiwöchiges Praktikum in den Betrieben und einen intensiven Sprachkurs sowie Ausflüge und Stadtführungen sind die Kandidaten auf den Alltag in Deutschland vorbereitet.

www.steigenbergerhotelgroup.com

Hilton Worldwide und Primestar Hospitality entwickeln zehn neue Hotels

Hilton Worldwide baut seine Präsenz in Deutschland und Österreich aus und entwickelt zusammen mit Primestar Hospitality (vormals Interstar Hotel GmbH) zehn neue Hotels. Die neuen Standorte werden

Das Hampton by Hilton Berlin Alexanderplatz ist das erste Haus, das von den Kooperationspartnern realisiert wird.

WAS KÖNNEN WIR FÜR SIE TUN?

LEHNEN SIE SICH ZURÜCK, WIR MACHEN DAS FÜR SIE!

Unser Komplettservice umfasst:

Leasingsystem
Unsere textile Vollversorgung nach Ihren individuellen Wünschen.

Hoteleigene Wäsche
Wir waschen Ihre Wäsche schonend nach höchsten Qualitätsstandards.

Mitarbeitergarderobe
Vom Designeranzug bis zur Kochjacke – wir reinigen die Kleidung Ihres Personals, egal ob hoteleigen oder geleast.

Gästewäsche
Wenn Ihre Gäste mal privat etwas zu waschen haben.
Wir machen´s – morgens geholt, abends gebracht.

Mietwäsche
Nutzen Sie unser Wäschelager zur flexiblen Überbrückung kurzfristen Bedarfs.

Textilhandel
Natürlich können Sie bei uns auch sämtliche Hoteltextilien kaufen, vom Teppichboden bis zur Serviette.

... und noch vieles mehr!

Sie haben darüber hinausgehende Wünsche an textilen Dienstleistungen?
Kein Problem! Sprechen Sie uns an, wir helfen Ihnen gerne!

Tel.: +49 (0)30 3116290 – 20 | Fax: +49 (0)30 3116290 – 30
www.fliegel-textilservice.de | info@fliegel-textilservice.de

FLIEGEL TEXTILSERVICE

unter der schnell wachsenden Marke Hampton by Hilton geführt und liegen jeweils in Großstädten der beiden Länder. Die Hotels ergänzen die bereits mehr als 35 Häuser, die sich in der Region unter den Hilton Worldwide Marken in Betrieb oder in Entwicklung befinden. Von diesen werden 13 unter den Focused Service-Marken Hampton by Hilton und Hilton Garden Inn geführt. „Die Vertragsvereinbarung mit Primestar Hospitality für das Hilton Berlin Alexanderplatz am Anfang des Jahres hat den Weg für eine größere Zusammenarbeit in Deutschland und Österreich geebnet", so Patrick Fitzgibbon, Senior Vice President, Development, Europe & Africa, Hilton.

www.hampton.com

NOVUM Hotel Group übernahm Winters

Der bisher größte Deal der NOVUM Hotel Group wurde durch die Übernahme der Winters Hotel Company im Juli 2015 vollzogen, alle sechs Hotels gingen in das Portfolio der Hamburger Unternehmensgruppe über. Durch die Zusammenführung betreibt die Novum Hotel Group nunmehr 55 Hotels mit über 4.400 Hotelzimmern deutschlandweit. „Wir sichern uns mit dieser Übernahme vordergründig 4-Sterne-Produkte an unwiederbringlichen Lagen, wie beispielsweise am Checkpoint Charlie, am Gendarmenmarkt in Berlin-Mitte oder vis-à-vis dem Münchener Hauptbahnhof", so David Etmenan, geschäftsführender Gesellschafter der NOVUM Hotel Group.

www.novumgroup.de

A&O übernimmt „Hotel Kolumbus"

Das Profil als Hotel für Sportler sowie die unmittelbare Nachbarschaft zur Gedenkstätte Hohenschönhausen waren ausschlaggebend: Zum 1. Oktober übernimmt die A&O Hotelkette das Sportlerhotel in der Genslerstraße. Die derzeitige Geschäftsführerin Monika Rink-Baderschneider unterstützt die A&O HOTELS and HOSTELS die nächsten drei Jahre bei der Ausweitung des Sportprofils auf andere Häuser von A&O. Zur Wintersaison 2016/2017 plant A&O Umbauten sowie 100 weitere Betten. 1999 gegründet, betreiben A&O HOTELS and HOSTELS seit dem Jahr 2000 nunmehr in 18 Städten und vier Ländern (Deutschland, Österreich, Niederlande und Tschechien) 27 Hostels.

www.aohostels.com

Gastro Vision Roadshow

Dem vielfach geäußerten Wunsch von Ausstellern und Besuchern, dass die Gastro Vision nicht nur einmal im Jahr stattfindet, kommt Deutschlands führender Branchentreff für Hotellerie, Gastronomie und Catering mit dieser neuen Veranstaltungsreihe nach. Rechtzeitig zur umsatzstarken Herbst- und Weihnachtszeit präsentieren Aussteller und Partner innovative Produkte und Dienstleistungen und geben Impulse zur Steigerung des Umsatzes. Termin in Berlin: Gastro Vision Roadshow Berlin, 29.09.15, 15.00–21.00 Uhr, „einfallsreich Berlin", Leibnizstraße 38, 10625 Berlin

GASTRO ROADSHOW VISION

www.gastro-vision.com

Reederei Riedel Finalist im Wettbewerb „Großer Preis des Mittelstandes"

Erstmals war die Reederei Riedel GmbH zum Wettbewerb „Großer Preis des Mittelstandes" vorgeschlagen. Unter bundesweit über 5.000 Nominierungen wurde das Unternehmen am 5. September 2015 im Rahmen der Gala im Maritim Hotel in Dresden als

Finalisten 2015 aus Berlin/Brandenburg: v.r.n.l.: Heike Hinrichs, Geschäftsführerin Lansinoh Laboratories Inc. Niederlassung Deutschland; Lutz Freise, Geschäftsführer Reederei Riedel GmbH; Heinrich Lüdeke, Geschäftsführer PacTech – Packaging Technologies GmbH; Michael Scharf, Geschäftsführer HAACKE Haus GmbH + Co. KG

Finalist ausgezeichnet. Die Reederei Riedel GmbH betreibt 16 Fahrgastschiffe und zwei Restaurants in Berlin. Lutz und Stefan Freise übernahmen 1996 das ehemalige Einzelunternehmen von einer Erbengemeinschaft. Es ist das erste Unternehmen dieser Branche, das nachhaltig und innovativ in Erscheinung tritt. So betreibt es beispielsweise das erste Solarfahrgastschiff Berlins. Der von der Oskar-Patzelt-Stiftung vergebene „Große Preis des Mittelstandes" ist deutschlandweit eine der begehrtesten Wirtschaftsauszeichnungen.

www.reederei-riedel.de

Take Eat Easy

Das 2013 in Brüssel von Adrien Roose, Chloé Roose, Jean-Christophe Libbrecht und Karim Slaoui gegründete Jungunternehmen startete nun auch in der Hauptstadt. Ab sofort können Berliner Foodies das Essen ihrer Lieblingsrestaurants per Fahrradkurier direkt zu sich nach Hause oder ins Büro geliefert bekommen. Neben einer benutzerfreundlichen Bestellplattform für den Lieferservice setzt Take Eat Easy vor allem auf eine hochwertige Restaurant-Auswahl. Um den Kunden während des Bestellvorganges bestmöglich zu umsorgen, gibt es de-

Take Eat Easy-Gründer

taillierte Restaurant-Beschreibungen und Fotos der wählbaren Speisen. Seit Ende August ist auch die iPhone App nutzbar.

www.takeeateasy.de

Restlos glücklich

Berlin soll sein erstes Reste-Restaurant bekommen. Die Produkte sammeln die Organisatoren um Initiatorin Annette Keuchel bei Produzenten und Supermärkten ein – wohlgemerkt: allesamt vom Vortag. Somit wird es eine täglich wechselnde Karte geben. Gegenwärtig sucht das Projekt nach geeigneten Räumen für rund 50 Gästeplätze. Zur Finanzierung startete Mitte August eine Crowdfunding-Kampagne.

www.facebook.com/restlos.gluecklich

„Die 10 .Berliner des Jahres"

Anlässlich des 10. Geburtstages der dotBERLIN GmbH & Co. KG hat der Betreiber der Domain-Endung .berlin den neuen jährlichen Wettbewerb „Die 10 .Berliner des Jahres" initiiert. Für die beste Umsetzung eines Webprojekts unter einer .berlin-Domain wurden die Betreiber von palast.berlin, memu.berlin und west.berlin als .Berliner des Jahres 2015 ausgezeichnet. „Wir wollen Betreiber prämieren, die es ganz hervorragend geschafft haben, ihre Projekte und Unternehmen mit Hilfe einer .berlin-Adresse in Szene zu setzen", so Dirk Krischenowski, Gründer und Geschäftsführer von dotBERLIN. Ausgezeichnet als .Berliner des Jahres 2015 wurde der Friedrichstadt-Palast mit www.palast.berlin.

www.dot.berlin

André Puchta, Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Friedrichstadt-Palasts Berlin (r.), und Dirk Krischenowski, Geschäftsführer dotBERLIN

objekt-m.com®
Möbel für Gastro & Gewerbe
geprüfte Qualität · geprüfte Qualität ·

mehr Auswahl: neue Farben
für schnell lieferbare Modelle!

VIELE ARTIKEL AB LAGER LIEFERBAR!
SOFORT LIEFERBAR!

Preise zzgl. 19 % MwSt. und ab Lager Sonnefeld. Irrtümer und Druckfehler vorbehalten.

Tel. (+49) 09562 20296824
www.objekt-m.de

Qualitätskriterium Wäsche

Eine aktuelle Studie von Klasse Wäsche in Österreich und Deutschland zeigt: Hygienisch saubere Wäsche ist ein wichtiger Schlüssel zum Wohlbefinden der Hotelgäste. Neun von zehn Reisenden nehmen die Wäsche und Textilien im Hotel bewusst wahr. Für über drei Viertel der Befragten ist die Wäsche ein entscheidendes Qualitätskriterium bei der Hotelauswahl. Und für zwei Drittel steht fest: Gepflegte Wäsche kennzeichnet die Qualität des gesamten Hauses. In der Studie wurden 1.000 Personen in Österreich und Deutschland befragt, die mindestens drei Nächte im Jahr beruflich oder privat in einem Hotel im Inland verbringen.

www.klasse-waesche.com

Aktion gegen den Hunger

Restaurants gegen den Hunger ist eine erfolgreiche Kampagne von Aktion gegen den Hunger, die jährlich in Großbritannien, Spanien, Italien und den USA stattfindet. Hunderte Restaurants, Starköche – wie Gordon Ramsay und Raymond Blanc – sowie sozial engagierte Unternehmen und Verbände setzen gemeinsam ein Zeichen gegen den Hunger weltweit. Deutschland wird vom 1. November bis zum 31. Dezember 2015 erstmals Teil dieser Kampagne sein. Aktion gegen den Hunger ist die deutsche Sektion von ACF International. Als führende internationale humanitäre Hilfsorganisation im Kampf gegen Mangelernährung setzt sie seit über 35 Jahren Projekte in den Bereichen Ernährung und Gesundheit, Wasser und Hygiene sowie Lebensgrundlagen in 47 Ländern um. Die Hilfsorganisation erreicht Jahr für Jahr mehr als 13 Millionen Menschen.

www.aktiongegendenhunger.de

Neue Messe: Love Natural Love Organic

Love Natural Love Organic wird zusammen mit der bereits erfolgreich durchgeführten Allergy & Free From Show sowie der Just V Show vom 15. bis zum 17. April 2016 in der STATION Berlin stattfinden. Die neue Verbrauchermesse offeriert ethische, natürliche und biologische Lebensmittel, Kosmetik-, Haar- und Hautpflegeprodukte, Kleidung und Accessoires, Haushaltsprodukte, Lifestyle-Artikel und vieles mehr. Nach Aussagen der Veranstalter F2F Events habe die Recherche ergeben, dass Berlin der perfekte Ort für eine Messe mit einem großen Sortiment an Bioprodukten für gesundheitsbewusste Menschen ist.

www.f2fevents.co.uk

CarConcept33 – MachtMobil!

1:00 Uhr Küchenschluss und Öffnungszeiten rund um die Uhr – die Arbeitszeiten in der Branche sind anstrengend und erfordern Flexibilität. Der DEHOGA-Partner CarConcept33 hat das Ziel, Hotellerie und Gastronomie mit Firmenwagen als Instrument zur Mitarbeitermotivation und Mitarbeiterbindung zu unterstützen. Das DEHOGA-Angebot ist einfach, flexibel im Handling und in der Beantragung. Es reicht vom Kleinwagen über Transporter bis hin zur Oberklasse.
Der Berliner Mobilitätsdienstleister für Betriebe der Hotel- und Gastrobranche hat gerade sein Angebot erweitert und führt nun neben der Marke Ford auch Opel mit der gesamten Modellpalette im Portfolio. Informationen unter: Infocall:030. 88 72 97 68

www.carconcept33.de

33 Prozent Umsatzplus bei vegetarischen Alternativen

Jährlich steigt der Umsatz beim Verkauf von vegetarisch-veganen Fleischalternativen im Lebensmitteleinzelhandel um rund 30 Prozent. In den vergangenen fünf Jahren ist der Gesamtumsatz um mehr als 210 Prozent gestiegen. Nach Angaben des VEBU (Vegetarierbund Deutschland) wurde 2014 mit 98 Millionen Euro die bisherige Spitzenmarke von 2013 um rund 33 Prozent übertroffen. Der VEBU hilft mit VEBU Business Unternehmen, die sich für den wachsenden Markt der Veggie-Kunden interessieren. „Die Unternehmen werden bei der Entwicklung und Vermarktung innovativer Produkte durch unsere Expertise unterstützt“, so Thomas Schönberger, Vorsitzender des Vegetarierbundes Deutschland.

www.vebu-business.de

Führungswechsel bei der HGK

Deutschlands marktführende Einkaufsgenossenschaft für Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung HGK besetzte die Unternehmensspitze neu. Dr. Urban Uttenweiler übernahm den Vorstandsvorsitz des Unternehmens und tritt damit die Nachfolge von Wolfgang Schmidt an, der satzungsbedingt aus dem Vorstand ausschied.
Dr. Urban Uttenweiler verfügt über 20 Jahre Vertriebs- und Marketing-Erfahrung im Groß-, Einzel- und Versandhandel sowohl im Food- als auch im Non-Food-Bereich.
Mit mehr als 3.200 angeschlossenen Betrieben (HGK und HGK Direkt) ist die HGK Marktführer unter den gastgewerblichen Einkaufsgenossenschaften in Deutschland.

www.h-g-k.de

Robert P. Herr verlässt das InterConti

Nach fünf Jahren Tätigkeit im Hotel InterContinental verließ der General Manager des Hauses Robert P. Herr die Hauptstadt Richtung Beirut. Er geht als Area General Manager für das Phoenica und Le Vendome InterContinental nach Beirut. Robert P. Herr ist seit 1993 für die InterContinental Hotels Group tätig. Während seiner Karriere durchlief er mehrere Positionen in operativen Abteilungen und arbeitete in fünf Ländern auf zwei Kontinenten. Die Nachfolge von Robert P. Herr tritt Aernoud De Jong an. Er ist derzeit General Manager im Crowne Plaza Amsterdam.

Foto: Hotel InterContinental

www.berlin.intercontinental.com

GROSSHANDEL
Indoor- & Outdoormöbel
Ausstellung mit über 1.000 Mustern

CONCEPTE
SITZMÖBEL

Sitzmöbel Concepte GmbH & Co. KG Berlin
Streustr. 12-13 | 13086 Berlin
Tel.: +49 30 92 70 56 - 0
Fax: +49 30 92 70 56 - 49
www.sitzmoebel-concepte.de
www.concepte.co
info@sitzmoebel-concepte.de

Polsterstühle – Holzstühle – Wiener Café – Bugholz – Stahlrohrstühle – Barhocker – Polstermöbel – Polsterhocker – Banksysteme – Loungemöbel – Polsterbänke nach Maß – Outdoormöbel – Garderobenständer – Tischplatten – Tischgestelle – Zubehör

T.C. HOTEL MARKETING

Erfolgreicher Hotelvertrieb.
Strategische Vertriebs-
planung und Umsetzung

Tel. 030-364 34 779
www.tc-hotelmarketing.de

Hier könnte Ihre Anzeige stehen!

Ein Anruf genügt.
Um den Rest kümmern wir uns.

TMM Marketing & Medien Verlag
Kantstr. 151 · 10623 Berlin
Telefon 030 / 20 62 67 58 | E-Mail: anzeigen@tmm.de

Fettabscheider – lieber gleich zu den Spezialisten

Wir beraten und unterstützen Sie als Gemeinschaft von kompetenten Fachunternehmen.

Wir vermitteln für Ihr Anliegen den richtigen Ansprechpartner.

Planung
Neubau
Instandsetzung
Prüfung
Entsorgung
Wartung

Fachgemeinschaft
Fettabscheider e.V.

Telefon: 030/68 22 99 780 | info@fettabscheider-berlin.de | www.fettabscheider-berlin.de

Deutsche Hotelklassifizierung

Erstklassifizierungen:

★★★ Superior Garni
Grimm's Hotel am Potsdamer Platz

★★★ Garni
Hotel Kubrat an der Spree

Folgeklassifizierungen:

★★★★ Superior
Ramada Plaza Berlin City
Centre & Suites

★★★★
Hotel Henriette Berlin-Mitte
Upstalsboom Hotel Friedrichshain

★★★ Garni
Gold Hotel am Wismarplatz
Hotel Friedrichshain
Hotel Kiez Pension Berlin

★★ Garni
Hotel Pension Delta

DEUTSCHE HOTELKLASSIFIZIERUNG

Märchenhaft übernachten

Moderner Komfort trifft auf die schönsten deutschen Märchen – mit diesem Konzept bietet das neue Grimm's Hotel am Potsdamer Platz Berlin-Besuchern eine der wohl außergewöhnlichsten Übernachtungsmöglichkeiten der Hauptstadt. Phantasievoll und subtil ist es mit Unterstützung sieben ausgewählter Künstler gelungen, hier eine eigene kleine Zauberwelt zu erschaffen, in der sich der Gast fallen und beflügeln lassen kann: Da spaziert der gestiefelte Kater leise über die Wände und auf dem Teppichboden zeichnen sich die Schatten der Bremer Stadtmusikanten ab.

Modern und nachhaltig

Das inhabergeführte Haus stellt das Wohlbefinden der Besucher sowie deren individuelle Bedürfnisse stets in den Mittelpunkt. Ein eigenes Restaurant und eine Bar, Räumlichkeiten für Meetings und Konferenzen sowie ein exklusiver Sport- und Saunabereich mit Dachterrasse sorgen dafür, dass keine Wünsche offen bleiben. Das Grimm's punktet zudem mit modernen und nachhaltigen Technologien. Die innovative Klimatisierung durch eine Kühl- und Heizdecke aus Graphit ermöglicht ein individuelles Kühlen und Heizen ohne Zugluft und Geräuschimmissionen.

Ein Ort der Inspiration

Auf viele begeisterte Besucher freuen sich jetzt nicht nur Geschäftsführer Munib Preljevic und das engagierte Team des Grimm's Hotel, sondern vor allem auch Bauherr und Visionär Elmar Grimm. Ziel des Kunstliebhabers und Sammlers war es, eben kein gewöhnliches Design-Hotel zu eröffnen, sondern einen Ort der Inspiration, der zum Wohlfühlen und Wiederkommen einlädt. Das Grimm's am Potsdamer Platz wurde im Juni 2015 mit insgesamt 110 Zimmer und Suiten eröffnet und kann mit einem Fitness-Center und Saunabereich und einem Konferenz-Bereich mit zwei Meeting-Räumen sowie einem eigenen Restaurant mit dem Namen „Tischlein deck dich" aufwarten.

www.grimms-hotel.de

▶ Besondere Geburtstage im Oktober

Christian Andresen (The Mandala Hotel) 50 Jahre ■ **Jozo Donlic** (Restaurant Dalmacija) 55 Jahre ■ **Margarita Egorova** (Hotel Atrium Charlottenburg) 60 Jahre ■ **Driss El Yassini** (Driss im Wunderland) 50 Jahre ■ **Mario Ferrera (**Trattoria Toscana) 55 Jahre ■ **Andreas Galler** (Cafe Atempause) 55 Jahre ■ **Frank Hägele** (Berlin Plaza Hotel) 55 Jahre ■ **Robert Herr** (InterContinental Berlin) 45 Jahre ■ **Heiko Herrmann** (friends & friends) 35 Jahre ■ **Hasan Incisoy** (Fugger-Imbiss) 55 Jahre ■ **Magdalena Jach** (Fellini) 30 Jahre ■ **Mike Jonas** (Landhaus Hubertus) 45 Jahre ■ **Bernd Jünemann** (Hotel Aquino) 50 Jahre ■ **Ariel Schiff** (Hotel AMANO) 50 Jahre ■ **Werner Wussow** (90 Jahre) ■ **Katy Yesiltepe** (Marende) 45 Jahre

▶ Betriebsjubiläen im Oktober

Friedrichshain: Raumklang (Stefan Reinhardt) 10 Jahre ■ coffee bar / basement (Thomas Paeschke) 15 Jahre ■ Upstalsboom Hotel Friedrichshain (Jeannette Dedow) 20 Jahre ■ **Hellersdorf:** Pension Purwins (Uta Purwins) 25 Jahre ■ **Mitte:** Scandic Berlin Potsdamer Platz (Jan Hartwig) 5 Jahre ■ Marrakesch (Hussein Mahdi) 10 Jahre ■ Park Inn by Radisson Berlin Alexanderplatz (Jürgen Gangl) 45 Jahre ■ **Neukölln:** Lange Nacht (Stefan Lange) 10 Jahre ■ **Pankow:** Businesshotel Berlin OHG (Günther Kümmerlein) 20 Jahre ■ **Prenzlauer Berg:** KaffeeRaum (Matthias Sindlinger) 5 Jahre ■ Konnopkes Imbiß (Waltraud Ziervogel) 85 Jahre ■ **Wilmersdorf:** SensCity Hotel Albergo (Karsten Dreger) 10 Jahre

▶ Mitgliedschaftsjubiläen im Oktober

Charlottenburg: Ottenthal Restaurant & Weinhandlung (Arthur Schneller) 5 Jahre ■ Restaurant Florian (Jutte Gilow) 30 Jahre ■ **Friedrichshain:** Hotel New Berlin (Edith Kreye) 5 Jahre ■ Café 100 Wasser (Rainer Seidler) 10 Jahre ■ Palm Beach P2 (Kamil Dobak) 10 Jahre ■ Bowlero Bowling Berlin GmbH (Katja Bastgen) 10 Jahre ■ Raumklang (Stefan Reinhardt) 10 Jahre ■ Hexe... (Sieglinde Guhl) 15 Jahre ■ Upstalsboom Hotel Friedrichshain (Jeannette Dedow) 20 Jahre ■ **Hellersdorf:** 1a Park-Hotel Schloss Kaulsdorf (Brigitta Weinschneider) 10 Jahre ■ **Kreuzberg:** Wirtshaus zum Mitterhofer (Hannes Mitterhofer) 5 Jahre ■ Zyankali Bar (Thomas Korn) 10 Jahre ■ **Mitte:** Scandic Berlin Potsdamer Platz (Jan Hartwig) 5 Jahre ■ Marrakesch (Hussein Mahdi) 10 Jahre ■ **Neukölln:** Louise Café Restaurant (Alois Offner) 10 Jahre ■ **Prenzlauer Berg:** Restaurant Alois S. (Lothar Heer) 15 Jahre ■ **Reinickendorf:** Best Western Premier Hotel Am Borsigturm (Martina Christ) 15 Jahre ■ **Wilmersdorf:** Good Friends (Michael Ng) 5 Jahre ■ Restaurant Wasserwerk (Volkmar Thieme) 10 Jahre ■ **Zehlendorf:** Café Alte Backstube (Uwe Marchlowitz) 5 Jahre

Wir trauern um Klaus Wottrich, der sich bis 1997 als engagierter Mitgliederbetreuer für den Verband und seine Interessen eingesetzt hat und dabei für die Mitglieder stets ein offenes Ohr sowie kompetente Ratschläge hatte. Herr Wottrich ist am 22. August 2015 im Alter von 87 Jahren verstorben. Das Präsidium und die Geschäftsstelle sprechen der Familie ihr aufrichtiges Beileid aus.

Wir begrüßen herzlich unsere neuen Mitglieder

Charlottenburg:
- Wilhelm Hoeck 1892 (Tanja Rudolph)

Friedrichshain:
- ibis Styles Berlin City Ost und Best Western Hotel City Ost (Ingo Volckmann)

Köpenick:
- Veracruz (Nancy Rieger-Kanzler)
- Airport Hotel Adlershof (Monika Eckert)

Mitte:
- Restaurant Oranium-Corner (Berrit Lerbs)
- Titanic Deluxe Berlin (Saim Aygün)
- Grimm's Potsdamer Platz (Munib Preljevic)
- Mercure Hotel Berlin am Alexanderplatz (Ingo Volckmann)
- Knutschfleck (Tomislav Orlovic)
- Best Western Hotel Berlin Mitte und Best Western Hotel am Spittelmarkt (Ingo Volckmann)

Prenzlauer Berg:
Zum Dritten Mann (Björn Nitz)
- Restaurant Buntspecht (Jens Schmitt)

Schöneberg:
- Nuovo Antica Roma (Franz Brendle)

Spandau:
- Stadtrand-Schänke (Sven Dill)

Tempelhof:
- Germania Klause (Ugur Yarar)

Wilmersdorf:
- Ars Vivendi (Alfio Magro)
- SensCity Hotel Albergo (Kedar Pradhan)

Zehlendorf:
- Paulsborn am Grunewaldsee (Johanna Wahlig)
- ver.di Bildungs- und Begegnungszentrum (Michael Walter)

SAVE THE DATE – wichtige Termine für Mitglieder

- **Montag, 5. Oktober 2015:**
  Gemeinsame Fachgruppensitzung Gastronomie und Hotellerie
  Seminaris CampusHotel Berlin
- **Mittwoch, 23. November 2015**
  Vollversammlung für die Delegierten des Verbandes
  (Ort noch offen)

Altersdiskriminierende Kündigung im Kleinbetrieb

BAG-Urteil vom 23. Juli 2015 – 6 AZR 457/14

Ist bei einer Kündigung gegenüber einer Arbeitnehmerin aufgrund der von ihr vorgetragenen Indizien eine unmittelbare Benachteiligung wegen des Lebensalters nach § 22 AGG zu vermuten und gelingt es dem Arbeitgeber nicht, diese Vermutung zu widerlegen, ist die Kündigung auch im Kleinbetrieb unwirksam.

Eine 1950 geborene Klägerin war bei der beklagten ärztlichen Gemeinschaftspraxis seit Dezember 1991 als Arzthelferin beschäftigt, mit vier jüngeren Arbeitnehmerinnen. Im Mai 2014 wurde das Arbeitsverhältnis der Klägerin wegen Veränderungen im Laborbereich, die eine Umstrukturierung der Praxis erforderten, zum Jahresende 2013 gekündigt. Im Kündigungsschreiben wurde angeführt, dass die Klägerin inzwischen pensionsberechtigt sei. Die anderen Beschäftigten wurden nicht gekündigt.

Mit ihrer Klage wandte sich die Klägerin gegen die Wirksamkeit der Kündigung und verlangte eine Entschädigung wegen Altersdiskriminierung. Das Kündigungsschreiben lasse eine Benachteiligung wegen ihres Alters vermuten.

Foto: © Tony Hegewald/pixelio.de

Nach Darstellung der Beklagten sollte die Kündigung lediglich freundlich und verbindlich formuliert werden. Die Kündigung sei wegen eines zu erwartenden Entfalls von 70 bis 80 % der abrechenbaren Laborleistungen erfolgt. Die Klägerin sei mit den übrigen Arzthelferinnen nicht vergleichbar, weil sie schlechter qualifiziert sei. Deshalb sei ihr gekündigt worden.

Die Vorinstanzen haben die Klage abgewiesen. Die Revision der Klägerin vor dem Sechsten Senat des Bundesarbeitsgerichts hatte Erfolg. Die Kündigung verstößt gegen das Benachteiligungsverbot des § 7 Abs. 1 AGG und ist deshalb unwirksam. Die Beklagte hat keinen ausreichenden Beweis dafür angeboten, dass die wegen der Erwähnung der „Pensionsberechtigung" zu vermutende Altersdiskriminierung nicht vorliegt. Zur Entscheidung, ob und ggf. in welcher Höhe der Klägerin der geltend gemachte Entschädigungsanspruch zusteht, wurde die Sache zur neuen Verhandlung und Entscheidung an das Landesarbeitsgericht zurückverwiesen. ■

i Quelle: PM des BAG Nr. 37/15 vom 23. Juli 2015

Energiespartipp Nr. 8/15:

Sonnenenergie

Nutzen sie in den bevorstehenden Wintermonaten die Energie der Sonne zur Reduktion der Heizkosten, indem nach Süden gerichtete Fensterflächen zur Unterstützung der Raumbeheizung herangezogen werden. Lassen sie bei Fenstern mit verstärkter Sonneneinstrahlung die Rollläden oben oder die Vorhänge offen. Dadurch kann die Sonne die Räume erwärmen. Sollten Thermostatventile eingebaut sein, regeln diese dann die Wärmeabgabe der Heizkörper selbstständig herunter. ■

Weitere Informationen rund ums Energiesparen unter
www.vattenfall.de

VATTENFALL

Innovative Ideen.

HOTELEINRICHTUNGEN NACH MASS.

Seit 35 Jahren planen, entwickeln und produzieren wir Hoteleinrichtungen in unserer Manufaktur. Als Komplett-Anbieter richten wir auch Ihr Objekt ein.

In jedem Stil und für jeden Anspruch.

ULMRICH
HOTELEINRICHTUNGEN

07932 6068-0 • www.ulmrich-hoteleinrichtungen.de
Showroom Süd • Austraße 5 • 97996 Niederstetten
Showroom Nord • Große Straße 47 • 27356 Rotenburg W.
Telefon 04261 9633722

Ich bin ein
SEIT
1872
Berliner Kindl
Berliner Kindl
Jubiläums
PILSENER