

NH | Nowa Hotel
Real Estate

„In Spanien gibt es einen regelrechten Hotelboom“

Rudi Toni Nowaczyk über die Entwicklung des
Hotelmarktes in Deutschland und Spanien →

Die Entwicklung des Hotelmarktes in Deutschland und Spanien

Herr Nowaczyk, sind Investments in Hotelimmobilien nach Covid und in Zeiten hoher Zinsen überhaupt noch interessant?

Ja, durch Faktoren wie die Lage und Art des Hotels sind sehr hohe Renditen möglich. Die höchste Rendite, die wir für einen Investor in den letzten acht Jahren erreichen konnten, waren 30 Prozent. Dies ist nur dank des umfangreichen Fachwissens möglich, das wir über die Jahre gesammelt haben. So können Hotelverkäufer unter bestimmten Voraussetzungen weiterhin Kaufpreise wie vor der Pandemie erzielen.

Wie berechnet sich eigentlich der Kaufpreis einer Hotelimmobilie?

Bei der Kaufpreiskalkulation spielen die Zinsen eine große Rolle. Jeder Investor muss ausreichend Rücklagen für Instandhaltung bilden und somit einen positiven Cashflow generieren. Viele Eigentümer haben hohe Verkaufspreiserwartungen, die oft nicht so einfach zu realisieren sind. Hier kommen wir ins Spiel und können die Einnahmen durch Ausarbeitung spezieller Konzepte überdurchschnittlich erhöhen. Das funktioniert in der Regel nur, wenn ein betreiberfreier Verkauf möglich ist – oder die Möglichkeit besteht, den Betreiber herauszukaufen.

Und wie kalkuliert man eine Verpachtung?

Private Hotelbetreiber zahlen bis zu 30 Prozent an Nettopacht pro Jahr vom jährlichen Nettoumsatz, Hotelketten bis zu 25 Prozent. Durch die gestiegenen Nebenkosten wird es immer schwieriger, Rücklagen für einen langfristig erfolgreichen und nachhaltigen Hotelbetrieb zu bilden. Daher sind die Prozentzahlen etwas gesunken. Es existiert aber auch die Möglichkeit, die aktuellen Betreiber mit einer Abstandszahlung aus dem Pachtvertrag abzulösen.

Gibt es Hotelbetreiber, die bereit sind, mehr zu bezahlen als die Standardkalkulation?

Dank Digitalisierung und Automatisierung können manche Hotelbetreiber immens an Personalkosten sparen. Das führt dazu, dass diese Betreiber aktuell in den sieben größten Städten Deutschlands bis zu 1.000 Euro netto pro Zimmer/Monat für ein klassisches Standardhotel bezahlen können – deutlich über dem Durchschnitt der Pachtraten in diesen Städten. Es gibt aber auch Betreiber, die Longstay-Konzepte mit verschiedenen Unternehmen eingehen und damit unabhängig vom Hotelbetrieb sind. Das gibt besonders in schwierigen Zeiten Sicherheit.



Referenzobjekt für die erfolgreiche Vermittlung durch Nowa Hotel: Hotel Ibis Styles Frankfurt City

Nowa Hotel vermittelt Hotelimmobilien sowohl zum Kauf als auch zur Pacht. Was ist Ihnen dabei wichtig?

Dass wir ehrlich, transparent und fair arbeiten. Wir wollen dauerhaft auf dem Markt existieren und den Wünschen unserer Kunden nachkommen. Und das zügig: Nach dem Anruf eines Hoteleigentümers können wir in der Regel schon bis zum Folgetag potenzielle Pachtinteressenten – kostenfrei – vorstellen, da wir täglich die Expansionspläne unserer Kunden analysieren.

Wie stellen Sie die Qualität sicher?

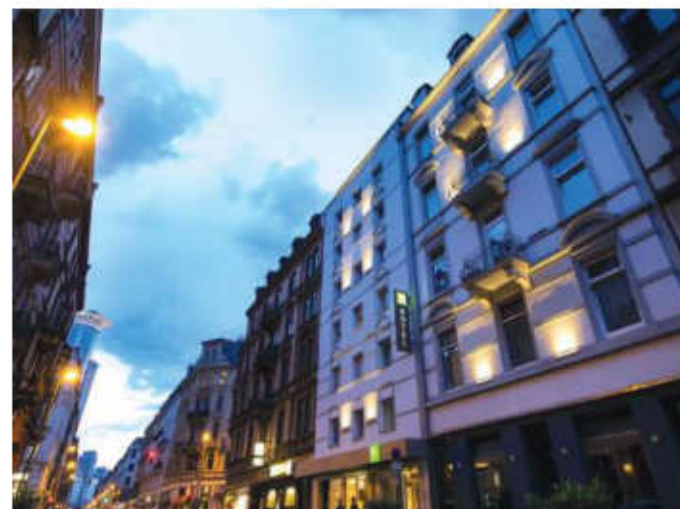
Wir prüfen die Ernsthaftigkeit des Vorhabens. Wir sorgen dafür, dass alle wichtigen Unterlagen vollständig vorhanden sind und dass der Investor uns einen Kapitalnachweis liefert. Hierzu prüfen wir die bekannten Konzepte, um ermitteln zu können, ob die Preisvorstellung umsetzbar ist. Dadurch sparen sich unsere Kunden viel Zeit bei der Transaktion. Sie bekommen nur Hotels vorgestellt, die definitiv in Frage kommen. Wir benötigen nicht unbedingt einen Alleinauftrag vom Eigentümer, da wir bereits interne Vereinbarungen mit unseren Auftraggebern haben.

Wie wird sich der deutsche Markt für Hotelimmobilien Ihrer Prognose nach entwickeln?

Trotz aller Schwankungen gehen wir davon aus: Hotelimmobilien werden sich langfristig positiv entwickeln. Es gibt immer weniger Möglichkeiten, Immobilien in Hotels umzuwandeln – zumal viele Städte die Umwandlung einschränken, um Wohnraum zu schützen. Dies wirkt sich vorteilhaft auf den Wert von Hotelimmobilien in guten bis sehr guten Lagen aus. Manche Investoren bzw. Hoteleigentümer halten sich zurzeit zurück und beobachten den Markt. Dadurch können sie jedoch Chancen verpassen, denn bestimmte Konzepte sind nur zum aktuellen Zeitpunkt realisierbar – und irgendwann könnte der Bedarf tatsächlich gedeckt sein.

Welche Standorte sind für Ihre Investoren derzeit besonders spannend?

Berlin, Hamburg, Köln, Düsseldorf, Frankfurt am Main, München, Stuttgart, Kassel, Göttingen, das Rhein-Main- und Rhein-Neckar-Gebiet – aber wir prüfen sehr gerne auch andere Standorte. Zur Zeit vermarkten wir darüber hinaus mehrere Hotelresort-Portfolien in Deutschland zur Pacht oder zum Kauf.



Im Verkauf und in der Verpachtung von Hotelimmobilien hat sich Nowa Hotel Real Estate als professioneller und diskreter Vermittler etabliert. Wo derzeit die Potenziale für Kunden schlummern und wie das Unternehmen die Transaktionen effektiv und erfolgsorientiert umsetzt, erklärt Gründer Rudi Toni Nowaczyk.

Sie sind seit diesem Jahr auch stark in Spanien aktiv. Wie sieht es dort aus?

Im Gegensatz zu Deutschland gibt es in Spanien einen regelrechten Hotelboom. Es entstehen derzeit circa 800 neue Hotels, die Hälfte davon in Valencia, Andalusien und Mallorca – und viele im Luxussegment. Es wird erwartet, dass die Anzahl der jährlichen Touristen in den kommenden Jahren von 95 auf 110 Millionen steigt – Spanien ist hinter Frankreich und vor den USA das am meisten von Touristen besuchte Land weltweit. Insgesamt werden rund 77.000 neue Zimmer in den kommenden Jahren in Spanien entstehen, das erhöht die Bettenanzahl um fast neun Prozent. Für 2024 werden Hotelkäufe mit einem Verkaufspreiswert von rund drei Milliarden Euro prognostiziert, 2023 gab es sogar einen Rekord von über vier Milliarden Euro. Der Tourismusboom hat natürlich die Kauflust von Investoren geweckt.

Wo sehen Sie dabei besonders viel Potential?

An der Küste von Alicante in der Region El Campello/Venta Lanuza bekommt man zum Beispiel noch ein freistehendes Haus mit Pool und Meerblick ab 500.000 Euro, das man wiederum für Ferienzwecke vermieten könnte, denn hier werden noch Touristenlizenzen vergeben. Von der Lage her perfekt, denn Alicante ist mit dem Auto binnen kürzester Zeit erreichbar.

Wie begleiten Sie den Kauf von Hotelimmobilien in Spanien?

Mit spanischen Anwälten, die fließend Deutsch sprechen. Der Kaufprozess in Spanien ist vergleichsweise einfach. Wir prüfen aktuell, ob so hohe Renditen auch dort umsetzbar sind. Bis jetzt konnten wir bereits positive Ergebnisse, zum Beispiel mit der Unterbringung von deutschen Rentnern, recherchieren. Höchstwahrscheinlich sind auch hier Faktoren von 4, 5 oder 6 möglich.

Zum Schluss: Was sind die Pläne von Nowa Hotel Real Estate?

Unser Ziel ist, in Zukunft vermehrt große Hotelresorts zu verkaufen oder zu verpachten, unter anderem am Mittelmeer und in den Alpen. Wir arbeiten derzeit auch an einem Franchisekonzept. Hierzu wird es für einige Standorte freie Lizenzen geben. Aktuell gehen wir auch eine Zusammenarbeit mit ausländischen Hotelketten ein, die nun aktiv nach Deutschland oder Spanien expandieren wollen. KI-Analysen sind ebenfalls ein wichtiges Thema für uns. In Zukunft werden wir Kunden per VR-Brille an unseren Standorten 3D-Video-Präsentationen von Hotels zeigen können, damit sie im ersten Schritt nicht unbedingt weit reisen müssen, um sich eine Immobilie anzuschauen. ■

Interview: Jan-Peter Wulf

Ihr Kontakt für ein unverbindliches und kostenloses Erstgespräch:
+49 (0) 1577 619 1645 || rudi.nowaczyk@nowa-hotel.com || www.nowa-hotel.com

**WIR SIND
STOLZ AUF
UNSER TEAM
WOW!**

Mehr erfahren Sie
unter: wow-mice.de

Nelson Müller übernimmt Hotel

Die Diepeschrather Mühle, gelegen in Bergisch Gladbach und seit Kurzem bei Relais & Châteaux, soll zur gastronomischen Top-Adresse werden. Spitzenkoch Nelson Müller übernimmt das Haus und verlegt sein 1-Stern-Restaurant Schote von Essen an diesen Standort. Im Frühjahr 2025 soll dann das Re-Opening gefeiert werden – mit 25 Gästezimmern, Mice-Kapazitäten und einem Wellnessbereich mit Außenpool. Neben dem Restaurant Schote soll es vor Ort ein zweites Lokal geben, die Brasserie Müllers in der Mühle. Auch Kochkurse sind geplant. In Essen bleibt der Koch weiter präsent: „Das Müllers auf der Rü in der Rütten-scheider Straße 62 bleibt das Stammhaus mit einem großartigen Team“, so Müller, der zudem auf Burg Schwarzenstein (Geisenheim) und auf der Nordseeinsel Norderney aktiv ist. *ai*

HR Group plant Deal mit H-Hotels

Das Bundeskartellamt prüft derzeit, ob die Berliner HR Group die Hospitality Alliance (H-Hotels, Bad Arolsen) erwerben darf. Nähere Informationen zu dem geplanten Deal will die HR Group nach der „rechtsgültigen Bestätigung des Geschäfts“ liefern, wie es heißt. Das Unternehmen wächst ambitioniert: „Wir sind Europas Nummer eins unter den Markenhotelbetreibern mit mehr als 200 Hotels in zehn Ländern in Europa und Asien“, so HR-Group-CEO Ruslan Husry im ahgz-Interview. „Wir werden bald auf über 300 Häuser anwachsen.“ Bei den H-Hotels gab es indessen einen prominenten Abgang: Mit sofortiger Wirkung hat sich die Gruppe von CEO und Geschäftsführer Thomas Haas getrennt, Alexander Fitz und Thomas Querl verbleiben in der Geschäftsführung. *h/z/rw*

September mit spürbarem Minus

Gastronomen und Hoteliers haben im September dieses Jahres preisbereinigt (real) 6 Prozent weniger Umsatz erzielt als im September 2023, wie das Statistische Bundesamt (Destatis) berichtet. Im Vergleich zum September 2019, vor der Corona-Pandemie, liegt der Umsatzrückgang der Gesamtbranche preisbereinigt bei 13,2 Prozent. Vor allem die Gastronomie liegt mit einem preisbereinigten Umsatzrückgang gegenüber September 2019 um 17,5 Prozent weit zurück. In der Hotellerie beträgt der Rückstand zum September 2023 real 2,7 Prozent. *mro*

© Adobe Stock



Fachkräfte finden & binden

Das Ringen um Mitarbeitende ist mühsam, umso gefragter sind Arbeitskräfte aus dem Ausland. Doch die Hürden sind hoch, die Politik agiert halbherzig. Was tut das Gastgewerbe, um neues Personal zu gewinnen und sich als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren? Stimmen und Daten aus unserer exklusiven HOX-Umfrage.

→ **Seiten 2 bis 4**

HOX Hotellerie & Gastronomie
Experten Club

Konkrete Empfehlungen
und spannende Visionen
für die Gastro-Branche

dfv Mediengruppe
Fachbuch

Jan Scheidsteger,
Oliver Leisse
290 Seiten | 38 EUR

www.dfv-fachbuch.de
www.zukunftdergastro.de



„Gastronomie ist weit mehr als nur das Zubereiten und Servieren von Speisen – sie ist der **soziale Klebstoff**, der Menschen zusammenbringt.“

LEITARTIKEL



Isabel Diez
Redakteurin ahgz

Wo bleibt der Fachkräfte-Turbo?

Die Lage auf dem Arbeitsmarkt ist weiter angespannt. Im vergangenen Jahr konnten laut dem Institut der deutschen Wirtschaft (IW) mehr als eine halbe Million (572.724) Stellen nicht besetzt werden. Und in den kommenden Jahren gehen die Babyboomer – geboren 1959 bis 1969 – nach und nach in Rente. Damit wird sich das Fachkräfteproblem in Deutschland noch verstärken. Im Jahr 2027 könnten der deutschen Wirtschaft laut IW folglich 74 Mrd. Euro entgehen. Vor allem auch im Gastgewerbe wird nach wie vor dringend Personal gesucht – ganz gleich, mit welcher Qualifikation.

Mangels Mitarbeitenden müssen die Betriebe ihr Angebot reduzieren oder führen mehr Schließtage ein. Und das Ausland als Personal-Pool? Weder die Chancenkarte, die Erweiterung der Westbalkan-Regelungen noch die vermeintlichen Erleichterungen bei der Anerkennung von Abschlüssen konnten es bislang richten. Geplant war, die Job-Integration Geflüchteter, insbesondere ukrainischer Schutzsuchender, in Deutschland mit Tempo voranzutreiben. Das aber ist bisher mehr Job-Zeitlupe, weniger Job-Turbo. Nach wie vor langwierige bürokratische Verfahren und fehlende Unterstützung – etwa bei Sprachkursen – stehen den Unternehmen bei der Personalbeschaffung im Weg. Das kann so nicht weitergehen, schnelle und unkomplizierte Lösungen müssen her. Sonst droht wirtschaftlicher Stillstand!



FACHKRÄFTE

Die Suche geht weiter

Diverse Maßnahmen sollen es erleichtern, Fachkräfte zu gewinnen und qualifizierte Einwanderung zu fördern. Trotzdem sind viele Stellen unbesetzt. Wie die Betriebe gegensteuern und was die Politik tun muss.

Die Suche nach Personal ist für viele Betriebe im Gastgewerbe weiter herausfordernd. Zwar ist die Zahl der offenen Stellen laut einer Studie des Kompetenzzentrums Fachkräftesicherung (Kofa) des arbeitgebernahen Instituts der deutschen Wirtschaft (IW) zuletzt im Vergleich zum Vorjahr gesunken. Doch das liegt laut Studienautor Jurek Tiedemann in erster Linie an der schwierigen wirtschaftlichen Lage im Gastgewerbe. Demnach sind allein deswegen schon grundsätzlich weniger Stellen ausgeschrieben. Zudem spürt die Branche nach wie vor die Nachwirkungen der Pandemie.

Flexible Arbeitszeiten werden gefordert

Laut einer DIHK-Konjunkturumfrage sind 29 Prozent der Gastronomiebetriebe um ihre Liquidität besorgt. Mit + 27 Prozent sind laut der Wirtschaftsauskunft Creditreform auch die Insolvenzen im letzten Jahr überdurchschnittlich gestiegen.

Wie schwierig die Lage für das Gastgewerbe ist, machte Dehoga-Präsident Guido Zöllick auch beim Dehoga Branchentag (Seite 6 bis 7) deutlich. „Es muss gehandelt werden, denn die Lage ist ernst! Es sind unsere Betriebe, die Arbeitsplätze sichern. Unsere Betriebe sind es, die neue Arbeitsplätze schaffen“, so Zöllick kämpferisch. Zudem forderte er unter anderem die

Einführung einer flexiblen Wochenarbeitszeit und dass die Bundesregierung die Arbeit der Mindestlohnkommission nicht andauernd infrage stellt.

Immerhin: zumindest der Blick auf die Ausbildung im Gastgewerbe war zuletzt erfreulich. Denn im Jahr 2023 wurden in den sieben gastgewerblichen Berufen 23.421 neue Ausbildungsverträge geschlossen. Das entspricht einem Plus von vier Prozent gegenüber dem Vor-Corona-Jahr 2019. Dennoch – es sind nach wie vor viele Stellen im Gastgewerbe unbesetzt. So sind auf der Seite der Bundesagentur für Arbeit aktuell 12.266 offene Jobs in der Hotellerie und 19.398 in der Gastronomie gelistet (Stand 19. November 2024).

Um neue Mitarbeitende zu gewinnen, bestehende zu halten sowie die Personallücken zu schließen, lassen sich die gastgewerblichen Betriebe so einiges einfallen. Das machen auch die Ergebnisse der aktuellen HOX-Umfrage deutlich. Demnach haben 71 Prozent der Befragten die Entlohnung erhöht, 63 Prozent haben sich stärker für Quereinsteiger geöffnet und setzen auf die Digitalisierung von Prozessen (Grafik Seite 3, oben rechts). Auch die Umstellung auf Konzepte, die weniger personalintensiv sind, ist ein Hebel, den die Betriebe nutzen (61%). Hinzu kommen Mitarbeiter-Benefits und zusätzliche Urlaubstage (55 %), der verstärkte Einsatz von Aushilfen (44 %) und neue Arbeitszeitmodelle wie die 4-Tage-Woche (28 %).

Die Hälfte der Befragten (50 %) setzt außerdem auf die Einschränkung der täglichen Öffnungszeiten, weitere 47 Prozent haben ihr Angebot reduziert oder vereinfacht.

Bessere Entlohnung, mehr Urlaub

Die Arbeitszeit reduziert hat etwa Matthias Smasal, Category Manager Gastronomie Sutterlüty Handels GmbH. „Wir setzen auf eine angemessene Entlohnung, faire Dienstplangestaltung (keine Teilzeiten), feste Arbeitszeiten, Urlaubs- und Freiwunschnöglichkeiten sowie eine individuelle Unterstützung je nach Notwendigkeit“, sagt Achim von Zerboni vom Landhotel Seeg. „Bei uns gibt es zusätzliche Urlaubstage je nach Betriebszugehörigkeit, die jährliche Ausschüttung eines Erfolgsbonus sowie das Jobrad“, erläutert Ralf Schibeli, Geschäftsführer, Hotel Am Bühl Eibenstock.

Vladimir Saal, Geschäftsführer, Gästehaus Petersburg GmbH, bietet den Mitarbeitenden ebenfalls ein Jobbike, dazu Benzingeld sowie Gutscheine. Auch bei Andreas Brennfleck, Geschäftsführer Libertas Hotels, erhalten Mitarbeitende ein Job-Rad. Zudem würde das Gehalt erhöht und flexiblere Arbeitszeiten eingeführt. „Bei uns kommen der Firmen-Pkw, Einkaufsgutscheine, Sonn-/Feiertags- und Nachtzuschläge sowie flexible Arbeitszeiten zum Einsatz“, berichtet Daniel Lorenz, Geschäftsführer Lorenz Hotel-

betriebs GmbH. „Es ist das Bündel der Maßnahmen sowie individuelle Lösungen wichtig“, fasst Ole Leidner, Geschäftsführer des Ketschauer Hofes, zusammen.

Als Gründe für den weiter bestehenden Fachkräftemangel im Gastgewerbe nennen die Teilnehmenden aus dem HOX-Panel unter anderem mangelnde Wertschätzung in den Betrieben und vonseiten der Gäste, die generell eher negative Einstellung vieler Arbeitnehmer und Arbeitnehmerinnen zum Berufsleben, zu geringe Anreize für Leistungsbereitschaft, zu hohe Steuern und Sozialabgaben auf Arbeitnehmerseite sowie die Bürokratie.

Unter den häufig genannten Gründen sind auch einige, bei denen die Politik gefragt ist. Insbesondere die

„Bei uns gibt es zusätzliche Urlaubstage, Erfolgsbonus sowie das Jobrad.“

“

RALF SCHIBELIUS
GESCHÄFTSFÜHRER
HOTEL AM BÜHL
EIBENSTOCK

Was sind die größten Hürden beim Recruiting von Mitarbeitenden aus dem Ausland?

Drei Top-Pain-Points

Bürokratie-Hürden in der Praxis



Bürokratie



Fehlende Sprachkenntnisse



Hohe Mieten in den meisten Regionen



Langwierige, aufwendige Genehmigungsverfahren für die Einreise / den Aufenthaltstitel sowie die Arbeitserlaubnis



Keine zentrale Anlaufstelle, zu viele verschiedene Ansprechpartner für verschiedene Bereiche



Langwierige Verfahren in puncto Anerkennung von Abschlüssen sowie fehlende Ansprechpartner bei den zuständigen Behörden



Bürokratie macht den Unternehmen das Leben auch bei der Rekrutierung von Mitarbeitenden aus dem Ausland schwer. Das geben jedenfalls 80 Prozent der HOX-Panelisten an (Grafik Seite 2 unten). Eine weitere Hürde in diesem Bereich sind die langwierigen und aufwendigen Genehmigungsverfahren für die Einreise, Aufenthaltstitel und die Arbeitserlaubnis (76 %). Darüber hinaus nennen die Befragten fehlende Sprachkenntnisse (73 %), keine zentrale Anlaufstelle (59 %), hohe Mieten (56 %) sowie langwierige Verfahren bei der Anerkennung von Abschlüssen (50 %) als zusätzliche Herausforderungen.

Verhaltene Resonanz auf die Chancenkarte

Dabei hat die scheidende Bundesregierung im Laufe ihrer Legislaturperiode durchaus einige Maßnahmen auf den Weg gebracht, die die Anwerbung von Fachkräften – insbesondere aus Drittstaaten – vereinfachen sollte. Dazu zählt etwa die Einführung der Chancenkarte auf Basis eines Punktesystems. Grundvoraussetzung ist eine (mindestens) zweijährige Berufsausbildung oder ein Hochschulabschluss nach den Regeln des jeweiligen Herkunftslandes des potenziellen Mitarbeitenden sowie Sprachkenntnisse in Deutsch (A1) oder Englisch (B2). Zudem gibt es Punkte für Berufserfahrung oder die Teilerkennung eines ausländischen Berufsabschlusses.

Die Chancenkarte sollte Genehmigungsverfahren und die Einreise nach Deutschland vereinfachen. Doch bislang ist die Resonanz auf die Chancenkarte eher verhalten. Seit ihrer Einführung im Juni dieses Jahres sollen bis Ende September erst 2360 Ausländer einen Antrag gestellt haben. Dabei sei die Bundesregierung ursprünglich von 2500 Anträgen pro Monat ausgegangen. Das geht aus einem Bericht der Bild-Zeitung hervor. Die Zeitung beruft sich dabei auf Zahlen des Bundesinnenministeriums (BMI).

Niedrigere Kosten, weniger Bürokratie

Auch bei den Befragten innerhalb des HOX-Panels überwiegt die Skepsis gegenüber der Chancenkarte. Mehr als die Hälfte erwartet von der Karte überhaupt keinen (24 %) oder einen eher geringen Effekt (27 %). Lediglich ein Fünftel erwartet eher große (16 %) oder sehr große (4 %) Auswirkungen. Dem gegenüber stehen 29 Prozent der HOX-Panelisten, die den Effekt überhaupt nicht einschätzen können. Offenbar besteht hier auch noch Aufklärungsbedarf. Die größte Hoffnung hingegen haben die Befragten bei Erleichterungen hinsichtlich der Anerkennung von Abschlüssen. Hier geht mehr als ein Drittel der HOX-Panelisten von einem eher großen (31 %) oder sehr großen (6 %) positiven Effekt auf die Fachkräteeinwanderung aus. Allerdings gibt es gegenüber dieser Maßnahme ebenfalls eine große Gruppe (46 %), die spürbare Auswirkungen bezweifelt. So gehen 28 Prozent der HOX-Panelisten von einem eher geringen und weitere 18 Prozent von überhaupt keinem Effekt aus.

Was also sollte die Politik darüber hinaus noch tun? „Das Arbeitszeitgesetz liberalisieren und steuerliche Anreize für Überstunden gewähren“, schlägt etwa Ralf Adamczyk, Hoteldirektor des Welcome Hotel Bad Arolsen, vor. „Einen Gastronomiegipfel in Berlin, so wie in der Automobilindustrie. Die Gastro muss gesehen und gehört werden“, fordert hingegen Heiko Laber, Inhaber Gasthaus zum Uhlberg.

Für kostenfreie Sprachkurse im Heimatland plädiert Marcel Gerber, Inhaber des Aktiv & Vital Hotel Thüringen in Schmalkalden. Ein ganzes Paket an Maßnahmen schlägt Thomas Feucht, CEO Kullman's Group, vor: „Reduzierung von Energie- und Warenkosten sowie Senkung der Lohnnebenkosten,



sowie Senkung der Mehrwertsteuer auf 7 % bei Food, somit wird Budget frei, um Fachkräfte entsprechend besser bezahlen zu können.“ Auch Vladimir Saal, Geschäftsführer, Gästehaus Petersberg GmbH, nennt einige Punkte: „Schnellere Bearbeitung von Anträgen, mehr Initiativen im Ausland zur Gewinnung von Arbeitskräften mit erleichterter Einreise bei erfolgreichem Nachweis der Kenntnis der deutschen Sprache (Goethe-Institute), geringere Zugangshürden zum Arbeitsmarkt, steuerliche Vorteile beim Bau von reinen Personalunterkünften und die einfachere Genehmigung von Tiny Houses auf eigenen Grundstücken zur Unterbringung von Personal – bisher herrscht eine hohe Unterlagendichte bei Anträgen trotz minimalen Eingriffen in die Infrastruktur eines Grundstücks!“

Die Steuerlast allgemein zu senken, fordert Marek Gawel, Geschäftsführer der Inhaber des Bellevue Rheinhotels und vom Das Ebertor in Boppard. Zudem nennen viele der Teilnehmenden an der HOX-Umfrage die Reduzierung des Bürgergelds, eine leichtere Anerkennung von Abschlüssen und schnellere Aufenthalts- und Arbeitsgenehmigung sowie insbesondere weniger Bürokratie. Um die Bürokratie insgesamt hierzulande zu vereinfachen und den

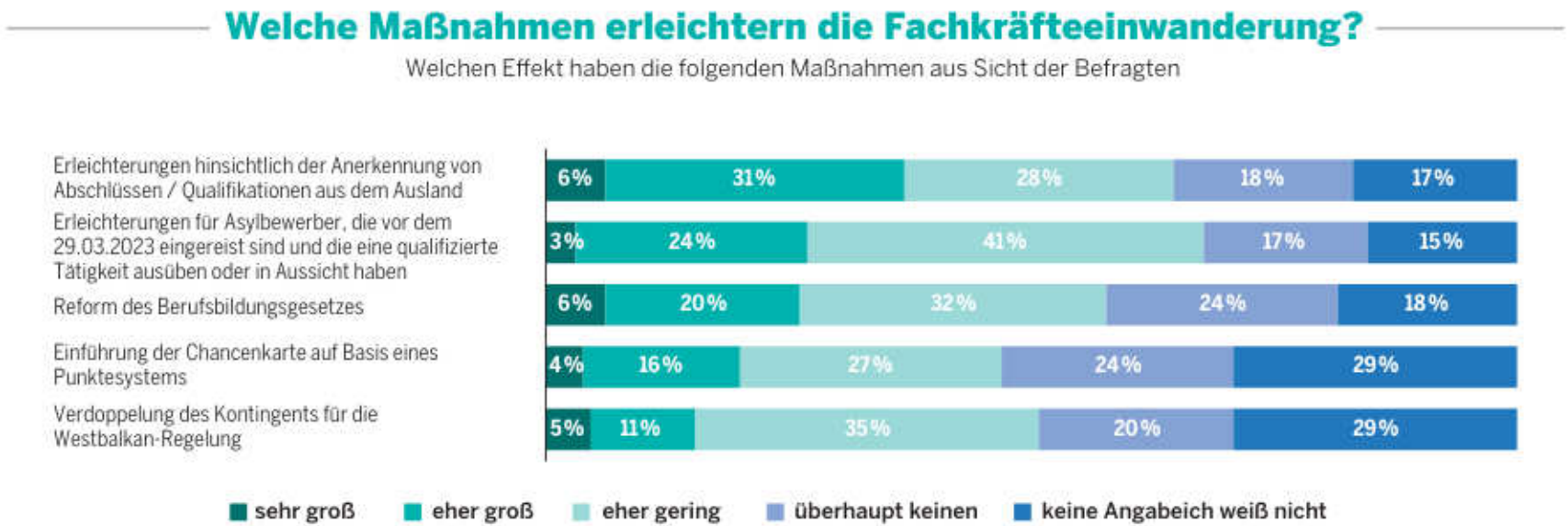
„Schnellere Bearbeitung von Anträgen, mehr Initiativen im Ausland zur Gewinnung von Arbeitskräften!“

VLADIMIR SAAL, GESCHÄFTSFÜHRER, GÄSTEHAUS PETERSBERG GMBH

Unternehmen Erleichterung zu verschaffen, hatte die frühere Ampel-Regierung bereits das Bürokratieentlastungsgesetz auf den Weg gebracht. Darin enthalten war auch die Abschaffung der Hotelmeldepflicht für deutsche Staatsangehörige. Ob die Maßnahmen generell ausreichen und für spürbare Entlastung in den Unternehmen sorgen, bleibt abzuwarten. In jedem Fall bleibt weiter viel zu tun und ein echter Fachkräfteturbo ist bislang nicht in Sicht.

Isabel Diez

Über Ansätze und Lösungen zur Fachkräftesicherung und Personalgewinnung geht es unter anderem auch beim Deutschen Hotelkongress der ahgz am 18. und 19. Februar in Mainz. Noch bis zum 15. Dezember gibt es das Ticket zum Frühbucherpreis. Einfach QR-Code Scannen und anmelden!



Im Jahr 2016 sind die Fair Job Hotels angetreten, um das Image der Branche als Arbeitgeber aufzupolieren. Rund 100 Hotels haben sich in dem Verein mittlerweile zusammengeschlossen, um das Thema HR in der Branche von A wie Azubis bis Z wie Zusammenhalt nach vorne zu bringen. Jetzt hat der Verein erstmals die Karriereseiten aller Mitgliedshäuser intensiv analysiert und bewertet.

Durchgeführt wurde die Untersuchung von Giulia Hahn. Die Studentin an der Hochschule München hat den Karriereseiten Check als Abschlussarbeit erstellt und dabei den Rahmen einer üblichen Bachelorarbeit deutlich gesprengt. „Ich habe im März angefangen und wollte eigentlich im Sommer fertig sein“, berichtet Sie im Gespräch. „Es

Der Fokus von Hahns Arbeit liegt dabei auf der zielgruppenorientierten Ansprache der Generation Z. Dabei wurden vier Gesichtspunkte jeder Karriereseite genau überprüft: Inhalt, Usability, Branding und die Emotionale Ansprache. Während Usability und Inhalte bei den Fair Job Hotels schon sehr gut seien, gibt es bei Branding und Emotionalität noch Nachholbedarf. Viele Hotels haben Schwierigkeiten, eine starke Arbeitgebermarke zu vermitteln und eine emotionale Bindung zu den Bewerbern aufzubauen. Dies ist problematisch, da die Generation Z Wert auf Authentizität, Sinnhaftigkeit und eine positive Arbeitskultur legt. Um die Generation Z effektiver anzusprechen, sollten die Fair Job Hotels daher verstärkt in die Entwicklung und Kommunikation ihrer Arbeitgebermarke investieren.

man auch einfach mal in einem Handyvideo erklären, was die eigenen Werte sind.“ Ein Tipp, wenn die eigenen Bilder nicht ins Layout der Website passen: Hier könne man mit aktiver Social-Media-Arbeit viel ausgleichen. Das Sonnenalp Resort hat zum Beispiel eine Art Zusatzweiterbildung für ihre Azubis, damit diese als Content Creator das Marketing unterstützen können.

Den ersten Platz im Fair Job Hotel Karriereseiten-Check hat das Hotel Jungbrunn aus Tirol geholt. „Wir sind seit 2017 mit zwei Marken aktiv“, erklärt Jörg Bader, HR-Manager des Hotels. Neben der klassischen Hotel-Brand „Jungbrunn – der Gutzeitort“ für die Gäste gibt es seitdem „Die Jung-hof Crew“. „Dafür haben wir einen eigenen Auftritt und auch eine eigene Homepage.“ Eine gute Karriereseite müsse ansprechend und übersichtlich sein, sagt Bader. „Sie muss schnell alle wichtigen Infos liefern und den Bewerbungsprozess so einfach wie möglich machen.“



Die Top 10 Karriereseiten im Check

1. Hotel Jungbrunn
2. Hotel Alpenrose Familux Resort
3. Alpenhof Murnau
4. Johannesbad Hotel Königshof
5. Fahrhaus Sylt
6. Hotel Vier Jahreszeiten Hamburg und Hotel Bareiss
7. Interlpen Hotel Tyrol
8. Hotel Deiman & Platzl Hotel
9. Sonnenpark Hotel Willingen
10. Seeezeltlodge

FAIR JOB HOTELS KARRIERESEITEN-CHECK

Von der besten Seite zeigen

Was für die Mitarbeitersuche online wirklich wichtig ist.

hat dann aber doch relativ lange gedauert, das Bewertungsraster so aufzustellen, dass man die unterschiedlichen Hotels im Verein wirklich fair bewerten kann.“ Neben ihrer knapp 90-seitigen Abschlussarbeit hat sie jedem einzelnen Hotel ein individuelles Feedback ausgestellt mit Tipps, wo und wie die Karriereseite noch verbessert werden kann. Die Fair Job Hotels kannte sie vorher schon, weil sie im Sonnenalp Resort gejobbt hatte. „Als meine Betreuerin dann mit dem Vorschlag eines Karriereseiten-Checks für den Verein kam, war ich direkt begeistert. Ich fand das Thema super spannend.“

„Der erste Quick Win, den ich allen mitgeben kann, sind Kontaktdaten für HR-Verantwortliche“, rät Hahn. „Es klingt banal, aber ganz viele Karriereseiten haben keine Ansprechpartner. Bild, Name und Mailadresse der Verantwortlichen hilft extrem.“ Viele Hotels hätten starke Marken in Richtung Gast, bleiben aber im wahrsten Sinne des Wortes gesichtslos gegenüber Bewerbern. „Da spielen Bilder und Videos auch eine große Rolle“, erklärt Hahn. Statt gekauftem Bildmaterial rät sie außerdem zu authentischen Visuals. „Das müssen keine professionellen Shootings sein“, rät sie, „da kann

Zwei Marken – eine für die Gäste und eine fürs Personal

Top platzieren konnte sich auch die Karriereseite des Alpenhof Murnau aus Bayern. Dort ist Anja Junghans für das Thema verantwortlich. „Unser Employer Branding stellt die Menschlichkeit in den Mittelpunkt“, betont sie. Wichtig sei ein dreitägiges Fotoshooting im Team gewesen. „Die Stimmung war damals super und das transportiert sich auch über die Bilder.“ Aufgebaut haben sie ihre Employer Brand anhand von Werten, die der Alpenhof zuerst für sich intern definiert hat. „Gemeinsam mit einer Grafik- und einer Kommunikations-Agentur haben wir diese dann anschaulich visualisiert.“ Auch in Murnau ist die Karriereseite ständig in Entwicklung: Der Check war dafür sehr wertvoll und hat uns Punkte aufgezeigt, die wir besser machen können. Zum Beispiel haben wir die Rückmeldung bekommen, dass wir die Philosophie unseres Hotels auf der Karriereseite nicht ausführlich genug darstellen. Das gehen wir jetzt natürlich an, das lässt sich ja auch recht einfach lösen.“ jps

Praxistipps

- ➔ **ANSPRECHPARTNER:** Kontaktdaten und Bild des HR-Verantwortlichen auf die Seite stellen
- ➔ **OPTIK:** Authentisches Bild- und Videomaterial aus dem Betrieb zeigen
- ➔ **VORBILDER:** Die eigenen Mitarbeiter so viel wie möglich zitieren

INTERVIEW

„Wertschätzung spart Geld“

Katharina Darisse, Geschäftsführerin Fair Job Hotels, erklärt, was die Branche vom Karriereseiten-Check lernen kann.

Wie kam die Idee zum Fair Job Hotels Karriereseiten-Check? Unser Ziel bei Fair Job Hotels ist es, das Image der Branche voranzubringen. Karriereseiten sind dafür wichtig, da knapp 97 Prozent aller Bewerber sich hier informieren. Recruiting ist das Thema der Stunde, aber egal ob man jetzt Bewerber auf Messen, Social Media oder Events sucht, am Ende werden sie sich alle die Karriereseite ansehen.

Und was sehen sie dort? Unsere Mitglieder bei Fair Job Hotels machen wirklich viel für ihre Mitarbeitenden – aber oft könnte das noch besser kommuniziert werden. Deshalb wollen wir sie mit dieser Studie handwerklich unterstützen. Jedes Hotel hat ganz individuelle Ergebnisse erhalten, was es wo, wie und warum besser machen kann. Wenn diese umgesetzt werden, können wir die Branche insgesamt nach vorne bringen. Das ist eine Win-win-Situation, sowohl für unsere Partnerhotels als auch die Hospitality-Branche allgemein.

Die Studie ist im Rahmen einer wissenschaftlichen Abschlussarbeit entstanden. Wie kam es dazu? Ich bin im ständigen Austausch mit den Hochschulen München und Heilbronn. Im Rahmen dessen haben wir immer wieder die Gelegenheit, Forschungsprojekte vorzuschlagen. So kam auch die Idee zum Karriereseiten-Check. Den hatte ich Professorin Celine Chang vorgeschlagen, und kurz darauf hatte sie mir Giulia vorgestellt. Ich habe ihr grob skizziert, was wir bräuchten und sie fand es interessant und hat sich direkt dran gesetzt.



HR-Expertin: Katharina Darisse.

Wie waren denn die Reaktionen aus dem Verband? Wir haben die Ergebnisse auf unserem Partnertreffen vorgestellt. Zum einen waren alle doch recht beeindruckt von dem Arbeitsaufwand. Gleichzeitig gab es ein gewisses: „Oh wow, stimmt eigentlich die Karriereseite ist so wichtig und ach ja, da könnte man ja noch einiges tun.“ Manche Häuser sind auch ganz aktuell im Prozess, ihre Karriereseiten zu überarbeiten, und konnten das Feedback dann direkt einarbeiten. Deshalb war es uns beim Aufbau der Kriterien auch wichtig, dass sie für ein großes Kettenhotel genauso relevant sind wie für ein kleines Familienhotel. Wir haben auch darauf geachtet, dass sie ohne große Budgets umsetzbar sind. Der Fair Job Hotels Karriereseiten-Check hat für die Partnerhotels einen greifbaren Mehrwert gebracht, weil sie am Ende eine kostenfreie, individuelle Beratung erhalten haben. Ich betone das so, weil es mir wichtig ist, dass wir hier nichts kontrollieren wollen, sondern

befähigen. Wir wollen den Hoteliers Werkzeuge an die Hand geben, wie sie besser rekrutieren können.

Was sind die wichtigsten Learnings für die Branche insgesamt? Authentisches Bildmaterial ist sehr wichtig. Dabei ist gar nicht entscheidend, ob wir professionelle Hochglanzfotografie oder Schnappschüsse mit der Handkamera zeigen. Aber die Bewerber wollen sehen, wo sie sich bewerben, wie es dort aussieht und wer die Kollegen sind. Deshalb sind auch Testimonials der Mitarbeiter und Beispiel-Karrieren im Haus so spannend für potenzielle Bewerber. Dann haben wir gemerkt, dass die wenigsten Häuser unterschiedliche Zielgruppen auch unterschiedlich ansprechen. Ein Schulabgänger hat ganz andere Fragen und Wünsche als ein Quereinsteiger oder eine Fachkraft.

Die Studie legt einen besonderen Schwerpunkt auf den Generation Z. Worauf achtet diese besonders? Neben der Sache mit den authentischen Bildern sind das Wichtigste hier vielleicht die Werte. Hier gehen fast alle Fair Job Hotels schon ein bisschen darauf ein, aber da kann man ruhig etwas ausführlicher werden, weil das Interesse bei potenziellen Bewerbern aus der Gen Z groß ist, sich mit ihrem Arbeitsplatz zu identifizieren.

Besondere Schwierigkeiten scheinen Hotels bisher mit der Ansprache von Quereinsteigern und Praktikanten zu haben. Was können sie hier machen? Da gibt es super Best-Practice-Beispiele. Der Alpenhof Murnau veranstaltet zum

Beispiel Jobfahrten in Zusammenarbeit mit der IHK. Interessierte Schülerinnen und Schüler kommen in den Betrieb und erfahren vor Ort mehr über die Berufe. Seit 2017 hat man sich strategisch auf diese Schülerpraktikanten konzentriert, die selbst für eine Woche Trainingspläne, Ansprechpartner und einfach viel Wertschätzung erfahren. Zum Beispiel wird darauf geachtet, dass das Team schon den Namen des Praktikanten kennt, bevor er überhaupt im Betrieb startet. Jetzt stell dir mal vor, du kommst mit 14 in ein Haus und der Chefkoch begrüßt dich mit Namen, da bist du stolz wie Bolle! Das Ergebnis dieser ganzen Anstrengungen ist, dass der Alpenhof Murnau 2024 alle 33 Ausbildungsplätze mit Schülern aus der Region füllen konnte. Da zeigt sich dann, dass Wertschätzung eben auch bares Geld spart. Diese Azubis kennen sich bereits gut in der Region aus, leben zu meist bei ihren Eltern und wenn die Ausbildung vorbei ist, bleiben sie oft am Ort oder kehren später zurück.

Und die Quereinsteiger? Ein gutes Beispiel findet man zum Beispiel auf der Seite der „Sterne im Sauerland“. Wir arbeiten hier regelmäßig mit dem Hotel Deimann, das ebenfalls den Sternen im Sauerland zugehörig ist. Auf ihrer Karriereseite sprechen die Deimanns ganz gezielt Quereinsteiger an. Dies kann man auch in der Bildsprache einer Karriereseite oder eines Social-Media-Accounts gut abbilden – es muss nicht immer der 17-jährige Schulabsolvent in den Bildern zu sehen sein, sondern auch mal eine 60-jährige Dame mit grauen Haaren. jps

„Ein Schulabgänger hat ganz andere Fragen und Wünsche als ein Quereinsteiger oder eine Fachkraft.“



KATHARINA DARISSE,
FAIR JOB HOTELS

BRANCHENBEFRAGUNG

Geschäftsentwicklung trübt sich ein

Entspannung für Hoteliers und Gastronomen ist weiter nicht in Sicht. Viele beklagen stagnierende Erlöse bei weiter hohen Kosten. Die Erwartungen mit Blick auf das Jahresendgeschäft sind eher verhalten.

Die Wirtschaft hierzulande kommt nicht in Schwung. Dazu das Chaos um die Ampel und dringend benötigte Reformen, die derzeit kaum auf den Weg gebracht werden können. Kurzum: es läuft nicht rund in Deutschland. Auch die Stimmung im Gastgewerbe ist derzeit eher mau. Hoteliers und Gastronomen sehen sich weiter mit einer Vielzahl an Herausforderungen konfrontiert – etwa Fachkräftemangel, hohen Kosten und überbordender Bürokratie.

Das zeigt auch die aktuelle Auswertung unserer HOX-Branchenumfrage an der der sich mehr als 150 Hoteliers und Gastronomen beteiligten. Demnach melden gerade einmal 28 Prozent der Befragten im HOX-Panel eine Umsatzsteigerung von 1 bis 25 Prozent im dritten Quartal 2024 gegenüber dem Vorjahresquartal. Fast 40 Prozent (39 %) hingegen melden eine Umsatzstagnation, 30 Prozent verzeichnen einen Rückgang des Umsatzes von 1 bis 10 Prozent. Und weitere drei Prozent müssen einen Rückgang von mehr als 10 Prozent verkraften (Grafik unten links).

52 Prozent rechnen mit einer Umsatzstagnation

Für das letzte Quartal in diesem Jahr sieht es im Vergleich zum Vorjahresquartal bei den HOX-Panelisten sogar noch trüber aus. So gehen 74 Prozent und damit fast dreiviertel der Befragten von einer Umsatzstagnation (52 %) oder einem Rückgang des Umsatzes (22 %) aus. Die übrigen 26 Prozent rechnen mit einer Steigerung, wengleich die meisten (20 %) nur von 1 bis 10 Prozent Umsatzplus ausgehen (Grafik unten rechts).

Der Blick auf die Zahlen, die das Statistische Bundesamt veröffentlicht, bestätigt die angespannte Lage der Branche. Demnach lag der Gastgewerbeumsatz im August 2024 real (preisbereinigt) um 12,6 % niedriger als im August 2019, dem Vergleichsmonat vor der Corona-Pandemie. Hotels und sonstige Beherbergungsunternehmen melden im August 2024 ein reales, kalender- und saisonbereinigtes Umsatzminus von 1,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahresmonat, zum August 2019 beträgt das Minus 2,6 Prozent. In der Gastronomie sank der Umsatz im August 2024 real um

3,2 Prozent gegenüber dem Vorjahresmonat. Im Vergleich zum August 2019 lag er 16,7 Prozent darunter.

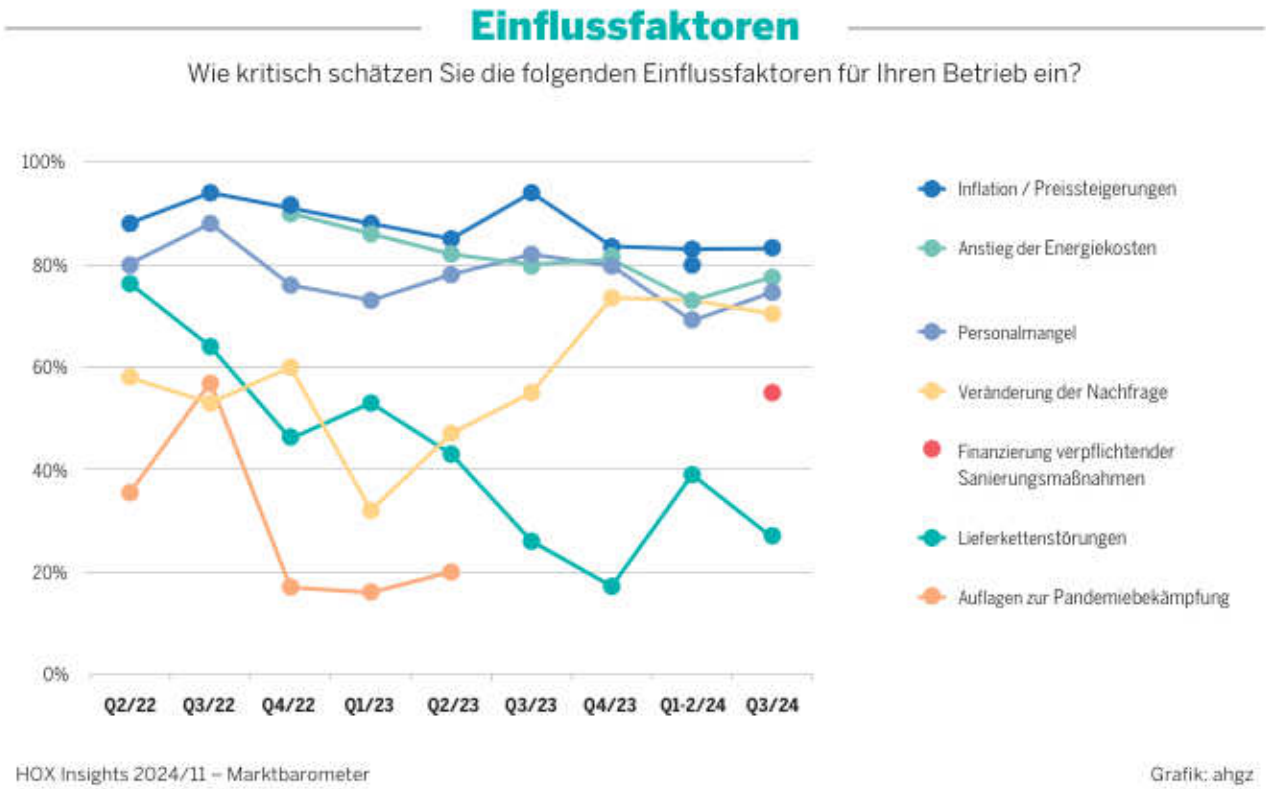
„Es muss gehandelt werden, denn die Lage in unseren Betrieben ist absolut ernst!“, betonte zuletzt auch wieder Dehoga-Präsident Guido Zöllick beim Dehoga Branchentag vergangene Woche in Berlin (Seiten 6 bis 7). „Allein die Arbeitskosten sind zwischen 2022 und 2024 um 31,5 Prozent gestiegen“, rechnete Zöllick vor. Viele Betriebe stünden mit dem Rücken zur Wand – sogar Leuchttürme gingen verloren.

In den letzten Jahren sind im Zuge der Tarifverhandlungen im Gastgewerbe die Löhne deutlich gestiegen – allerdings lagen diese zuvor auch auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau. Zeitgleich ist auch der gesetzliche Mindestlohn weiter erhöht worden: seit Januar 2024 beträgt die unterste Lohngrenze 12,41 Euro brutto je Stunde. Im Januar 2025 steigt sie auf 12,82 Euro. Zum Vergleich: am ersten Januar 2020 lag der Mindestlohn hierzulande noch bei 9,35 Euro pro Stunde, zwei Jahre später betrug dieser 9,82 Euro.

„Nicht allein der Umsatz ist von wichtiger Bedeutung, sondern was man daraus noch für einen Gewinn erwirtschaften kann!“

ROLAND SCHULZ
INHABER BÜCHELSTEINER HOF

Doch nicht nur die Arbeitskosten belasten die Betriebe. Denn Kostensteigerungen gab es in allen Bereichen, allen voran bei den Lebensmitteln und im Energiesektor. Zwar hat sich die Inflation zuletzt deutlich abgeschwächt – sie liegt derzeit bei zwei Prozent (Oktober



2024) – doch in den vergangenen zwei Jahren lag die Inflation auf Rekordniveau. Von September 2022 bis Februar 2023 lag der Wert bei über acht Prozent. Und im Juli 2024 kosteten Lebensmittel laut Verbraucherzentrale immer noch knapp 30 Prozent mehr als vor drei Jahren. Im Energiesektor zahlten Unternehmen oder Behörden laut dem Statistischen Bundesamt im 1. Halbjahr 2024 für Erdgas ohne Mehrwertsteuer und andere abzugsfähige Steuern durchschnittlich 6,04 Cent je Kilowattstunde. Das waren 10,3 Prozent weniger als im 2. Halbjahr 2023. Gegenüber dem 1. Halbjahr 2023 fielen die Preise um 21,5 Prozent, gegenüber dem 2. Halbjahr 2021 lagen die Preise insgesamt 30,5 Prozent höher.

Kostendruck und schwächelnde Wirtschaft

Wie sehr insbesondere der Kostendruck belastet, das wird auch bei den Ergebnissen der aktuellen HOX-Umfrage deutlich. Demnach zählen für die Befragten die Inflation und Preissteigerungen (82 %), der Anstieg der Energiekosten (78 %) sowie der Personalmangel (76 %) zu den kritischsten Einflussfak-

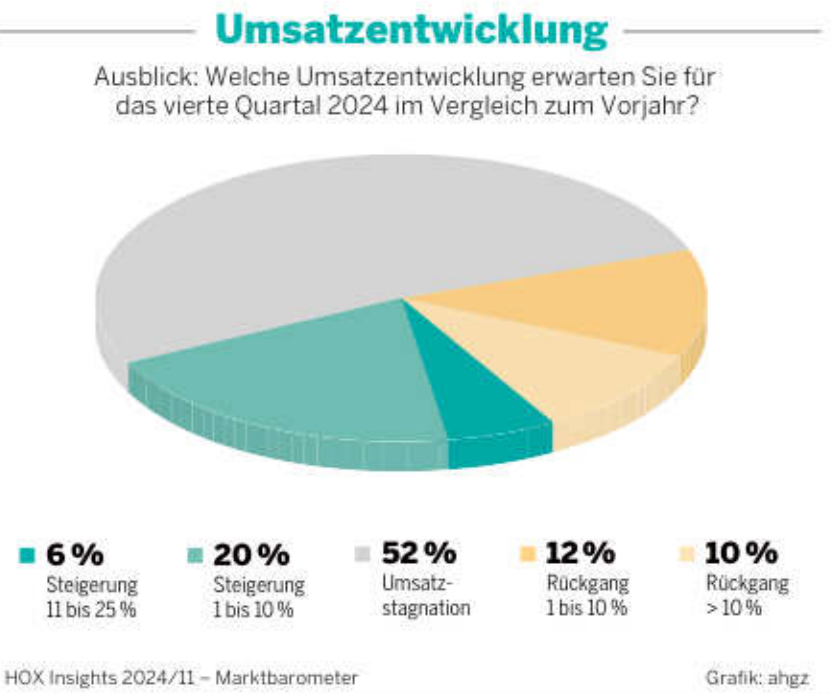
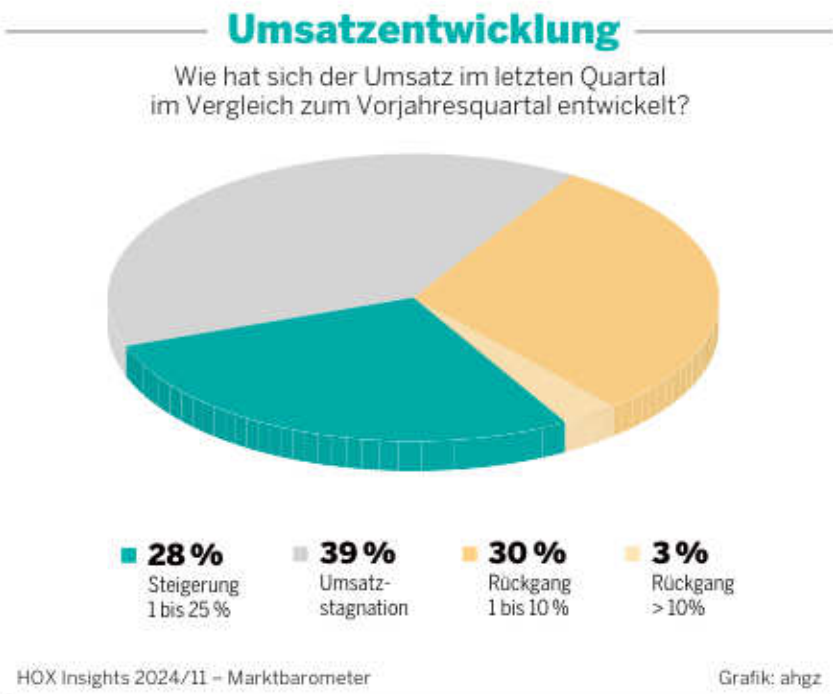
toren auf die gastgewerblichen Betriebe (Grafik oben). „Steigende Lebensmittelpreise, der Anstieg der Lebensunterhaltungskosten für Mitarbeitende verbunden mit Erhöhung der Löhne und Gehälter werden die wesentlichen Herausforderungen für unseren Betrieb sein“, sagt auch Jasmin Ohlendorf, Direktorin Renthof Kassel. Zu wenig Umsatz bei gestiegenen Kosten hingegen meldet Rainer Birke, Geschäftsführender Gesellschafter Hotel Birke und Ringhotel Kiel. „Herausfordernd ist weiterhin vor allem der Personalmangel. Dazu kommt die Unsicherheit bezüglich der wirtschaftlichen Entwicklung in Deutschland“, so Christoph Silber-Bonz, Geschäftsführer Sibo-Hotels. Die Personal-kostenentwicklung, Preissteigerungen sowie die katastrophale Mehrwertsteuerpolitik nennt Paul Ludwig Buller, Inhaber Landhotel Buller, als die weiterhin größten Hürden für sein Unternehmen. „Nicht allein der Umsatz ist von wichtiger Bedeutung, sondern was man daraus noch für einen Gewinn erwirtschaften kann! Bei uns geht es um ständige Effektivitätserhöhung und Expansion durch Übernahme eines weiteren Betriebes“, sagt hingegen Roland Schulz, Inhaber Büchelsteiner Hof.

Isabel Diez

HOX
Hotellerie & Gastronomie
Experten Club

Der HOX-Club richtet sich an alle Macher und Entscheider in der Hotellerie und Gastronomie, die über den eigenen Tellerrand hinausschauen und ihre Meinung mit anderen Experten teilen möchten. Die Mitgliedschaft ist kostenlos und mit keinerlei Verpflichtung verbunden. Club-Mitglieder sammeln mit der Teilnahme an Studien Punkte, die den Zugang zu exklusiven Club-Vorteilen ermöglichen.

→ www.hox-club.de



Alle Fotos: Annette Riedl



Als Vertreter der Regierung schlug Cem Özdemir beim Dehoga Branchentag selbstkritische Töne an.



MdB Gitta Connemann gratulierte dem Dehoga zum Jubiläum.

DEHOGA BRANCHENTAG

Zurück zu 7 Prozent!

Beim Branchentag des Dehoga ging es um die aktuellen Herausforderungen im Gastgewerbe. Im Fokus: Forderungen nach Steuerfairness und Bürokratieabbau. Wolfgang Kubicki, Friedrich Merz und Cem Özdemir sprachen sich für eine erneute Reduzierung der Mehrwertsteuer auf Speisen aus.

Wolfgang Kubicki forderte, dass die Politik sich nicht weiter in Mindestlohndebatten einmischen solle.



Wahlkampfstimmung in Berlin: Der Dehoga Branchentag stand ganz im Zeichen der Politik, dem gerade erst vollzogenen Ampel-Aus und der aktuellen Lage im Gastgewerbe. Rund 650 Gäste folgten dem Ruf des Dehoga Bundesverbandes in die Bolle Festsäle. Durch den Branchentag führte Moderator Hajo Schumacher.

Zum Auftakt überzeugte Dehoga-Präsident Guido Zöllick mit einer Rede, für die er Standing Ovations und viel Applaus bekam. Er benannte die Pain Points der Branche und stellte klare Forderungen an die Politik. Dazu zählen Steuerfairness für die Gastronomie mit 7 Prozent auf Speisen, mehr Flexibilität in der Arbeitszeit, konsequente Maßnahmen für mehr Netto vom Brutto sowie weniger Bürokratie.

„Wir brauchen eine Politik, die die Sorgen des Mittelstandes versteht und ernst nimmt. Wir brauchen eine Politik, die Unternehmertum wertschätzt und fördert und Lust auf Selbstständigkeit macht“, betonte der Präsident. Er appellierte: „Fangen Sie an, den Unternehmerinnen und Unternehmern in diesem Land endlich wieder zu vertrauen!“ Zudem forderte Zöllick einen umfassenden Bürokratieabbau. „Ich erwarte jetzt den sofortigen Stopp aller drohenden Reglementierungen. Die Wirtschaft muss entfesselt werden.“ Auch die starren Arbeitszeitregelungen müssten endlich flexibel gestaltet werden.

Politisch Stellung bezogen im Anschluss unter anderem Wolfgang Kubicki, Bundestagsvizepräsident (FDP), sowie der CDU-Vorsitzende Friedrich Merz und Cem Özdemir, Bundesminister für Ernährung und Landwirtschaft (Bündnis 90 / Grüne). Alle drei sprachen sich für eine erneute Reduzierung der Mehrwertsteuer auf Speisen von derzeit 19 Prozent auf wieder 7 Prozent aus. Merz legte zudem

den Fokus auf Bürokratieabbau sowie das Bürgergeld, das auf den Prüfstand müsse. Der Kanzlerkandidat der Union forderte eine große Steuerreform. Das Ungetüm der derzeitigen Gewerbesteuer müsse verschwinden, sagte er. Gleichzeitig müssten Städte und Gemeinden verlässliche Einnahmen bekommen. „Ich möchte, dass wir diesen Anlauf unternehmen.“ Es gehe um erträgliche Steuersätze, wie 25 Prozent auf die Unternehmensgewinne. Kubicki forderte, dass die Politik sich nicht weiter in Mindestlohndebatten einmischen solle. „Das sollen die Tarifpartner regeln“, so der FDP-Politiker.

Hotels sind kein Verwaltungsvermögen

Cem Özdemir schlug selbstkritische Töne an. „Die gesamte Regierung hat sich nicht mit Ruhm bekleckert“, sagte der Bundesminister. Er forderte einen grundlegenden Politikwechsel. Die Menschen müssten sich laut Özdemir wieder darauf verlassen können, dass der Staat seine Versprechen halte. Zu-

dem seien Investitionen in die Infrastruktur sowie in Bildung und Forschung notwendig. Darüber hinaus brauche es eine starke Verteidigung und „... dringend Partnerschaften mit anderen Demokratien in der Welt“.

Für Auflockerung sorgten am Vormittag die Europa Miniköche. Die 10- bis 12-Jährigen waren aus Nordrhein-Westfalen, Sachsen und Thüringen angereist. Dehoga-Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer erläuterte: „In echten Betrieben erlernen sie an einigen Tagen, wertschätzend mit Lebensmitteln umzugehen und echte Gastgeber zu sein.“ Dabei gelte es gerade auch den Eltern klarzumachen, wie wertvoll der Kochberuf ist, so Inselkammer. Mehr als 1000 Miniköche gibt es inzwischen. In Bayern hat die Schirmherrschaft für alle 15 Gruppen CSU-Chef Markus Söder übernommen. Unterstützung in ganz Deutschland gibt es zudem durch den Initiativkreis Gastgewerbe.

Nachdem die Miniköche die Bühne verlassen hatten, wurde es wieder politisch. „Was muss sich ändern, damit Familienunternehmer eine erfolgreiche Zukunft haben?“ Auf dem Podium diskutierten hierzu Gitta Connemann MdB (CDU), Bundesvorsitzende der Wirtschafts- und Mittelstandsunion, Lena Werner MdB (SPD), stellvertretende Tourismuspolitische Sprecherin der SPD, Theresa Albrecht, Gastwirtin und Inhaberin Hotel zur Post in Rohrdorf, Fritz Keller, Weingut Franz Keller, Winzer, Gastronom und ehemaliger Präsident des DFB (2019-2021), sowie Andreas Deimann, geschäftsführender Gesellschafter des Hotels Deimann im Sauerland. „Hotels sind kein Verwaltungsvermögen“, betonte Gitta Connemann mit Blick auf das Erbschaftsteuergesetz, das derzeit den Generationsübergang in vielen Familienbetrieben vor riesige Herausforderungen stellt und für große Verunsicherung sorgt. Sie forderte hier „Planungssicherheit für die Familienun-



Diskutierten über aktuelle Herausforderungen: (von links) Andreas Deimann, Fritz Keller, Theresa Albrecht, Lena Werner und Gitta Connemann.



Wechseln zwischen Bühne und Publikum: (von rechts) Dehoga-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges, Kanzlerkandidat Friedrich Merz (CDU), Dehoga-Präsident Guido Zöllick und Vizepräsidentin Angela Inselkammer.



Auflockerung: Die Europa Miniköche mit Wolfgang Kubicki und Friedrich Merz.



Bei der Essensausgabe zeigten die jungen Köchinnen und Köche ihr Können.

ternehmerschaft“. Es brauche wieder Vertrauen in die Unternehmen und keinen „Nanny-Staat“. Andreas Deimann forderte Veränderungen in der Bildungspolitik. Es könne nicht sein, dass Studierende Bafög erhalten, Azubis hingegen während der Ausbildung Steuern und Abgaben zahlen müssten.

Keine unterschiedlichen Mehrwertsteuersätze

Fritz Keller bemängelte „Neiddebatten“ innerhalb von Politik und Gesellschaft. Er forderte: „Politiker müssen endlich wieder langfristig denken und nicht nur bis zur nächsten Wahl.“ Genau wie Theresa Albrecht forderte er eine Rückkehr zum reduzierten Mehrwertsteuersatz auf Speisen. „Die unterschiedlichen Sätze auf zubereitete Lebensmittel versteht kein Mensch“, sagte Albrecht. Arbeit müsse sich endlich wieder lohnen und die Arbeitnehmer „endlich wieder mehr Netto in der Tasche haben.“ Als Vertreterin der SPD hatte Lena Werner in der Diskussionsrunde keinen einfachen Stand – auch

weil Kanzler Olaf Scholz trotz des Versprechens, 7 Prozent auf Speisen beizubehalten, dies nicht umgesetzt hatte. Werner, die eine Ausbildung zur Hotelfachfrau absolviert hat, betonte, dass sie sich gemeinsam mit ihrem Team für das Beibehalten des niedrigen Steuersatzes eingesetzt habe. Doch der Kurs der Partei sei aufgrund der Haushaltslücken ein anderer gewesen. Politisch wurde auch der Abschluss mit Wolfgang Schmidt, MdB, Bundesminister für besondere Aufgaben und Chef des Bundeskanzleramtes, sowie Alexander Dobrindt, MdB, 1. stellv. Vorsitzender der CDU/CSU-Fraktion im Deutschen Bundestag. Während Schmidt noch einmal ausführlich auf die Herausforderungen und daraus resultierenden Maßnahmen der Ampel-Regierung der vergangenen drei Jahre einging, legte Dobrindt erneut den Fokus auf die Versäumnisse und Fehler der geplatzten Regierungskoalition. Auch Dobrindt ging auf das Mehrwertsteuer-Thema ein und versprach: „Wir stellen 7 Prozent wieder her!“

id, aha, rw, bto



Sprach auf dem Podium für die Branche: Fritz Keller, Winzer, Gastronom und ehemaliger Präsident des DFB.



„Wir brauchen Wertschätzung für die Branche“, sagte Dieter Janecek, Koordinator der Bundesregierung für Maritime Wirtschaft und Tourismus im Ministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (Bündnis 90/Die Grünen).



Initiativkreis Gastgewerbe: Peter Hack (Hack AG, links), Thorsten Fischer (Flyeralarm).



Guido Zöllick sorgte mit seiner Rede für Standing Ovationen.

WAHL

Große Zustimmung für Zöllick

Die Delegiertenversammlung des Dehoga Bundesverbands hat ihren Präsidenten Guido Zöllick für weitere vier Jahre gewählt.

Zöllick ist seit 2016 Präsident und tritt nun seine dritte Amtsperiode an. Der wiedergewählte Präsident erhielt 95 von 98 abgegebenen Stimmen. Bei der Wahl des Vizepräsidenten zog Fritz Engelhardt überraschend seine Kandidatur zurück, er bleibt aber im Präsidium. Gewählt wurde dann die bayerische Dehoga-Chefin Angela Inselkammer (mit 79 von 96 abgegebenen Stimmen). Die zwei stellvertretenden Präsidenten Stephan von Bülow (Vorsitzender der Fachabteilung Systemgastronomie und Vorsitzender der Geschäftsführung der Block Gruppe) und Otto Lindner (Vorsitzender Hotelverband IHA und Beirat Hospitality X) bleiben im Amt. Gereon Haumann wurde mit großer Mehrheit als Schatzmeister wiedergewählt.

Der Branchenverband setzt auf Kontinuität

Guido Zöllick absolvierte von 1986 bis 1988 eine Ausbildung zum Restaurantfachmann im Hotel Neptun in Warnemünde. Es folgen Hotel-Stationen in Bremen und Lübeck. 1995 wurde Zöllick stellvertretender Hoteldirektor und gastronomischer Leiter in Greifswald, anschließend Bankett- und F&B-Manager im neu eröffnenden Strandhotel Hübner in Warnemünde. Über eine weitere Station im Parkhotel Bremen kehrte Zöllick zur Jahrtausendwende in seinen Heimatort zurück und wurde im Hotel Warnemünder Hof erstmals Hoteldirektor. Seit 2007 leitet er als General Manager und Geschäftsführer das Hotel Neptun.

Vor seiner Präsidentschaft war Zöllick bereits viele Jahre Mitglied im Präsidium des Dehoga Bundesverbandes und seit 2012 stellvertretender Dehoga-Präsident. Von 2005 bis 2017 führte er als Präsident den Dehoga Mecklenburg-Vorpommern. Der *ahgz* sagte er vor der Wahl: „Aktuell warten viele Herausforderungen auf uns, die politisch mitgestaltet werden wollen. In dieser Zeit möchte ich dem Verband nicht den Rücken kehren.“ Er



Geht in seine dritte Amtszeit: Dehoga Präsident Guido Zöllick.



Vizepräsident Stephan von Bülow.



Angela Inselkammer, Vizepräsidentin.

wolle an der Zukunft der Branche als Dehoga-Präsident mitwirken.

Angela Inselkammer wurde 1958 geboren und wuchs in Höhenkirchen auf. 1977 heiratete sie Franz Inselkammer und war in den ersten Jahren der Ehe Hausfrau und Mutter. Später unterstützte sie ihren Mann, der als Diplomkaufmann die Ayinger Brauerei leitete, bei der Buchhaltung und Personalführung. Angela Inselkammer absolvierte

eine Hotelfachfrauenausbildung und wuchs nach und nach in den Betrieb des Brauereigasthofs Hotel Aying hinein, der seit ungefähr 1810 existiert.

Angela Inselkammer renovierte und modernisierte den Gasthof in den Jahren 1992/93 sowie 2001. 2014 übernahm sie auch die Leitung des Bräustüberls in Aying. Zusammen mit ihrem Ehemann betreibt sie den Gasthof in der sechsten Generation und fühlt sich der Famili-

entradition verpflichtet. 2016 übernahm Angela Inselkammer das Amt der Präsidentin des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbandes. Der bisherige Vizepräsident Fritz Engelhardt (66), der im Jahr 2013 zum Dehoga-Landesvorsitzenden Baden-Württemberg gewählt wurde, trat überraschend nicht mehr an. Er hat sein Hotel 2022 verkauft, sodass er nach der aktuellen Wahlperiode in Baden-Württemberg Ende 2025 als Präsident ausscheiden wird.

Stephan von Bülow ist seit Juli 2011 Vorsitzender der Geschäftsführung der Block Gruppe. In dieser Funktion leitet er die strategische Ausrichtung und die operative Führung des Unternehmens und sorgt für die nachhaltige Weiterentwicklung der verschiedenen Geschäftsbereiche. Bereits 1999 trat der studierte Betriebswissenschaftler in das Hamburger Unternehmen ein und übernahm unter anderem die Vorstandsposition der Block House Restaurantbetriebe AG und später die Geschäftsführung der Block Gruppe. Nach einem Zwischenstopp als Geschäftsführer der Compass Group Deutschland und als Vorsitzender Geschäftsführer bei Eurest kehrte er zur Block Gruppe zurück. Vor seiner Zeit bei der Block Gruppe war der gebürtige Hamburger als Leiter der Niederlassung und der Personalentwicklung bei der Mitropa AG sowie als Personalleiter bei der Lufthansa Service Gesellschaft tätig.

Außer seiner Tätigkeit als Geschäftsführer ist Stephan von Bülow Mitglied des großen Vorstands des Dehoga Bundesverbands und im Vorstand beim Dehoga für die Fachabteilung Systemgastronomie. Darüber hinaus engagiert er sich seit Februar 2020 als Mitglied des Plenums der Handelskammer Hamburg.

Rolf Westermann



Der Dehoga Bundesverband ist der einzige Branchenverband, der das Gastgewerbe in seiner Gesamtheit seit mehr als 70 Jahren vertritt – lokal, regional, landes- und bundesweit. Mit mehr als 60.000 Mitgliedern gehört der Dehoga zu den Spitzenverbänden der Wirtschaft in Deutschland. Er ist Interessenvertreter und Sprachrohr des Gastgewerbes gegenüber Politik, Presse und Öffentlichkeit. Der Dehoga gliedert sich in 17 Landesverbände und zwei Fachverbände – Hotelverband Deutschland (IHA) und Unipas (Union der Pächter von Autobahn-Service-Betrieben). Darüber hinaus vertreten die vier Fachabteilungen im Dehoga Bundesverband – Systemgastronomie, Gemeinschaftsgastronomie, Discotheken und Catering – die speziellen Belange ihrer Mitglieder.



Lindner bestätigt

Otto Lindner ist von der Mitgliederversammlung einstimmig für weitere vier Jahre an die Spitze des Hotelverbands Deutschland (IHA) gewählt worden. Er ist seit acht Jahren Vorsitzender des Verbands mit rund 1650 Mitgliedern, tritt nun seine dritte Amtsperiode an und bleibt Dehoga-Vize. Der frühere Wasserball-Sportler und Berufspilot (Jahrgang 1962) absolvierte eine Ausbildung zum Hotelkaufmann und ein BWL-Studium. 1987 wurde Lindner Geschäftsführer der Rheinstern Hotelgruppe, der er nach der Umfirmierung in die Lindner Hotels AG im Jahre 1990 bis April 2022 als CEO vorstand. Er ist nach wie vor Gesellschafter der Lindner Unternehmensgruppe (Anteil 20 Prozent). Seit Herbst 2022 ist er Vorsitzender des Beirates der Hospitality Xperience GmbH in Düsseldorf, die von seinem ältesten Sohn Otto Konstantin und Tobias Oberdieck gegründet wurde. Lindner ist zudem im Hotel Vier Jahreszeiten Hochschwarzwald Geschäftsführer des geschäftsführenden Komplementärs der Eigentümergesellschaft. Ehrenamtlich engagiert er sich seit langem im IHA. 1999 wurde er von der *ahgz* als Hotelier des Jahres ausgezeichnet. *rw*

Maritim-Chefin nicht mehr im Präsidium

Das langjährige Präsidiumsmitglied des Dehoga ist aus dem Gremium ausgeschieden.

Dr. Monika Gommolla verantwortet bereits seit 1986 die Geschäftsleitung der Maritim Hotelgesellschaft mbH. Die Tochter des Unternehmensgründers Hans-Joachim Gommolla und promovierte Juristin ist seit 1997 zudem Aufsichtsratsvorsitzende der inhabergeführten deutschen Hotelgruppe mit aktuell 25 Hotels im Inland und elf Auslandshotels in insgesamt sechs Ländern.

2019 feierte die Maritim Hotelkette 50-jähriges Bestehen, seit nunmehr 55 Jahren genießt die Marke im In- und Ausland großes Vertrauen und steht für höchste Servicequalität, herzliche Gastfreundschaft und Verlässlichkeit.

Ebenso lange gehören die Maritim Hotels zu den größten Ausbildern der Branche, bereits im Jahr 2022 sind mit

gut 300 Auszubildenden wieder ebenso viel junge Menschen bei Maritim in den Beruf gestartet wie vor der Corona-Pandemie. Auch in diesem Jahr haben rund 300 Azubis ihre berufliche Laufbahn bei Maritim begonnen. Zudem sind alle deutschen Maritim Hotels mit dem neuen Dehoga-Qualitätssiegel „TOP-Ausbildungsbetrieb“ ausgezeichnet. Das Zertifikat steht für eine hohe Ausbildungsqualität.

Derzeit sind in den Maritim Hotels gut 3500 Mitarbeitende in Deutschland und rund 2200 im Ausland tätig. Nächstes großes Projekt des Unternehmens mit Sitz im ostwestfälischen Bad Salzungen ist die Eröffnung des dann größten Maritim Hotels mit 579 Zimmern und Suiten in der niederländischen Metropole Amsterdam. *rw*



Trat nicht mehr an: Monika Gommolla.

Das neue Präsidium

- Guido Zöllick, Präsident
- Angela Inselkammer, Stellv. Präsidentin
- Stephan von Bülow, Stellv. Präsident
- Otto Lindner, Stellv. Präsident
- Gereon Haumann, Schatzmeister
- Fritz Engelhardt
- Florian Hary
- Robert Mangold
- Patrick Rothkopf
- Michael Schmidt

Fachbereich Gastronomie

Holger Bösch
Michael Steiger

Fachbereich Hotellerie

Marco Nussbaum
Rolf Seelige-Steinhoff

SIE SIND UNS MEHR *Wert*

Bei **CHEFS VALUE** gibt es ab sofort ein vollumfängliches Leistungsportfolio, in dem Sie genau die Unterstützung finden, die zu Ihnen passt. Ganz gleich, ob Sie Hilfe bei der Erarbeitung und Umsetzung Ihrer Strategie, bei der Digitalisierung oder intelligente Lösungen für die veränderten Arbeitswelten benötigen – wir sind für Sie da. Hinter **CHEFS VALUE** stehen jede Menge Leistungen für kluge Konzepte, smarte Prozesse und intelligente Software – und das alles aus einer Hand.



chefsvalue.de

CHEFS VALUE
CREATING SUCCESS

HDV-HERBSTTAGUNG

Cybersicherheit und KI im Fokus

Beim Treffen im Mannheimer Radisson Blu Hotel: Experten sprachen über rechtliche Aspekte und praktische Anwendungen von KI.



Der Mannheimer Oberbürgermeister Christian Specht begrüßte die Mitglieder der HDV bei der Herbsttagung.

“
Wir laden den
Feind zum
Frühstück ein.
“

STEVEN SCHÄBEL
CYBERSECURITY-COUNCIL

Die alljährliche Herbsttagung der Hoteldirektorenvereinigung Deutschland (HDV) fand mit 180 Mitgliedern und geladenen Gästen im Radisson Blu Hotel in Mannheim statt. Zunächst begrüßte der Mannheimer Oberbürgermeister Christian Specht (CDU) die Mitglieder, anschließend führte der erste Vorsitzende Jürgen Gangl durch das Programm.

Rechtstipps für die Anwendung von KI

Über Aktuelles aus der Branche berichtete Makus Luthé, Hauptgeschäftsführer des Hotelverbands Deutschland (IHA). Das Chaos in der Regierung müsse schnellstmöglich beendet werden, sagte er. Auch auf die erneute Wahl Trumps in Amerika ging Luthé kurz ein. „Hier hat sich etwas Fundamentales verschoben.“

Er wolle allerdings keinen hochpolitischen Vortrag halten, sondern sich auf die aktuellen Herausforderungen für die Branche konzentrieren, sagte Luthé. Er berichtete über die Erbschaftssteuerentscheidung, die Hotelmeldepflicht,

das Bürokratienteilungsgesetz, die Pauschalreiserichtlinie und das Gesetz über Digitale Märkte.

Durch das Programm der Herbsttagung zog sich anschließend das Thema Künstliche Intelligenz. Peter Hense, Rechtsanwalt und Partner bei Spirit Legal LLP gab etwa Rechtstipps zum Schwerpunkt KI. Der Spezialist für IT-, Datenschutz-, Marken-, Travel- und Wettbewerbsrecht machte zunächst darauf aufmerksam, dass der EU AI Act nicht nur große Unternehmen betrifft. Jeder der geschäftlich KI nutze, stehe in der Verantwortung.

Dem Chatbot ChatGPT steht der Rechtsexperte skeptisch gegenüber. „Der ursprüngliche Zweck von solchen Transformern waren bessere Übersetzungen“, sagte er. Nun werde der Chatbot aber für viel mehr Zwecke eingesetzt, was eine Fehlerquelle sei.

Hermann van Gerrevink, Geschäftsführer bei den G-hotels nutzt ChatGPT im Arbeitsalltag. „Mein Ansatz war nie, zu fragen, wie wir Menschen ersetzen können. Das kann KI nicht“, sagte er bei der HDV-Tagung. Sie erleichtere aber seinen Arbeitsalltag und bringe zwi-

schen 20 und 25 Prozent Zeitersparnis. Häufig scheitert die KI von Gerrevink zufolge daran, dass der Input nicht richtig vorbereitet werde. „KI funktioniert wie ein schlauer, aber ungeschulter Mitarbeiter. Wenn wir ihr eine Frage zum Hotelbusiness stellen, antwortet sie ohne Rechtschreibfehler und grammatikalisch korrekt, aber oberflächlich.“ Der Schlüssel ist laut dem Experten, einen eigenen ChatGPT zu bauen, der auf die Bedürfnisse des Hauses abgestimmt ist.

Kein System ist wirklich sicher

Steven Schäbel und Markus Schäffter vom Cybersecurity-Council sprachen von einem Gästeparadoxon. Hacker könnten als Gäste getarnt problemlos eine Nacht im Hotel verbringen. „Und wir laden den Feind auch noch zum Frühstück ein.“ Allein durch die Beobachtung von IT-Geräten lassen sich demnach klare Angriffsflächen identifizieren. Auch die Verbindung zum Hausnetzwerk stelle ein Sicherheitsrisiko dar.

„Wie kann man das Problem lösen?“, fragte Schäbel. Und beantwortete zugleich die rhetorische Frage: „Gar

nicht.“ Kein System sei sicher. Die Frage sei daher nicht, ob ein Hotel gehackt werde, sondern wann. Sein Rat: Nur die notwendigsten Tools anschaffen und behalten, die anderen loswerden.

Exzellente Ausbildung: Vier Preisträger

Auch die Nachwuchsförderung steht bei der HDV weit oben auf der Agenda. Seit 2017 vergibt die Vereinigung gemeinsam mit der Dekra das Gütesiegel exzellente Ausbildung. In diesem Jahr wurde nicht nur ein Hotel geehrt, sondern vier. Alle erreichten 100 Prozent bei der Prüfung.

Die vier Preisträger sind: das Frankfurter Marriott Hotel, der Öschberghof in Donaueschingen, das Le Méridien München und das Hotel Anne Sophie in Künzelsau.

Der Hoteldirektor des Hotels Anne Sophie, Christian Helferich, seine Ehefrau und Inklusionsbeauftragte Jutta Helferich sowie Carmen und Reinhold Würth wurden in diesem Jahr bereits mit dem Special Award beim Hotelier des Jahres der ahgz ausgezeichnet. aha

HEILBRONN HOSPITALITY SYMPOSIUM

„KI kann menschliche Werte nicht ersetzen“

Beim 14. Symposium an der Hochschule Heilbronn standen neue Technologien im Mittelpunkt – und nicht nur deren Vorteile.

Das 14. Heilbronn Hospitality Symposium (HHS) brachte insgesamt mehr als 300 führende Vertreter der Hospitality-Branche, Studierende und Lehrende an der Hochschule Heilbronn zusammen. Diesjähriges Motto: „Hospitality Innovation & Learning: Wege in die technologische Zukunft“. Das von Prof. Dr. Christian Buer (Hochschule Heilbronn) und Prof. Dr. Markus Zeller (Jade Hochschule) organisierte Symposium war einmal mehr Plattform für den Austausch zwischen Studierenden und Branchenexperten.

In zwei Keynotes bekamen die Symposium-Teilnehmer exklusive Einblicke in aktuelle und zukünftige Technologien. Dr. Josef Vollmayr, Mitgründer und Co-CEO zeigte in einer seltenen Live-Demonstration das von seinem Unternehmen selbst entwickelte Limehome OS, das im Hintergrund alle Interaktionen, etwa mit Gästen, aber auch Dienstleistern wie Housekeeping abwickelt. „Bei 93 Prozent unserer Buchungen läuft alles vollautomatisch, kein Mitarbeiter muss eingreifen“, sagte Vollmayr. Zusätzlich sammelt das System Daten, etwa

jede Gästeinteraktion, aber auch aus externen Quellen. Das System legt vollautomatisiert in Echtzeit marginoptimierte Zimmerpreise für jedes einzelne Objekt fest oder liefert Zusammenfassungen, die im Marketing oder bei neuen Objektdeals helfen können.

Prof. Dr. Frank H.P. Fitzek, Sprecher des Exzellenzclusters Centre for Tactile Internet with Human-in-the-Loop (CeTI), präsentierte dagegen eine den meisten Teilnehmern unbekannte Technologie. Mit seinem Team forscht er an etwas, das er verkürzt „taktiles Internet“ nennt. Mithilfe von Technologien und dem Einsatz von Robotern sollen Menschen mit Maschinen interagieren können, unabhängig von Zeit und Raum.

Außer den beiden Keynotes diskutierten namhafte Vertreter der Hotellerie und Gastronomie in verschiedenen Panels über neue Technologien, sowie deren Auswirkungen auf das eigene Geschäft und die Mitarbeitenden. Dabei gab es durchaus auch kritische Stimmen. So seien gerade bei generativer KI nach anfänglichem Hype

durchaus bei genauem Hinsehen auch Limitierungen zutage getreten, sagte etwa Stefan Bezold von der FutureLog Europe GmbH. „Jede neue Technologie wird zunächst über- und dann im Laufe der Zeit unterschätzt“, stellte Bezold als These auf.

Um Potenziale neuer Technologien zu heben und Ängste abzubauen, plädierten viele Panelteilnehmer immer wieder dafür, die Mitarbeitenden von Anfang an einzubinden. Diese sollten mit neuen Tools experimentieren und dabei auch Fehler machen dürfen. „Wenn wir die Menschen nicht mitnehmen, werden wir scheitern“, sagte Tim Rohnalter von Allinvos. Auch Gastronomin Kerstin Rapp-Schwan appellierte, engagierten Mitarbeitern zu vertrauen.

Bei der Frage, ob virtuelle Erfahrungen irgendwann echte Konkurrenz zu Tourismus, Hotellerie oder Gastronomie werden könnten, war der Tenor einhellig, Tobias Köhler von Onsay formulierte es so: „KI kann menschliche Werte nicht ersetzen.“ Markus Roman



Coca-Cola beschert festliche UMSÄTZE!



COCA-COLA IST DIE WEIHNACHTSMARKE NR. 1



Seit der ersten Kampagne mit Santa im Jahr 1931 verbinden Menschen Coca-Cola mit Weihnachten.¹

WEIHNACHTSZEIT ALS UMSATZTREIBER



Fast jeder Vierte gibt zu Weihnachten mehr Geld für Essen und Getränke aus.²

WEIHNACHTSGEWINNE FÜR IHRE GÄSTE



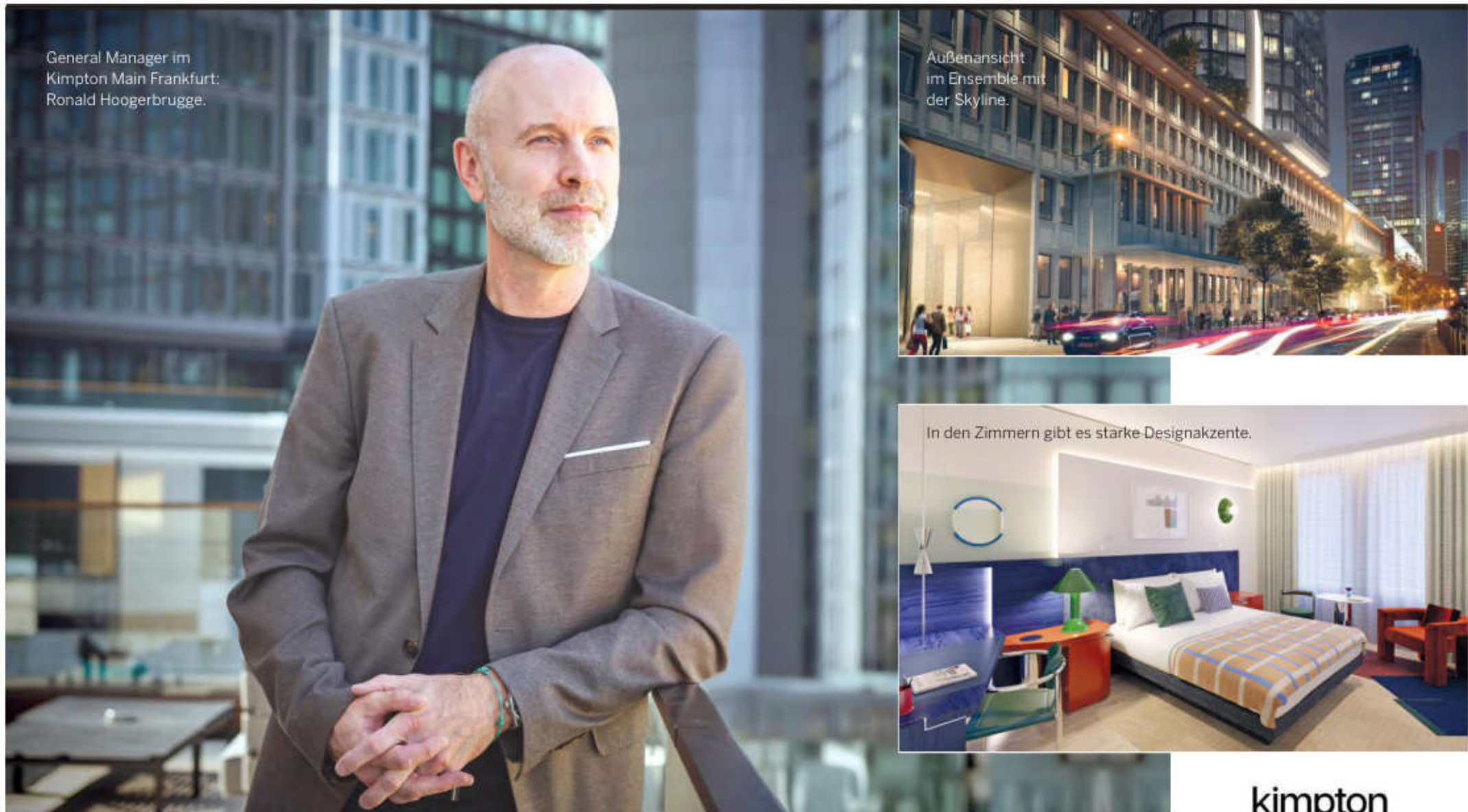
Großes Gewinnspiel in der Coke App mit einfacher Teilnahme über QR-Codes auf Packungen und Werbemitteln.

JETZT BESTELLEN UND VON DER WEIHNACHTSMARKE NR. 1 PROFITIEREN!*

* 1 TCCC EUROPE Shopper Research 2023 'Inflationary context impacting shopper behaviours' 2 IGD ShopperVista, 5th & 6th Jan '22 (GB)

Coca-Cola, Coke, Coca-Cola Zero und die Konturflasche sind eingetragene Schutzmarken der The Coca-Cola Company.

markenhotels up date



General Manager im Kimpton Main Frankfurt: Ronald Hoogerbrugge.

Außenansicht im Ensemble mit der Skyline.

In den Zimmern gibt es starke Designakzente.

kimpton
main
FRANKFURT

„Ein Hotspot für die Stadt“

Aufregende Bars und Restaurants – wenige Monate vor der Eröffnung des neuen Luxus-Lifestyle-Hotels Kimpton Main Frankfurt skizziert Hoteldirektor Ronald Hoogerbrugge im Interview mit Rolf Westermann die geplante Positionierung.

Ronald Hoogerbrugge, Sie kennen Frankfurt aus der Zeit als Chef des Intercontinental Hotels und als Area GM von IHG Hotels & Resorts. Wie schätzen Sie den Markt ein? Frankfurt hat einen stabilen Hotelmarkt, der sich entwickelt. Mehrere Mid-scale-Hotels an der Messe sind hinzugekommen und einige Luxushotels gingen verloren. Wir kommen mit unserem Luxus-Lifestyle-Hotel in einer guten Zeit.

Was muss geschehen, um mehr Leisure-Gäste nach Frankfurt zu locken? Als Destination ist Frankfurt sehr businesslastig. Der touristische Bereich muss weiterentwickelt werden. Zum Beispiel an den Wochenenden gibt es viel Potenzial für Buchungen. Die Messen sind für die Stadt extrem wichtig, aber genau so sind die Bereiche Gastronomie, Museen, Kultur allgemein und Sport bedeutend für den Standort, beim Image gibt es aber Luft nach oben. Wir unterstützen ausdrücklich den Masterplan Tourismus 2030, der den Ausbau Frankfurts zu einer Erlebnis-City vorsieht.

Kimpton ist neu in Deutschland. Wofür steht die Marke? Seit den 1980er-Jahren, als Bill Kimpton die Boutique- und Lifestyle- Hotellerie miterfunden hat, ist die Marke Kimpton in vielen internationalen Metro-

polen eingeführt worden. In Europa werden wir das zehnte Hotel sein. Kimpton ist vom Design inspiriert, hat eine starke Gastronomie und bietet einzigartige Erlebnisse mit tollem Service.

Im kommenden Jahr stehen einige Hoteleröffnungen in Frankfurt bevor: Hyatt House Goetheplatz, The Florentine in der früheren Villa Kennedy und voraussichtlich auch das erste Taj Hotel der Stadt im einstigen Hessischen Hof. Wo sehen Sie den Platz für Kimpton? Wir glauben, dass wir mit der Lifestyle-Luxusmarke eine einzigartige Position einnehmen können. Der Kimpton-Vibe wird eine neue Community in die

Stadt bringen. Kimpton wird ein Hotspot und in der Gastroszene mitmischen. Hinzu kommt die einzigartige Lage in der City. Darüber hinaus erinnert Frankfurt im kommenden Jahr an den legendären Stadtplaner Ernst May, der in den 1920er-Jahren das Gesicht des „neuen Frankfurt“ prägte. 2026 wird die Region Frankfurt Rhein-Main darüber hinaus World Design Capital sein. Das nehmen wir gerne mit und so passt es gut, dass wir eine der beiden Hotelbars nach dem Architekten Ernst May benannt haben.

Gibt es schon einen Eröffnungstermin? Planen Sie eine Sterneklassifizierung? Wir wollen im ersten Quartal mit dem Soft Opening starten. Ein genaues Datum steht noch nicht fest. Derzeit läuft der Innenausbau. Wir verstehen uns als Luxushotel, streben aber keine Klassifizierung an. Bei den Raten werden wir uns am oberen Preissegment orientieren, die Belegung soll sich im Frankfurter Durchschnitt bewegen.

Wie wollen Sie die Gastroszene aufmischen? Mit internationalen, hochkarätigen Konzepten, die auch das lokale Publikum begeistern werden. Die Lobby-Bar May, wie schon erwähnt nach Ernst May benannt, soll das Wohnzimmer des Quartiers werden. Die Brasserie Anni im Erdgeschoss ist nach der Textilkünstlerin und Bauhauslehrerin Anni Albers benannt. Das Konzept lautet: Grand European Brasserie Classics. Im fünften Stock heißt das Motto „Bauhaus meets Bohemia“. Das Restaurant Lazuli ist nach dem Stein Lapislazuli benannt, es dominiert die Farbe Blau. Dort können die Gäste auf „Social Sunshine Living“ umschalten und vom Alltag loskommen. Dazu gehört eine große Terrasse in Mitten der Frankfurter Skyline. Das wird ein Hotspot der Stadt werden. Wir streben 80 Prozent lokales Publikum an.

Warum setzt die Kettenhotellerie immer stärker auf Boutiquehotels? Das Boutiquehotel ist kein Trend, sondern ein Wandel der Art und Weise, wie Gastfreundschaft gelebt wird. Hotellerie ist schon seit Längerem viel mehr als Übernachtung mit Frühstück.

Welchen Spielraum haben Sie vor Ort? Im Rahmen der Brand Standards und unseren Kimpton Signatures ist vieles möglich, um Erlebnisse zu gestalten. Das Konzept lässt sich nicht aus der Box planen.

„Als Destination ist Frankfurt sehr businesslastig. Der touristische Bereich muss weiterentwickelt werden.“

Sie engagieren sich auch in der Frankfurt Hotel Alliance. Wird ein solcher Verbund mit rund 70 Hotels bei der Kommunalpolitik gehört? Ich bin seit vier Jahren dabei und kann sagen, dass die Hotellerie durchaus ernst genommen wird, zum Beispiel beim Masterplan 2030. Wir sind starker Partner, Sprachrohr der Hotellerie und Kritiker.

Wie geht es mit dem Hotel Intercontinental in Frankfurt weiter, das seit 2021 geschlossen ist? Wir befinden uns in tiefgehenden Gesprächen mit den Eigentümern. Derzeit können wir dazu keine weiteren Aussagen machen.

Das Luxus-Lifestyle-Hotel Kimpton Main Frankfurt (155 Zimmer) geht Anfang 2025 an den Start. Es wird in der Innenstadt der denkmalgeschützten Fassade des ehemaligen Deutsche-Bank-Areals neues Leben einhauchen. Die Eröffnung ist gleichzeitig das Debüt der Boutiquemarke Kimpton Hotels & Restaurants in Deutschland. Die Marke wurde 1981 vom Hotelier Bill Kimpton gegründet und ist eine von sechs Marken im Luxus- und Lifestyle-Portfolio von IHG. Zurzeit gibt es 75 Kimpton Hotels sowie über 100 Restaurants, Bars und Lounges weltweit, mit weiteren 57 Hotels in der Pipeline. General Manager ist Ronald Hoogerbrugge, der auf eine fast 30 Jahre lange Karriere bei IHG Hotels & Resorts blickt. Zuvor war er u.a. GM in den Intercontinental Hotels in Düsseldorf, Chicago sowie Toronto und leitete das Intercontinental Frankfurt.

IHG Hotels & Resorts

IHG Hotels & Resorts ist ein globales Hotelunternehmen mit Sitz in Großbritannien. Mit 19 Hotelmarken und IHG One Rewards, einem der weltweit größten Hoteltreueprogramme, verfügt IHG über mehr als 6400 Hotels in mehr als 100 Ländern, weitere 2200 Hotelneueröffnungen sind geplant



**SIE WOLLEN
AUCH MIT
BIO WERBEN?**

**DANN LASSEN SIE
SICH AUSZEICHNEN.**



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft

Auf Bio setzen lohnt sich. Lassen Sie sich auszeichnen und zeigen Sie Ihren Gästen mit dem neuen **Bio-AHV-Logo**, wie hoch der Bio-Anteil Ihres Angebots ist.



[bio-ahv.de](https://www.bio-ahv.de)

STRATEGIE

Zleep verlässt seine Heimat

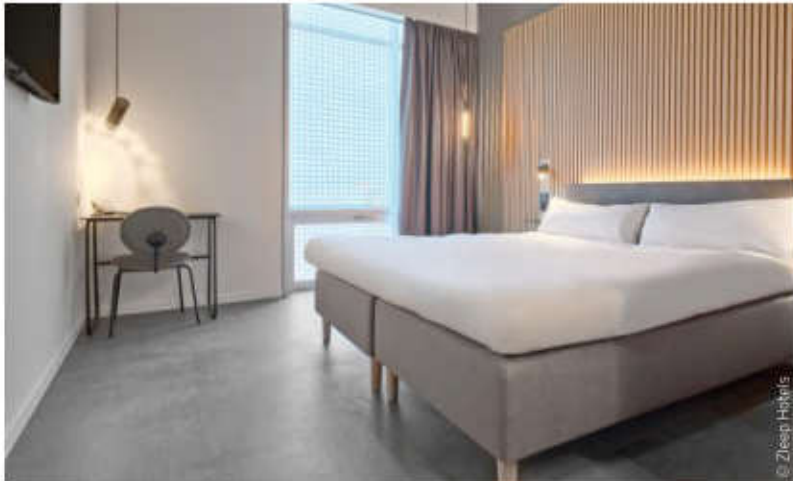
Im Zuge der kompletten Markenrechte-Übernahme durch H World International wird das Joint Venture mit dem dänischen Partner aufgelöst. Die dänischen Zleep-Häuser werden künftig von Gründer Peter Haaber unter einer Marriott-Marke geführt. Anderswo geht die Zleep-Expansion weiter.

Das Frankfurter Hotelunternehmen H World International (Steigenberger) hat die vollständigen Markenrechte an den Zleep Hotels erworben. Gleichzeitig wurde das Joint Venture mit dem dänischen Partner aufgelöst. Der Betrieb von 16 Häusern in Dänemark unter der Marke Zleep wird nicht weitergeführt. Es scheint, dass zwischen dem dänischen Partner und H World Differenzen hinsichtlich der zukünftigen Ausrichtung bestanden. H World International wollte sich auf ahgz-Nachfrage zu dem Vorgang nicht äußern. Zleep Hotels wurde 2003 von Peter Haaber gegründet, der als CEO die Hotelgruppe leitete und zuletzt 49 Prozent der Anteile am Joint Venture mit H World hielt. Im Jahr 2019 trat die damalige Deutsche Hospitality in die Hotelgruppe ein und übernahm mit 51 Prozent die Mehrheit des Joint Ventures.

Mittlerweile hat Peter Haaber einen neuen Markengeber für 14 bisherige Zleep Hotels in Dänemark gefunden. Diese firmieren künftig unter dem Marriott-Brand Four Points Flex by Sheraton. Die meisten Hotels sollen bis Dezember 2024 umbenannt werden, die restlichen folgen Anfang 2025. Durch die Umwandlung fügt Haabers Unternehmen Core Hospitality mehr 1500 Zimmer und zehn neue Standorte zum Marriott-Portfolio in Dänemark hinzu und wird der größte Franchisenehmer von Marriott in dieser nordischen Region.

Geplante Eröffnungen in Zentral- und Osteuropa

Im Einklang mit der Asset-Light-Strategie konzentriert sich H World International nun auf die Expansion der Marke in Zentral- und Osteuropa, teilt das Unternehmen mit. Bald können Gäste demnach in das erste Zleep Hotel in Deutschland einchecken. „Die Eröffnung des Zleep Hotel Frankfurt Airport Kelsterbach ist



Skandinavisch schlicht: Zimmer im Zleep Hotel Madrid Airport.



Klare Linien: So sieht das Zleep Hotel in Prag aus.

für das erste Quartal 2025 geplant“, heißt es bei H World International. Weitere Zleep Hotels sind in Hamburg, Leipzig und Göppingen geplant.

„In den vergangenen zwei Jahren haben wir die Marke Zleep Hotels durch Hotelöffnungen in Madrid, Prag, Lausanne und Zürich in Europa etabliert. Wir streben an, mit unserer Economy-Lifestyle-Marke mit weiteren strategischen Partnerschaften zu expandieren. Unsere aktuelle Pipeline für neue Zleep Hotels ist vielversprechend und unterstreicht unser Engagement“, sagte Oliver Bonke, CEO von H World International.

Ein weiterer Schwerpunkt ist die Deutschschweiz. „Unsere Schweizer Projektstandorte und die Marke Zleep Hotels passen ideal zusammen. Wir schätzen die gute und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit dem dynamischen Team von H World International“, so Rico Zindel, Geschäftsführer der Sántis Home AG, die mit H World International eine Rahmenvereinbarung

über weitere Franchisehotels getroffen hat. Zuletzt wurde das Zleep Hotel in Zürich-Kloten eröffnet, zwei weitere Zleep Hotels in Bern-West und Luzern-Emmenbrücke sind in der Entwicklung.

Zleep Hotels kombinieren günstige Preise mit einem stylischen Design, inspiriert von der dänischen Designtradition. Die Marke setzt auf eine minimalistische Ästhetik mit nachhaltigen Materialien. Die öffentlichen Bereiche sind als gesellige Orte konzipiert, die sowohl für Neubauten als auch für die Umwandlung bestehender Gebäude in effiziente Hotels geeignet sind.

Zleep will Urlaubs- und Geschäftsreisenden dänisches Design, Qualität und skandinavische Einfachheit zu einem erschwinglichen Preis bieten. Der Check-in ist digital, zur Tageszeit passende Musik sorgt für akustische Erlebnisse. Die Zimmer sind geräumig und hell und mit hochwertigen Kissen und Matratzen ausgestattet. *ai/hz*

ÜBERNAHME

Grand Metropolitan steigt bei Top International ein

Das Unternehmen des früheren Kempinski-Chefs Martin R. Smura übernimmt die Mehrheit der Vertriebs- und Marketing-Kooperation vom Gründer Hans R. Müller.

Mit dem Einstieg bei der Top International Hotels GmbH erweitern die Grand Metropolitan Hotels ihr Portfolio und bauen auf Synergien, die ihre Partner und Mitgliedshotels auf globalen Märkten konkurrenzfähiger machen sollen. Top International unterstützt derzeit über 400 inhabergeführte Hotels in Vertriebs- und Marketingaktivitäten.

Hans R. Müller, der Top International Hotels im Jahr 1982 in Düsseldorf gründete, erläutert: „Im Rahmen der weiterführenden Expansion unseres Unternehmens habe ich einen starken Partner gesucht und gefunden. Zum 1. Januar 2025 habe ich meine Anteile an

der Gesellschaft an die in der Schweiz ansässige Grand Metropolitan Hotels veräußert.“

Martin R. Smura, Gründer der Grand Metropolitan Hotels: „Wir freuen uns, dass wir bei diesem seit Jahrzehnten in der Branche etablierten Unternehmen investieren konnten und nun gemeinsam mit dem Team die Marke sowie das Portfolio weiterentwickeln und ausbauen können.“ Man habe so Zugang zu einem hervorragenden Team und sehr guter Technologie erhalten, die für das gesamte Portfolio von Relevanz und Vorteil sei. Smura weiter: „Allein der Global-Distribution-System-Vertrag, der über 40 Jahre Bestand hat, bietet sehr wettbewerbsfähige Konditionen, die wir nun für unser gesamtes Portfolio nutzen können.“

Top International Hotels gehört heute zu den größten Hotelkooperationen in Europa. Der Kernmarkt der Hotelkooperation liegt in Deutschland, während sich die Standorte der Mitgliedshotels international von Reykjavik in Island bis Muskat im Oman erstrecken.

Zur Zukunft von Top International Hotels sagt Hans R. Müller: „Das Unternehmen wird das bestehende Büro in Düsseldorf, die langjährigen Mitarbeitenden und das erfolgserprobte Konzept vollumfänglich erhalten und darauf aufbauen. Marcus J. Klar, COO, wird neuer CEO des Unternehmens

und Regine Feierabend wird ihn weiterhin als CFO unterstützen.“ Hans R. Müller übernimmt die Funktion des Chairman of the Board und wird durch Mitglieder des Management Boards der Grand Metropolitan Hotels in dieser Funktion unterstützt.

Weiterer Zukauf noch in diesem Jahr

Das Team der Grand Metropolitan Hotels verfügt über umfassende Erfahrung in der Führung und Entwicklung von Luxushotels. Das Unternehmen betreibt mit den Geschäftsmodellen Management, Franchise und Affiliation mehr als 300 Hotelbetriebe mit mehr als 20.000 Zimmern in Europa, dem Mittleren Osten und Afrika.

Die Eingliederung von Top International wird laut Martin R. Smura schnell vonstatten gehen: „Dafür brauchen wir nur wenige Monate. Wir haben gegenüber den großen Markenunternehmen den Vorteil, dass wir nichts in eine starre Struktur einbinden müssen, sondern sehr flexibel reagieren können, sehr gern auf die Eigenheiten der gekauften Unternehmen eingehen und versuchen, die Talente einzubinden und zu halten. Wir werden noch in diesem Jahr eine weitere größere Übernahme vollziehen und haben somit bis zum Jahresende noch alle Hände voll zu tun.“ *rw/hz*

Zusammenschluss: Hans R. Müller (links), Gründer von Top International Hotels, und Martin R. Smura, Gründer von Grand Metropolitan Hotels.



“ Wir freuen uns, dass wir die Marke sowie das Portfolio weiterentwickeln und ausbauen können. “

MARTIN R. SMURA
GRÜNDER & PRESIDENT
GRAND METROPOLITAN HOTELS



„Durch sie
kann ich bei
der Arbeit das
Beste geben.“

Mewa. Berufskleidung im Rundum-Service.

Jetzt mehr unter mewa.de/rundum-service

industrie up date

Man wird durch eine solche Schulung wieder daran erinnert, welches Können und welche Qualität hinter einem guten Kaffee stecken.“ Das sagt Neele Reinking, Platzl-Mitarbeiterin, die jüngst an einer umfassenden Dallmayr-Kaffeeschulung teilgenommen hat. Reinking ist IHK-geprüfte Bartenderin und Demi-chef de Bar in der neuen Josefa Bar, die unlängst im Platzl Hotel München eröffnet wurde.

Sie und ihre Kolleginnen und Kollegen – allen voran Barmanagerin Nathalie Putz sowie Bar Supervisor Jonathan Saile, Demi-chef de Bar Ayoub Sabir und die Duale Studentin Paula Besse – wurden an der Dallmayr Academy in München einen Tag lang in die hohe Kunst der Kaffee-Zubereitung eingewiesen. Nicht ohne Grund: Das Platzl Hotel ist im Rahmen der Planungen für seine Josefa Bar eine „Genusskooperation“ mit dem Münchner Kaffeespezialisten eingegangen. Dallmayr entwickelte für das Hotel zwei spezielle Blends: den Power Blend aus 50 Prozent Arabica- und 50 Prozent Robusta-Bohnen sowie den Tender Blend aus 100 Prozent Arabica-Bohnen.

Sichtbar ist das auch durch exklusive Verpackungen, zudem wurden für die Arbeit an der Siebträgermaschine im Hotel auch extra Tassen gestaltet. „Unser Anspruch ist es, unseren Kunden in der Gastronomie Konzepte zu bieten, die die eigentliche Ausrichtung der Kunden sinnvoll unterstützen. Kundenindividuelle Eigenmarken können da eine gute Lösung sein“, betont Philipp Kocherscheid, Geschäftsführer Dallmayr Gastronomie Service.

Für Heiko Buchta, Direktor der Platzl Hotels in München, ist Kaffee ein zentrales Thema. Er sieht in der Zusammenarbeit eine ideale Symbiose der beiden Traditionsunternehmen, die sich auch räumlich nahe sind. „Wir haben im Zuge dieser Kooperation die komplette Gastronomie und unsere Hotels, darunter auch das Marias Platzl, auf Dallmayr umgestellt. Außerdem wollen wir die vorhandene Expertise in Sachen Kaffee bei unseren Talenten weiter ausbauen.“

Spezialitäten und Blends nach Kundenwunsch

Eine Schulung in der Dallmayr Academy startet stets mit der Vermittlung von Basiswissen. Schulungsleiter Phil Semelink, der im Jahr etwa 150 Schulungen organisiert, begann seine Ausführungen zum Lieblingsheißgetränk der Deutschen daher mit Informationen zur Historie des Kaffees, zum Anbau, zu den Merkmalen der verschiedenen Bohnen und zur Verarbeitung.

„Je größer das Wissen über Kaffee, umso intensiver kann das Genusserlebnis sein“, versichert Semelink. Als Einstieg in die Praxis erläuterte er die Röstung von Rohkaffee in Trommel-Röstmaschinen. Dabei hat ein Kaffeeröster schon bei diesem Vorgang die Möglichkeit, den Rohkaffee an die Wünsche der Kundschaft anzupassen. Um die ver-



GEGRÜNDET: 2017 im Dallmayr Delikatessenhaus, München
SCHULUNGSLEITER: Phil Semelink
DEPENDANCEN/MITARBEITER: Freiburg, Bremen, Braunschweig; Baristas und Trainer sind bundesweit für Schulungen, Verkostungen und Events im Einsatz
TEILNEHMER: rund 50 Prozent Profis aus der Gastronomie, rund 50 Prozent Endverbraucher
KURSANGEBOTE (AUSWAHL): Warenkunde, klassisches Gastrotraining, Latte Art und Filterkaffee-Workshop, Ausbildung zum SCA-zertifizierten Barista, Kurs-Event für Azubis, Schulungen vor Ort (max. 3 bis 4 Personen an der Siebträgermaschine)
KONTAKT: www.dallmayr.com



“
Wir wollen die vorhandene Expertise in Sachen Kaffee bei unseren Talenten weiter ausbauen.
“

HEIKO BUCHTA
DIREKTOR PLATZL HOTEL

Barchefin Nathalie Putz: „Man muss dranbleiben am Thema Kaffee.“

DALLMAYR & PLATZL

Kaffee verdient Know-how

Ehe die neue Josefa Bar im Platzl Hotel in München eröffnet wurde, hat sich das Team an der Dallmayr Academy weitergebildet. Einblicke ins Schulungsprogramm.



Josefa-Team in der Academy: Mehr Wissen rund um das beliebte Heißgetränk.



Dallmayr: Zwei exklusive Kaffee-Mischungen für Partner Platzl.

schiedensten Aromen zu erfahren, durfte das Platzl-Team als erstes verschiedene Spezialitäten als Filterkaffee probieren.

Der neue Kaffee für das Hotel entsteht in Bremen, einem der insgesamt fünf Rösterei-Standorte von Dallmayr. „Das Thema Specialities erfreut sich insgesamt einer steigenden Nachfrage auch im Bereich kundenindividueller Produkte“, erläutert Philipp Kocherscheid. „Aktuell liegt diese Kategorie im kleineren einstelligen Bereich, Tendenz stark wachsend. Unsere Kunden wissen die Möglichkeit der Individualisierung sehr zu schätzen.“ Die Einstiegsbarriere für die Kunden sei niedrig. „Eigenmarken im kundenindividuellen Doypack sind bereits ab 30 Kilogramm pro Fertigung möglich.“

Beim Kaffee für das Platzl Hotel galt es, einen Blend zu kreieren, der zum Haus, zu seiner Philosophie und Kategorie sowie zu dessen Gästen passt. Ins Platzl Hotel kommen viele Münchner, besonders zum Josefa Karree, einem Hotspot der Szene. „München hat eine ausgewogene Kaffeekultur“, betont Semelink, „und es gibt sehr viele Espresso-trinker, die einen schnellen und guten Espresso mögen.“

Als Folge daraus war bei der Entwicklung des spezifischen Kaffees einerseits etwas Kräftiges, Dunkles wie der „Power Blend“ erforderlich – andererseits ein weicher Espresso wie der „Tender Blend“ für Heißgetränke mit Milch. Wohlwissend, dass für Hotels – etwa bei Frühstück oder Tagungen – stets Vollautomaten von Bedeutung sind, eignen sich die Sorten auch für diesen Einsatz. „Mit der Siebträgermaschine kann man den Espresso exakter einstellen und dadurch auch den Geschmack lenken“, sagt Semelink, „aber die Blends passen auch für Vollautomaten sehr gut.“

Hauptpart einer Kaffee-Schulung ist naturgemäß die Arbeit an den Siebträgermaschinen, wo sich alles um die Frage dreht: „Wie soll der Kaffee sein?“ Das Wunschrezept entscheidet darüber, wie viel Kaffeepulver man nimmt. Doch auch viele weitere Details beeinflussen das Ergebnis in der Tasse: nicht nur der Kaffee und der Mahlgrad der Bohnen, sondern auch der richtige Brühdruck, das Wasser, dessen Temperatur und die Durchlaufzeit des Kaffees. Tatsächlich sind Sekunden entscheidend. Den Abschluss der Schulung bildete die Latte Art – ob Kuh- oder Hafermilch, geschäumt wird immer gleich.

Italienische Lebensfreude, bayerische Tradition

Dass der Academy-Tag sehr wertvoll war, darüber war sich das Josefa-Team einig. „Vorher hatte man zwar bereits Fachwissen rund um das Thema Kaffee“, bemerkte Jonathan Saile, „jetzt ist das alles aber deutlich fundierter.“ Auch Barchefin Nathalie Putz fand die Schulung hochinteressant. Sie ist sich so wie ihre Mitarbeitenden dessen bewusst, dass die Routine erst mit der Zeit kommt. „Man muss dranbleiben!“

Mit dem neuerworbenen Know-how lasse sich die Philosophie der Josefa Bar jetzt noch besser umsetzen: Josefes Herz schlage für die italienische Lebensfreude und für bayerische Tradition – aber ganz besonders für ein modernes München. Jeder Gast solle daher entscheiden, ob er seinen Kaffee „traditionell italienisch“ mit dem Power Blend oder lieber „modern“ mit dem Tender Blend trinken will. Die vielen Spezialitäten auf der Kaffeekarte im Hotel ermöglichen einen individuellen Genuss.

Und natürlich wird das junge Barteam auch Cocktails und Drinks zaubern. Ein besonderes Highlight der Kooperation ist die wöchentliche „Espresso Martini Night“, die bisher im Josefa Karree stattfand und nun in der neuen Josefa Bar Flagge zeigt.

Karin Gabler



Garnelen aus Bayerns Gefilden

Landbasierte Seafood-Zucht und Maritimes aus nachhaltiger Fischerei: Das ist die Domäne von Honest Catch. Das Sortiment ist umfassend, simples Handling versprechen etwa die küchenfertigen Filets. Ein Renner – auch in der Spitzengastronomie – sind die bayerischen Garnelen aus hiesiger Aufzucht (Foto). „Keine Antibiotika, minimaler CO₂-Footprint, maximaler Genuss“, heißt es bei Honest Catch. Lieferbar sind verschiedenste Varianten – auf Wunsch ohne Kopf, ohne Schale und ohne Darm. Auch Spieße und Carpaccio stehen bereit.

→ www.honest-catch.com



So bleiben Weine länger haltbar

Pfeffermühlen-Spezialist Peugeot setzt nun auch beim Weinservice Akzente – mit den Weinpumpen, die es unter dem Namen „Preserve“ in einer manuellen und einer elektrischen Version gibt und jeweils in zwei Designs bereitstellen. Die Geräte erzeugen in der offenen Flasche ein Vakuum, was die Oxidation verlangsamt und die Haltbarkeit der Weine deutlich erhöht. Die manuelle Variante kann zudem Flaschen mit Schaumwein wieder unter Druck setzen, es prickelt länger.

→ de.peugeot-saveurs.com



KAFFEEMASCHINEN

Auf Knopfdruck

Guter Kaffee geht auch ohne Barista: Die Franke Mytico will den Beweis liefern.

Barista-Kaffeequalität auf Knopfdruck, ganz ohne zeitintensive Einarbeitung und mit geringem Personalaufwand: Das wollen die Maschinen der Mytico-Serie von Franke Coffee Systems ermöglichen. Die wesentlichen Funktionen sind automatisiert, selbst Mitarbeiter ohne Vorkenntnisse können die Maschine fehlerfrei und effizient bedienen, teilt das Unternehmen mit. Die Benutzeroberfläche ist selbsterklärend, die integrierten Features der Maschinen sorgen für ein verlässliches,

gleichbleibendes Ergebnis in der Tasse. Wesentlich verantwortlich dafür ist unter anderem die franke-eigene iQFlow-Technologie, die den Wasserdurchfluss besonders präzise steuert, einen optimalen Extraktionsprozess garantiert – und somit eine konstante Aromenfülle beim Kaffee. „Durch die Automatisierung der Zubereitung ermöglichen wir es unseren Kunden, trotz Personalmangels eine gleichbleibend hohe Qualität zu gewährleisten“, so Melanie Aselmann, Deutschland- und

Österreich-Geschäftsführerin von Franke Coffee Systems. Kreativ – Stichwort Latte Art – können die Mitarbeiter am Kaffee-Automaten trotzdem ans Werk gehen, möglich macht es die traditionelle Dampflanze oder die vollautomatische Dampflanze Autosteam Pro S3. Neben ihrer Funktionalität überzeugt die Mytico-Serie auch mit ihrer Edelstahl-Optik und dem italienischen Design, für das es bereits Auszeichnungen gab.

→ coffee.franke.com



Weihnachts-Gin ohne Alkohol

Drinks und Cocktails mit weniger oder ganz ohne Alkohol liegen im Trend. Passend dazu präsentiert die Eifeler Manufaktur Windspiel eine alkoholfreie Alternative ihres beliebten Weihnachts-Gins – mit Aromen von Vanille, Zimt, gerösteten Haselnüssen und Bratapfel. Dazu Zutaten wie Orange und Kardamom, kombiniert mit typischen Gin-Botanicals. In der 0,5-Liter-Flasche befinden sich 22-Karat-Blattgoldflocken, was den 0-%-Gin zum echten Blickfang an der Bar macht.

→ www.windspiel-spirits.de



Sicherheit in brenzlichen Fällen

Ein Komplettpaket zur Brandwarnung hat das Unternehmen Lupus Electronics im Angebot. Im Mittelpunkt stehen Rauchmelder und Alarmpuls (Foto), beide Geräte sind mit einer eigenen Mobilfunkverbindung ausgestattet und per Cloud vernetzt. Im Ernstfall geht der Alarm an vordefinierte Personen oder Institutionen wie die Feuerwehr. Das System lässt sich jederzeit erweitern und nach individuellen Gegebenheiten konfigurieren.

→ www.lupus-electronics.de

Für den spontanen Appetit

50 Gerichte aus drei Küchenwelten – italienisch, asiatisch und gutbürgerlich – bietet Getvoila im Rahmen seines Hotellerie-Sortiments. Der Anspruch: F & B-Offerten in gehobener Qualität, die kaum Zubereitungsaufwand erfordern. Bei den Rezepturen arbeitet Getvoila mit Spitzenköchen wie Mike Süßner zusammen. Geliefert wird schockgefrostet, servierfertig sind die Gerichte nach maximal 5 Minuten im Konvektomat. Das Unternehmen verspricht eine deutliche Umsatzsteigerung bei F & B. Zusätzlich gibt Getvoila Support beim möglichen Zusatzgeschäft mit Delivery und Abholung.

→ business.getvoila.com



SHIFT 4 VECTRON

» Sei SMART Sei VECTRON «

Kasse

+

Cloud

+

Payment

+

Service

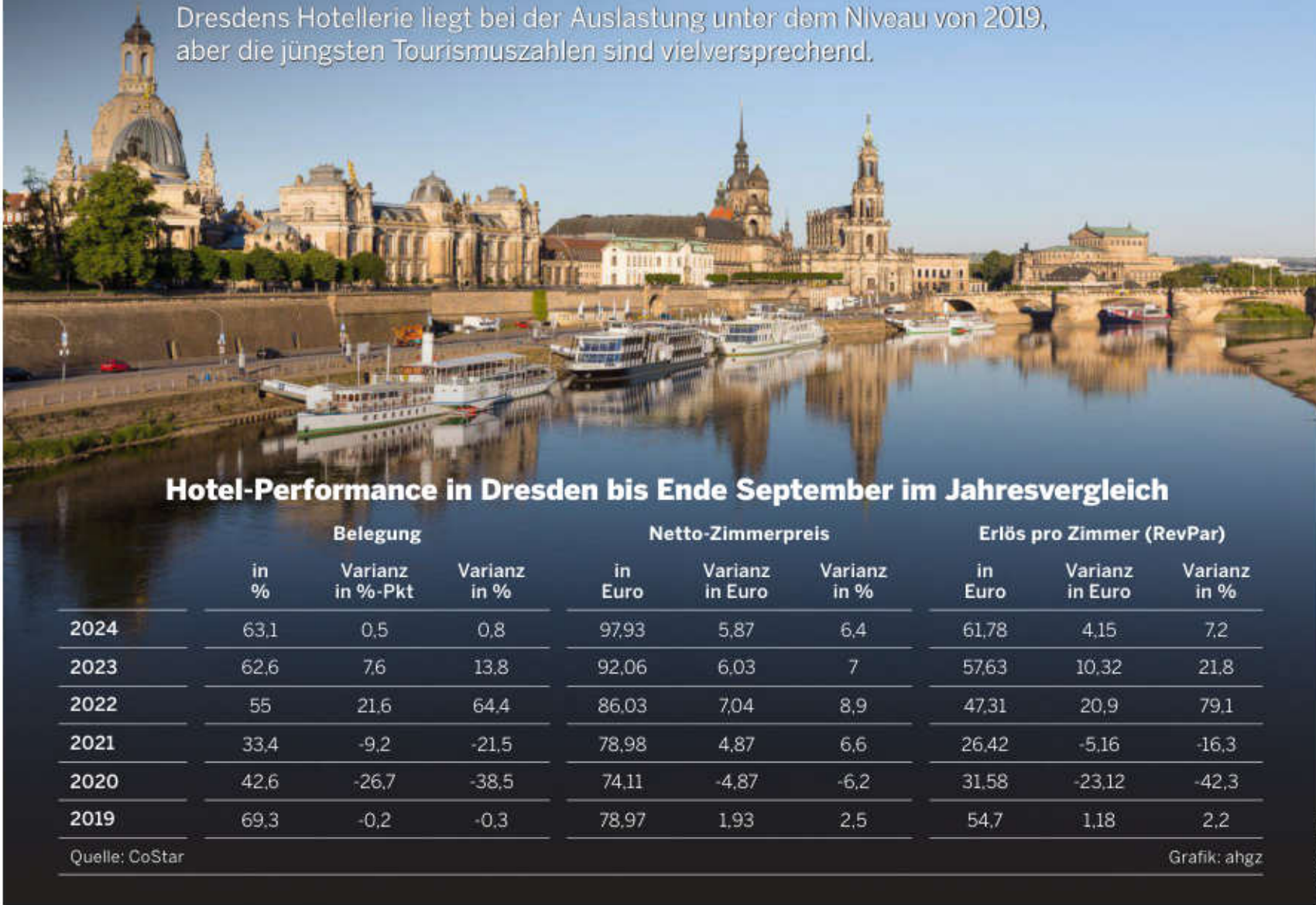
Das **ultimate Komplettpaket** für deine digitale Zukunft!

www.vectron.de

HOTELMARKT DRESDEN

Erholung an der Elbe

Dresdens Hotellerie liegt bei der Auslastung unter dem Niveau von 2019, aber die jüngsten Tourismuszahlen sind vielversprechend.



Dresdner Elbufer:
Veranstaltungen und
Kulturreisen sind wichtig
für die Hotels in der
sächsischen Metropole.

Mit
117,85 €
erreichte in Dresden
der Netto-Zimmerpreis
dieses Jahr im Mai
seinen Höchstwert

Hotel-Performance in Dresden bis Ende September im Jahresvergleich

	Belegung			Netto-Zimmerpreis			Erlös pro Zimmer (RevPar)		
	in %	Varianz in %-Pkt	Varianz in %	in Euro	Varianz in Euro	Varianz in %	in Euro	Varianz in Euro	Varianz in %
2024	63.1	0.5	0.8	97.93	5.87	6.4	61.78	4.15	7.2
2023	62.6	7.6	13.8	92.06	6.03	7	57.63	10.32	21.8
2022	55	21.6	64.4	86.03	7.04	8.9	47.31	20.9	79.1
2021	33.4	-9.2	-21.5	78.98	4.87	6.6	26.42	-5.16	-16.3
2020	42.6	-26.7	-38.5	74.11	-4.87	-6.2	31.58	-23.12	-42.3
2019	69.3	-0.2	-0.3	78.97	1.93	2.5	54.7	1.18	2.2

Quelle: CoStar

Grafik: ahgz

Im vergangenen Jahr haben sich die Hotellerie-Kennzahlen in Dresden nahezu parallel zu denen des Gesamtmarkts Deutschland bewegt – auch wenn vor allem beim Netto-Zimmerpreis und dadurch auch beim RevPar (Erlös pro verfügbarem Zimmer) die absoluten Werte in Dresden deutlich niedriger liegen als im deutschen Durchschnitt. Die prozentualen Veränderungen erfolgten 2023 aber nahezu im Gleichschritt. So erhöhte sich die Belegung in Dresden um 11,7 Prozent auf 64,1 Prozent – deutschlandweit stieg sie um 11,6 Prozent auf 64,9 Prozent. An der Elbe legte der Zimmerpreis um 5,2 Prozent auf 94,38 Euro zu – im ganze Land betrug der Zuwachs 6,1 Prozent, erreichte dadurch allerdings ein Niveau von 114,56 Euro. Der RevPar kletterte in Dresden um 17,5 Prozent nach oben auf 60,51 Euro. Im ganzen Land betrug das Plus 18,4 Prozent, der RevPar lag bei 74,33 Euro. Im laufenden Jahr verlief die Entwicklung bisher ähnlich, wie die Erhebungen von CoStar für die ersten neun Monate zeigen. Der RevPar legte demnach in Dresden im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 7,2 Prozent auf 61,78 Euro zu (siehe Tabelle oben). In ganz Deutschland wuchs der RevPar

im gleichen Zeitraum um 7,7 Prozent auf 79,60 Euro. Die Auslastung stieg in Dresden nur um 0,8 Prozent und damit deutlich schwächer als deutschlandweit (+ 2,6 %). Dafür konnten die Hoteliers in Dresden in diesem Jahr ihren Zimmerpreis stärker erhöhen als im deutschen Durchschnitt. So stieg die Rate für ein Zimmer in Dresden um 6,4 Prozent auf 97,93 Euro. Landesweit betrug der Zuwachs hingegen lediglich 5 Prozent. **Spitzenpreise im Mai, Belegungshoch im August** Es gab im laufenden Jahr in Dresden mehrere Monate mit einer Auslastung oberhalb von 70 Prozent (Grafik unten). Die höchste Auslastung brachte der August mit 75 Prozent. Darin unterscheidet sich die Destination vom deutschen Durchschnitt, wo der August bei der Belegung mit 68,3 Prozent eine Delle aufwies, eingerahmt von einem Juli mit 71 Prozent Auslastung und einem September mit 76,3 Prozent. In Dresden meldeten Hoteliers die höchste Durchschnittsrate im Mai mit 117,85 Euro. Deutschlandweit lag das Preishoch dagegen im Juni (139,95 Euro) und September (139,33 Euro). Spiegelbildlich beim RevPar, der im

gesamtdutschen Markt im Juni (105,77 Euro) und September (106,27 Euro) Höchststände erreicht, in Dresden hingegen im Mai (86,21 Euro). 2023 übernachteten laut Statista rund 13 Prozent mehr Reisende aus dem Inland in Dresden als im Vorjahr. Insgesamt stieg die Anzahl der Gästeübernachtungen in den Beherbergungsbetrieben in Dresden im Vergleich zum Vorjahr um 15,7 Prozent. Für das erste Halbjahr 2024 verzeichnete das Dresdner Elbland einen touristischen Erfolg. In Zahlen bedeutet das 3,1 Millionen Übernachtungen von Januar bis Juli 2024. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum sind das 4 Prozentpunkte mehr. Insbesondere der Wachstumstrend an internationalen Gästen setzt sich in Dresden fort. Dafür sorgten im ersten Halbjahr die Jubiläen von Caspar David Friedrich und Erich Kästner, Großkonzerte, Sportevents, Klassiker und Tagungen bzw. Kongresse. Auch in diesem Jahr war Polen in den ersten sechs Monaten mit über 67.000 das übernachtungsstärkste Land, darauf folgen die USA (40.000) und Österreich (39.000). Für 2022 verzeichnete die Stadt 170 Hotelbetriebe mit zusammen fast 24.000 Betten. Nach einjähriger Reno-

vierung ist inzwischen auch das Hotel Taschenbergpalais Kempinski wieder dabei. Dieses Jahr im Februar ist das Traditionshaus mit viel Prominenz wiedereröffnet worden. Das Taschenbergpalais gehört zu Dresden wie der gegenüberliegende Zwinger oder die berühmte Semperoper, die nur ein paar Meter entfernt ist. Das barocke Adelspalais war 1995 das erste 5-Sterne-Hotel in Sachsen. Kempinskis Plan: Die Dresdner sollen das Grandhotel als ihr Wohnzimmer annehmen, so wie das die Hamburger mit dem Fairmont Hotel Vier Jahreszeiten machen.

Taschenbergpalais Kempinski im neuen Look

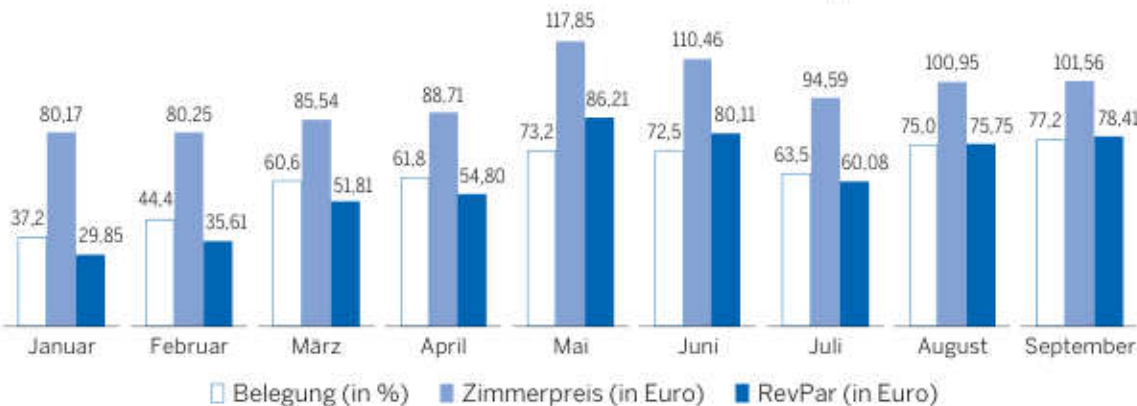
Unter dem Motto „Geschichte neu erzählt“ wurde das Gebäude mit seinen historischen Details neugestaltet und bietet Komfort und moderne Technik für zeitgemäßen, zurückhaltenden Luxus. Die 4,80 m hohen Räume zeigen sich wieder in ihrer alten Pracht, ebenso die historische Säulenhalle und das Barock-Treppenhaus. Daneben wurden moderne Elemente integriert. Ansonsten bewegen den Hotelmarkt Dresden vor allem einige Markenwechsel von Bestandshotels. So ist das frühere Pullman Nawa, das unter der Accor-Marke geführt wurde, von der Barceló Hotel Group übernommen worden. Das 319-Zimmer-Haus wird vorerst unter der Marke Occidental geführt. Ab 2025 wird das Occidental Dresden Nawa einer umfassenden Renovierung unterzogen und soll als eines der besten Cityhotels der Stadt neu positioniert werden. Anschließend wird es unter der Marke Barceló Hotels & Resorts geführt werden. Das Park Inn by Radisson Dresden wird 2025 umgeflaggt und wird Teil der BWH Hotels. Es firmiert künftig als Best Western Plus Hotel Dresden City. Das 3-Sterne-superior-Hotel mit 131 Zimmern in der Innenstadt wird weiterhin von der Provent Hotels geführt. Marina Behre



Über die CoStar Group

Die CoStar Group (NASDAQ: CSGP) ist ein führender Anbieter von Online-Immobilienmarktplätzen, Informationen und Analysen für den Immobilienmarkt. Seit seiner Gründung im Jahre 1987 erstellt und pflegt CoStar die größte und umfassendste Datenbank mit Informationen über Gewerbeimmobilien. CoStar's Angebot an Online-Diensten ermöglicht es den Kunden, Werte von Gewerbeimmobilien, Marktbedingungen und aktuelle Verfügbarkeiten zu analysieren und zu bewerten. STR bietet erstklassiges Daten-Benchmarking, Analysen und Markteinblicke für die Hotelbranche weltweit. JEDE AUSGABE EXKLUSIV IN DER AHGZ

Kennzahlen Dresden 2024 bis Ende September



Quelle: CoStar

Grafik: ahgz

ideentour



SEITE 21 NORDRHEIN-WESTFALEN

Caspars Arts & Eat ist der neue Name des einstigen Restaurants Schwan im Düsseldorfer Stadtteil Pempelfort. Bei den neuen Betreibern der Lokalität stehen Kulinarik, Kultur und Kommunikation auf dem Programm.



© Caspars

SEITE 23 NIEDERSACHSEN

Geglückter Generationswechsel: Philip Hünnerbein steigt in die Leitung des familiengeführten Betriebs Hünnerbein's Posthotel in Bissendorf ein. Mit Einsatz und frischen Ideen soll er das Haus in die Zukunft führen.



© Hünnerbein's Posthotel

SEITE 23 BADEN-WÜRTTEMBERG

Kaum hat der Spitzenkoch Dustin Dankelmann sein Farm-to-table-Restaurant Raro in Schriesheim eröffnet, ist auch schon wieder Schluss. Es gab Differenzen mit den Eigentümern und Investoren.



© Nils Ebel

SEITE 22 BADEN-WÜRTTEMBERG

Das familiengeführte 5-Sterne-superior-Hotel Bareiss in Baiersbronn-Mitteltal hat elf neue Suiten geschaffen. Diese sind weltläufig-luxuriös und künden gleichzeitig von Schwarzwälder Gediegenheit.



© Hotel Bareiss

SEITE 20 BAYERN

Im früheren Landsberger Bahnhof liegt der Fokus auf Fine Dining – seit Kurzem mit Stern. Ein Gourmet-Bistro und eine Bar gibt es außerdem. Das Ambiente überzeugt mit coolem Industrial-Look.



© Astrid Fritze-Schwab

DÜSSELDORF

BISSENDORF

BERLIN

SCHRIESHEIM

BAIERSBRONN

LANDSBERG



Industrial-Look mit Holztischen und großen Fenstern: So präsentiert sich das Lech-Line. Aufgetischt werden möglichst regionale Produkte.

GOURMETGASTRONOMIE

Unkonventionell am Lech

Im früheren Landsberger Bahnhof liegt der Fokus auf Fine Dining – seit Kurzem mit Stern. Eine Bistrokarte und eine Bar gibt es außerdem.

Gourmetrestaurant, Bistroküche, Bar, Veranstaltungsort – das vereint das Lech-Line unter einem Dach. „Ich wollte einen Ort schaffen, an dem Menschen zusammenkommen, das Leben genießen und sich wohlfühlen können. Ein Ort, der Raum für neue Ideen, Möglichkeiten und Entfaltung bietet“, sagt Geschäftsführer Vincent Staudacher (25), gelernter Barkeeper und Tourismus-Kaufmann. Im September 2022 wurde die Location im ehemaligen Bürgerbahnhof in Landsberg eröffnet. Und im Frühjahr dieses Jahres kam der erste Michelin-Stern ins Haus. Küchenchef Christian Sauer bekannt: „Ich bin immer noch ganz überwältigt!“

Von Beginn an Gourmets im Blick gehabt

Doch die Auszeichnung kommt nicht ganz überraschend. „Kulinarisch haben wir von Anfang an den Fokus auf Fine Dining gelegt. Mit dem Start war es unser Ziel, hier eine moderne und internationale Gourmetküche zu bieten, die durch kreative Kombinationen hochwertiger, saisonaler Produkten begeistert“, so Staudacher. Das Lech-Line bietet insgesamt 82

Sitzplätze innen, weitere 20 Plätze gibt es auf der Terrasse. Das Ambiente ist im Industrial-Look gehalten, mit offenen Stahlträgern und Ziegelmauern sowie halbrunden Deckenlampen. Der langgestreckte Raum ist in verschiedene Sitzbereiche unterteilt. Die Holztische sind schlicht, davor bequeme Sessel und Bänke in Grau-Beige. Hohe Rundbogen-Fenster bringen Licht ins Lokal.

Küchenchef Christian Sauer ist kein Unbekannter. Nach seiner Koch-Ausbildung Anfang der 2000er-Jahre im Arabella Sheraton in München sammelte er im Restaurant Alpenraum, ebenfalls in München, erste Gastro-Erfahrungen. 2012 machte er sich mit Ronny Pester in Schrobenhausen mit dem Restaurant Heimat selbstständig. Sauer ist auch im BR-Fernsehen präsent, in der Sendung „Wir in Bayern“ zeigt er regelmäßig Flagge. „Die Qualität der Produkte ist mir äußerst wichtig – und ich zelebriere das Essen so regional wie möglich“, lautet sein Anspruch. „Süßwasserfische etwa beziehen wir von der Fischzucht Birnbaum“, so Sauer.

Am Wochenende wird ein 6-Gänge-Menü serviert

Im Lech-Line fährt man zweigleisig. Das Fine-Dining-Menü wird freitags und samstags offeriert, auch als vegetarische Variante. 25 Plätze stehen dafür bereit. Die aktuelle Speisenfolge sieht wie folgt aus: Amuse Bouche, Vitello Tonnato, Seeteufel Escabeche, Impérial Wachtel, Bio Ei 2016, Reh vom André, Pekannuss, Joghurt, Käse (Supplement), Petit Four. Das 6-Gänge-Menü kostet 176 Euro. „Bei Reservierungen ab sechs Personen bieten wir das Menü auch Mittwoch und Donnerstag an“, sagt Sauer. Mittwochs bis samstags kann man unter dem Motto „Gourmet Bistro“ zudem aus einer Bistrokarte wählen, etwa Tataki vom Bluefin Tuna (26 Euro) oder Entenconsommée (19 Euro) als Vorspeise, Kalbsfilet mit Escabeche, Paprika, Babyfenchel, Kapern und Kirschtomate (36 Euro) oder Fregola Sarda (24 Euro) als Hauptgang sowie Crème brûlée (13 Euro) oder einen Käseteller (18 Euro) zum Schluss.

An der Bar mixt Gastgeber Staudacher indes höchstpersönlich die Signature Cocktails wie den „Barstar Martini“ mit Vadouvan infusiertem Rum, weißer Schokolade, Kürbis und Passionsfrucht oder einen „Fine & Fruity“ mit Tequila, Vanille, Apfel und Ananas. „Wir achten sehr auf die Verwendung von frischen Zutaten und hausgemachten Produkten wie unsere Sirups und Infusionen“, so der gelernte Barkeeper.

Zielgruppe im Lech-Line sind Menschen aller Altersgruppen, die gerne genießen: „Wir haben Pärchen, die Hochzeitstag feiern aber auch viele Firmen, die hier ihre Business-Essen veranstalten. Die Jüngeren kommen gern an die Bar und essen à la carte“, berichtet Staudacher. Die Gäste kommen aus Landsberg, der Ammersee-Region, Augsburg und zunehmend sogar aus München. „Viele Münchner kommen an den Lech, seitdem wir den Michelin-Stern haben“, so der Patron. In der näheren Umgebung gebe es kein weiteres Sternerestaurant, erst in Starnberg und in Augsburg befinden sich die nächsten Adressen mit Stern.

Platz für Kultur bietet das Art-Foyer in der ehemaligen Schalterhalle: Hier können sich Künstler für Ausstellungen bewerben und auch Musiker sich einem interessierten Publikum präsentieren. „Ein bis zwei Mal im Monat können Musiker, die Lust haben, ohne Gage aufspielen. An unseren Music-Sundays öffnen wir um 18 Uhr, bieten Getränke und eine kleine Auswahl an Gerichten“, so Staudacher.

Wie ist die Resonanz, wie laufen die Geschäfte? „Wir sind auf einem sehr guten Weg. Freitag und Samstag sind wir meist ausgebucht. Mittwoch und Donnerstag ist noch Luft nach oben“, sagt der Geschäftsführer. Das unkonventionelle Konzept am Lech hat großes Potenzial, so seine feste Überzeugung.

Astrid Filzek-Schwab



ERÖFFNET: September 2022
BETREIBER/GF: Staudacher Gastronomie & Handels GmbH/Vincent Staudacher
KÜCHENCHEF: Christian Sauer
RESTAURANTLEITERIN: Jaqueline Daufratshofer
KONZEPT: Fine Dining, Gourmet-Bistro und Bar
KÜCHENSTIL: Fusionsküche
PREISE: Hauptgerichte Bistro ab 24 Euro; 6-Gänge-Menü Fine Dining 176 Euro
SITZPLÄTZE: 82 innen inkl. Bar, 20 außen
BON: Bistro k. A., Fine Dining 200 Euro
UMSATZ: k. A.; Fr/Sa werden je 20 bis 25 Menüs serviert; im Bistro täglich 20 bis 30 A-la-carte-Gerichte
MITARBEITER: 4 + 1 Azubi + Aushilfen
GEÖFFNET: Mi - Sa ab 18 Uhr
KONTAKT: www.lech-line.de

„Ein Ort, der Raum für neue Ideen, Möglichkeiten und Entfaltung bietet.“

VINCENT STAUDACHER
 GESCHÄFTSFÜHRER LECH-LINE

Duo: Gastgeber Vincent Staudacher (links) und Küchenchef Christian Sauer.



Eingedeckt: Freitags und samstags wird das große Gourmetmenü serviert – mit sechs kreativen Gängen.



GASTRO-GALERIE

Kunst trifft Küche

Kulinarik, Kultur und Kommunikation im früheren Restaurant Schwan im Düsseldorfer Stadtteil Pempelfort: Im Caspars Arts & Eat ist der Name Programm.

Bei „Schwäne“ in Düsseldorf und einer in Neuss stehen für die Erfolgsgeschichte von Kerstin Rapp-Schwan. Kein Wunder also, dass sich im Sommer die Kunde von der Schließung des Schwans im Stadtteil Pempelfort nach elf Jahren wie ein Lauffeuer in der Stadt verbreitete. „Keine Sorge, dem Unternehmen geht es gut“ – diesen Satz musste die vielseitig engagierte Gastronomin in Dauerschleife aufsagen. Was also hat sie zu dem Schritt bewogen? Es sei an der Zeit gewesen, in einem der Restaurants den Staffelfstab abzugeben und Raum für etwas Neues zu schaffen, antwortet sie. Dabei habe man sich für die kleinste Lokalität entschieden, „weil unsere Schwäne eine bestimmte Größe brauchen“.

Etwas Neues zu schaffen – das ist mit dem Ende August eröffneten Caspars dann auch umfassend passiert. Ganz raus aus dem Geschäft ist das Gastro-Ehepaar jedoch nicht. Kerstin Rapp-Schwan und Martin Rapp fungieren als Gesellschafter, ebenso wie der jetzige Restaurantleiter Timo Sieg, ein langjähriger Freund der Familie. „Aber man wird uns dort nicht mehr an der Front sehen“, beugt die Gastronomin vor. „Wir wollten auch mal durchatmen und der nächsten Generation eine Chance geben.“

Vom Meisterschüler zum Profi am Herd

Das neue Konzept sollte ganz bewusst einen deutlichen Kontrast zu den bisherigen Schwänen bilden. Der Name Caspars Arts & Eat ist Programm, im Fokus steht die Verbindung von Kulinarik, Kultur und Kommunikation. Am Herd steht kein ausgebildeter Koch, sondern der Künstler Tristan Frowein. Er war Meisterschüler an der renommierten Düsseldorfer Kunstakademie und entwickelte sich vom leidenschaftlichen Hobbykoch zum Profikoch. Im Caspars hat er den perfekten Platz gefunden, seine Talente auszuleben. „Ein solches Konzept hat in der Kunststadt Düsseldorf bisher gefehlt“, sagt er.

Eine Mixtur aus globaler und lokaler Küche, kurz „glokal“ wird im Caspars aufgetischt. Für die lokale Komponente sorgen heimische Favoriten wie handgemachte Frikadellen, Rinderrouladen, Brat- und Currywurst und die Einbindung von örtlichen Lieferanten. Den globalen Kick holt man sich aus den Küchen anderer Länder und Regionen, etwa aus Osteuropa und dem Orient. Die Reise durch die internationale

Foodwelt macht Station bei Burrata, Gulaschsuppe, Gazpacho, Tortilla, Spring Rolls, Lammragout oder Fish and Chips. Die Karte teilt sich auf in die Kapitel Kleiner Hunger & Vorspeisen, Cozy Soups & Salads, Rustiques, Diese Woche und Sweets, alles frisch zubereitet. Bei den Getränken finden sich selbstgemachte Limonaden, Cocktails, frisch gezapftes Bier vom Fass und sorgsam kuratierte Weine – denn als Weinbar versteht sich das Caspars auch.

Kunst, Kultur und Kommunikation machen die zweite Säule des Caspars aus. Großformatige Bilder von Tristan Frowein und anderen Künstlern bringen zusätzlich Farbe ins Restaurant mit leuchtend roten Wänden. Dazu die Kronleuchter und Holzbänke, die man aus allen Restaurants der Schwan-Familie kennt. Auf den Tischen liegen

statt Tischdecken Papier und Wachsmalstifte. Nicht nur für Kinder gedacht, sondern für alle Gäste, die kreativ werden wollen. Es darf auch in opulenten Bildbänden geblättert werden. Und überhaupt werde die überall vorhandene Kunst zu anregenden Diskussionen führen, hofft Kerstin Rapp-Schwan. Das habe sie selbst erlebt: „Allein durch die Präsenz von Tristan Frowein und seinen Künstlerfreunden konnte ich schon sehr viel lernen.“

Angegliedert ans Restaurant ist die kleine Galerie „White Cube“. Ein 24 Quadratmeter großer Raum dient als Ausstellungsort für junge oder bereits anerkannte Künstler, „die hier ihre Seele ausgießen können“. Mit Malerei, Fotografie, Skulpturen. Jeweils einen Monat bleiben die Werke sichtbar und sind auch zu kaufen. *Regina Goldlücke*



Stehen hinter dem Caspars: (von links) Kerstin Rapp-Schwan, Timo Sieg, Tristan Frowein und Martin Rapp.

Save the Dates

Wir stehen in den Startlöchern und freuen uns auf ein abwechslungsreiches Event-Jahr 2025 mit Ihnen. Merken Sie sich schon jetzt die Termine unserer exklusiven Branchen-Events vor – wir freuen uns auf Sie!

Januar			
Februar	Hotelier des Jahres Mainz/18.02.2025 Deutscher Hotellkongress Mainz/18.-19.02.2025		
März	Café Future live Hamburg, Internorga 14.-18.03.2025	Internationales Foodservice Forum Hamburg, Internorga 13.03.2025 Hamburger Foodservice Preis Hamburg, Internorga 14.03.2025	Branchentag der Gemeinschaftsgastronomie Hamburg, Internorga 17.03.2025
April	Deutscher Hotelnachwuchspreis Osnabrück/05.04.2025		
Mai			
Juni		Digital Restaurant Day Hamburg 02.-03.06.2025	
Juli	Hotellimmobilien- Kongress 30.06.-01.07.2025		gvpraxis trendtage Mainz/01.-02.07.2025 Frankfurter Preis Mainz/02.07.2025
August			
September		European Foodservice Summit Amsterdam 17.-19.09.2025	Fachsymposium Trends, Konzepte & Innovationen Düsseldorf/September 2025
Oktober		Snack Day Oktober 2025	Smart Care Oktober 2025
November	Digital Hotel Day Hamburg 17.-18.11.2025		
Dezember			

Mehr Informationen unter:
www.hotel-gastromedien.de/events

ahgz

foodservice

gvpraxis

dfv Mediengruppe
Hotel- und Gastromedien



ERÖFFNET: August 2024
GRÜNDER: Kerstin Rapp-Schwan, Martin Rapp (GF) und Timo Sieg
KÜCHENCHEF: Tristan Frowein
KONZEPT: Kunst-Lokal
KÜCHENSTIL: „Glokal“
PREISE: Hauptgerichte ab 10,90 Euro
SITZPLÄTZE: 50 Innen, 25 außen
BON/UMSATZ: k. A.
GEÖFFNET: Di-So 12-22 Uhr
KONTAKT: www.caspars-restaurant.com



Anheimelnder Wohnraum: Kaminfeuer, hochwertige Ausstattung und weiter Blick ins Freie.

MODERNISIERUNG

Suiten mit Stil für das Daheimgefühl

Das familiengeführte Hotel Bareiss hat elf neue Suiten geschaffen, die weltläufig-luxuriös sind – und von Schwarzwälder Gедiegenheit künden.

Das Hotel Bareiss in Baiersbronn-Mitteltal hat seine Penthouse-Etage neu gestaltet: In sechs Monaten Bauzeit entstanden elf neue Suiten, einige davon mit offenem Kamin, Kinderzimmer und einem individuellen Saunahaus auf der Dachterrasse. Die Ausstattung im eleganten Landhausstil spiegelt die Inter-

nationalität des Gästekreises wider, den das 5-Sterne-superior-Resort in den vergangenen Jahren gewonnen hat. Die ersten Gäste waren sehr angetan von der gelungenen Verbindung moderner Elemente mit traditionellem Charme. Besonders stolz ist die Inhabersfamilie Bareiss auf die Handwerker aus Baiersbronn-Mitteltal und der Region. Hannes Bareiss: „Sie ha-

ben maßgeblich zum erfolgreichen Abschluss des Projekts beigetragen.“ Die Grundideen für die Einrichtung umfassten Großzügigkeit, Luxus, Modernität und Gemütlichkeit. Ziel war es, keine Hotelzimmer, sondern Wohnräume zu schaffen, in denen sich die Gäste wie zu Hause fühlen können. Bei der Planung wurde auf Perfektion, Komfort und Bequemlichkeit geachtet.

Britta und Hannes Bareiss sowie Senior Hermann Bareiss haben verschiedene Wohnkonzepte durchdacht, um den Bedürfnissen von Familien, Paaren und Alleinerziehenden gerecht zu werden. Die Suiten bieten flexible Kombinationen mit separaten Schlafzimmern und Bädern, unabhängig begehbaren Ankleiden und schalldichten Türen.



Gute Nacht: Separate Schlafzimmer mit schalldichten Türen.



Die Bäder: Großzügig bemessen, bestens beleuchtet – mit Familienbadewanne.



Gemütlich: Elegante Ledersofas laden zum Relaxen ein.



EIGENTÜMER: Familie Bareiss
BETREIBER: Familie Bareiss
HOTELDIREKTION: Tobias Bruckner
KLASSIFIZIERUNG: 5 Sterne superior
INVESTITIONSSUMME: hoher einstelliger Millionenbetrag
SUITEN: hoher einstelliger Millionenbetrag
ANZAHL ZIMMER: 120
ANZAHL MITARBEITER: 330
ZIMMERPREISE: von 345 Euro (EZ) bis 2500 Euro (Suite)
DURCHSCHNITTL. ZIMMERPREIS: 570 Euro
REVPAR: k. A.
AUSLASTUNG: 74,6 % (bei drei Wochen Hotelschließung und nicht verfügbaren Zimmern während der gesamten Bauzeit.)
UMSATZ: 32 Mio. Euro
KONTAKT: Hermine-Bareiss-Weg 72270 Baiersbronn Tel. 7442 470 www.bareiss.com

„Handwerker der Region haben maßgeblich zum erfolgreichen Abschluss des Projekts beigetragen.“

HANNES BAREISS
EIGENTÜMER UND BETREIBER

In den Wohn- und Essbereichen können sich Gäste am Kamin oder beim Essen mit Familie und Freunden treffen. Die privaten Dachterrassen bieten einen weiten Blick über das Panorama des Schwarzwalds. Hannes Bareiss: „Da haben wir, glaube ich, eine harmonische Balance hinbekommen: Gäste aus aller Welt fühlen sich in ihren Bedürfnissen angesprochen. Zugleich erleben sie die Tradition von Schwarzwälder Gastlichkeit in der ganz spezifischen Bareiss-Umsetzung.“ hz



Dem Alltag entrinnen: Aussicht auf die grünen Hügel des Nordschwarzwalds.

#KARRIEREBOOSTER

Auch 2025 zeichnen die Hoteldirektorenvereinigung Deutschland und die ahgz wieder die Nachwuchsführungskraft des Jahres aus.

Wir suchen engagierte junge Talente, die sich durch herausragende Leistungen, Zielstrebigkeit und besonderes Führungsverständnis um die Branche verdient gemacht haben.

Bewirb Dich jetzt, und sag uns, warum Du den Deutschen Hotelnachwuchs-Preis verdient hast.

www.hotelnachwuchspreis.de
Bewerbungsschluss ist der 10. Januar 2025.

JETZT BEWERBEN!

Vielen Dank an unsere Exklusiv-Partner:

NACHFOLGE

Nächste Generation übernimmt

Philip Hünérbein steigt in die Leitung des familiengeführten Betriebs Hünérbein's Posthotel in der Nähe von Osnabrück ein.



Auf Kurs: Kerstin und Carsten Hünérbein mit Sohn Philip.

Das Hünérbein's Posthotel, ein familiengeführtes Unternehmen in Bissendorf im Landkreis Osnabrück, hat seit 1. November mit Philip Hünérbein einen neuen Leiter. Der Eintritt der nächsten Generation in das Traditionshotel, das von Carsten und Kerstin Hünérbein geführt wird, soll neue Impulse setzen. Um das Hotel in all seinen Facetten kennenzulernen, wird Philip Hünérbein in den kommenden Monaten jeden Leistungsbereich durchlaufen. Diese umfassende Einarbeitung soll ihm ein Verständnis der internen Strukturen vermitteln und gleichzeitig die Tradition und Gastfreundschaft des Hauses fortsetzen. Philip Hünérbein bringt Erfahrungen aus der Hotellerie mit. Seine Ausbildung zum Hotelkaufmann, Qualifizierung zum staatlich geprüften Hotelbetriebswirt und der Ausbilderschein der IHK wurden durch deutschlandweite Einsätze in renommierten Hotels ergänzt – sowohl in der Stadthotellerie in Dortmund als auch in der Luxushotellerie bei Düsseldorf und am Chiemsee. Die Familie Hünérbein plant, das Posthotel mit frischen Ideen und großem Engagement in die Zukunft zu führen. „Gemeinsam wollen wir die Erfolgsgeschichte der letzten 31 Jahre weiterschreiben und unseren Gästen weiterhin herzlichen Service sowie unvergessliche Erlebnisse bieten“, so Carsten und Kerstin Hünérbein. red

DIFFERENZEN

Dankelmann sucht neuen Wirkungsort

Kaum hat der Spitzenkoch sein Farm-to-table-Restaurant Raro in Schriesheim eröffnet, ist schon wieder Schluss.



Dustin Dankelmann: Er liebt seltene Gemüsesorten.

Erst vor wenigen Wochen ging für Dustin Dankelmann (31) mit der Eröffnung des Restaurants Raro an der Badischen Bergstraße ein Traum in Erfüllung. Nach jahrelanger Planungs- und Umbauzeit eines alten Hofes wollte er hier als Patron und Küchenchef sein Farm-to-table-Konzept realisieren. Doch wegen unüberbrückbarer Differenzen mit den Eigentümern der Immobilie und den Investoren des Projekts ist es damit schon wieder vorbei. „Es hätte der perfekte Ort sein können, aber es sollte leider nicht sein. Ich werde nichts überstürzen, aber ich suche jetzt nach einer neuen Möglichkeit, mein Konzept und mich endlich verwirklichen zu können“, so Dankelmann, der auf Top-Stationen zurückblickt – darunter bei Hans Stefan Steinheuer, Joachim Wissler und Klaus Erfort. Als Küchenchef des Restaurants 959 in Heidelberg wurde er vom Gault Millau mit 16 Punkten und als „Entdeckung des Jahres“ ausgezeichnet. Zudem bildete er sich an der Hotelfachschule Heidelberg zum Küchenmeister weiter und widmete sich seiner Idee, seltene Gemüse- und Obstsorten anzubauen. Auf Äckern rund um Heidelberg kultiviert er rund 750 Raritäten aus aller Welt. Für dieses Projekt wurde ihm vom Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Baden-Württemberg der Preis „Tourismus-held Gastronomie 2022“ verliehen. au

The Hearts fährt mit E-Autos von VW

BRÄUNLAGE. Das The Hearts Hotel in Braunlage stellt ab sofort alle Firmenfahrzeuge vollständig auf Elektro-Modelle von Volkswagen um. Damit soll ein Zeichen zur Stärkung des Wolfsburger Konzerns gesetzt werden. Bei den Firmenfahrzeugen handelt es sich ausschließlich um Modelle aus der ID-Familie von Volkswagen. „Wir haben unsere komplette Flotte ausgetauscht und uns ganz bewusst für Geschäftsfahrzeuge von Volkswagen entschieden. Damit unterstützen wir ein Unternehmen aus der Region, gerade jetzt, wo es sich in der Krise befindet“, begründet Meik Lindberg, Geschäftsführer des The Hearts Hotel, die Entscheidung. Dieses Vorgehen fügt sich in die Strategie des Hauses ein: Das The Hearts Hotel setzt in der Gastronomie überwiegend auf regionale Produkte und unterstützt Zulieferer und Handwerker aus der Umgebung. joz

Manuel-Neuer-Kaffee im Feldberger Hof

FELDBERG. Das 4-Sterne-Hotel Feldberger Hof im Schwarzwald ist bekannt für seine Umwelt- und Nachhaltigkeitsstrategie. Nun setzt das Hotel seine Bemühungen fort: Der Feldberger Hof bezieht seinen Kaffee von der Münchner Kaffeemarke Alrighy Caretrade Coffee, hinter der unter anderem der Bayern-Keeper Manuel Neuer als Gesellschafter steht. Das Unternehmen agiert mit Fokus auf ökologische und soziale Aspekte, zum Zug kommen Kaffeebauern, die sonst auf dem Kaffeemarkt kaum Chancen haben. „Alrighy Caretrade Coffee steht für Nachhaltigkeit, Fairness und hohe Qualität. Das sind die Werte, denen auch wir uns verpflichtet fühlen“, so Nathalie Banhardt, die gemeinsam mit ihrem Bruder Sebastian die Geschäftsführung des Feldberger Hofes bildet. ai

In eigener Sache: Neue Preise für ahgz-Abos

FRANKFURT/M. Zum 1. Januar 2025 ändern sich die Abonnementpreise. ahgz Digital beinhaltet den Zugang zu allen a+ Inhalten sowie die E-Paper-Ausgaben und kostet als Digital-Einzelabonnement jährlich 379 Euro (zzgl. MwSt.). Der neue Jahresbezugspreis des Kombi-Abonnements (Print & Digital) beträgt 469 Euro (inkl. Versand zzgl. MwSt.). Die Digital-Mehrplatzlizenz-Preise erfahren interessierte Leser auf Anfrage unter abo@ahgz.de. Aktuelle Abo-Angebote finden Sie unter www.ahgz.de/abos red

IMPRESSUM

ahgz

123. Jahrgang

Verlag: Deutscher Fachverlag GmbH Mainzer Landstraße 251 60326 Frankfurt am Main Tel. 069 7595-0

Durchwahl: Sie wählen 069 7595 und die angegebene Durchwahl.

Postanschrift: 60264 Frankfurt am Main

Internet: www.ahgz.de

Geschäftsführung: Peter Esser (Sprecher), Thomas Berner, Markus Gotta

Aufsichtsrat: Andreas Lorch, Catrin Lorch, Dr. Edith Baumann-Lorch, Peter Ruß

Registergericht: Amtsgericht Frankfurt am Main, HRB 8501 UStIdNr. nach § 27a UStG: DE 114139662

Gesamtverlagsleitung Hotellerie & Gastronomie: Thomas Meyer

Chefredaktion: Boris Tomic (Leitung, V.i.S.d.P.) Rolf Westermann (Chefredakteur) Claudia Zilz

Redaktionsleitung: Alexandra Haddank alexandra.haddank@dfv.de Isabel Diez (stv.) isabel.diez@dfv.de

Chef vom Dienst: Holger Zwink holger.zwink@dfv.de

Desk-Chef: Dr. Jochen Zimmer Design, Bau & Technik, hoteldesign jochen.zimmer@dfv.de

Redaktion: Christoph Aichele: Gastronomie, Menschen, Industrie christoph.aichele@dfv.de Marina Behre: Fachthemen, Immobilien, Text marina.behre@dfv.de Jan Paul Stich: Next Generation janpaul.stich@dfv.de

Redaktionsassistent: Susanne Günther Martina Reif E-Mail: redaktion@ahgz.de

Grafik: Angelika Hofffeld Eike Pflugradt Frank Schantz

Leitung Produktion: Hans Dreier

Leitung Logistik: Ilja Sauer

Sales Director: Marc D'Addetta

Mediaberatung: Marc Behrens Felix Blümlein Christiane Mächer Martina Valerius

Stellenmarkt: Kristin Löhner

Immobilienmarkt: Anja Stanojevic Marion Baumbach immo@ahgz.de

Vertriebsleitung: Heike Koch

Abo-Service: E-Mail: abo@ahgz.de

Erscheinungsweise: 14-täglich, jeweils samstags ISSN 1863-8996

Bezugspreis: Jahresabonnement Inland (Print+Digital): 429 €, Darin enthaltener E-Paper-Anteil: 75 €, Alle Preise inkl. Versand, zzgl. MwSt. Auslandspreis auf Anfrage. Das Jahresabo beinhaltet auch alle E-Paper-Ausgaben und den Zugang zu allen a+

Inhalten auf der Website. Die Abonnementgebühren sind im Voraus zahlbar. Sofern nicht für das jeweilige Angebot anders angegeben, sind Abonnementkündigungen mit einer Frist von drei Monaten zum Ende des jeweils aktuellen Bezugszeitraums möglich. Mitglieder des Deutschen Tourismusverbandes und die Mitglieder der Vereinigung ehemaliger Hotelfachschüler Bad Reichenhall e. V. und die Mitglieder der Fachabteilungen Gemeinschaftsgastronomie und Systemgastronomie des Dehoga Bundesverbandes e.V. erhalten die ahgz als Printausgabe im Rahmen ihrer Verbandsmitgliedschaft. Der Bezugspreis wird durch den Mitgliedsbeitrag abgegolten. Bei Nichterscheinen infolge höherer Gewalt oder nicht durch den Verlag verursachten Störungen im Betriebsablauf besteht kein Anspruch auf Lieferung der Zeitung oder Rückzahlung des Bezugsgeldes. Erfüllungsort und Gerichtsstand Frankfurt am Main.

Anzeigenpreisliste: Nr. 5, gültig ab Januar 2024

Bankverbindung: Frankfurter Sparkasse, Frankfurt a. M. (BLZ 500 502 01), Kto.-Nr. 200 139 959 SWIFT BIC HELADEF 1822 IBAN DE48500502010200139959

Druck: Dierichs Druck + Media GmbH Frankfurter Str. 168 34121 Kassel

Nutzungsrechte: Die vorliegende Fachzeitschrift wird in gedruckter und digitaler Form vertrieben und ist aus Datenbanken abrufbar. Eine Verwertung der urheberrechtlich geschützten Artikel und Abbildungen, insbesondere durch Vervielfältigung, Verbreitung, Digitalisierung, Speicherung in Datenbanksysteme oder Inter- und Intranets, ist unzulässig und

strafbar, soweit sich aus dem Urhebergesetz nichts anderes ergibt. Sollten Sie Artikel aus dieser Fachzeitschrift nachdrucken, in Ihr Internet-Angebot oder Ihr Intranet übernehmen oder per E-Mail versenden wollen, können Sie die erforderlichen Rechte bei der Deutscher Fachverlag GmbH erwerben. Ihre Anfrage können Sie per E-Mail an content.sydication@dfv.de richten. Auskunft erhalten Sie telefonisch unter 069 7595-2042. Für die Übernahme von Artikeln in Ihren internen digitalen Pressespiegel erhalten Sie die erforderlichen Rechte von der PMG Presse-Monitor GmbH & Co. KG unter www.presse-monitor.de oder info@presse-monitor.de. Copyright by Deutscher Fachverlag GmbH. Ohne Genehmigung des Verlages ist eine Verwertung der veröffentlichten Beiträge strafbar. Mit der Annahme zur Veröffentlichung überträgt der Autor dem Verlag das ausschließliche Verlagsrecht für die Zeit bis zum Ablauf des Urheberrechts. Verbunden mit Der Hotelier, Der Gastronom, Hotel-Restaurant/Welt der Gastlichkeit, Gastgewerbe aktuell, Deutsche Hotel-Nachrichten mit Küche und Keller, Rheinisch-Westfälische Wirthe-Zeitung, Deutsche Gaststätte, Deutsche Hotel-Zeitung, Die Gastronomie, Gastwirt + Hoteller, Das hessische Gastgewerbe, Neue Gastgewerbe Technik, Gastronomie und Hotellerie.

Wir setzen ein nachhaltiges 100% Recyclingpapier ein, das mit dem Label des Blauen Umweltengels ausgezeichnet ist.



ahgz hotel design



Touchpoint: Schaltzentrale in der Villa Viva Hamburg.



Dezente Helfer: Smarte Hoteltechnik wie im Schani Hotel Uno City Wien versteckt sich.

SMART BUILDUNG

Effizienteres Hotelerlebnis

Gebäudeautomation hilft, im Hotelbetrieb Ressourcen zu sparen und das Gästelerlebnis zu individualisieren – meist ohne sichtbar zu sein.

Das Wohlbefinden des Gasts steht im Mittelpunkt – das ist eines der grundlegenden Credos in der Hotellerie. Gleichzeitig stehen die Hoteliers vor der Aufgabe, den Aufenthalt zu wirtschaftlich auskömmlichen Bedingungen zu gestalten, was in Zeiten hoher Energie- und Beschaffungskosten und knapper Personalressourcen ein immer schwierigerer Balanceakt wird.

Als ein Hebel, die Herausforderungen zu bewältigen, gelten seit Jahren Investitionen in digitale Technik, die nach nicht unwesentlichen Anfangsaufwendungen dazu beitragen können, Betriebskosten zu sparen und Sach- sowie Personalressourcen zu schonen. Durch Künstliche Intelligenz erfährt die In-

novationsdynamik aktuell einen weiteren starken Auftrieb (siehe Beitrag Seite 26). Doch auch ohne den letzten KI-Schliff leistet die digitale Infrastruktur bereits bewährte Dienste in vielen Hotels und trägt dazu bei, Prozesse zu optimieren, den Betrieb effizienter zu gestalten und das Gästeangebot zu personalisieren.

Für die Hotelbetreiber besteht hinsichtlich der eingesetzten Technik die Qual der Wahl. Es gibt eine unübersichtliche Vielzahl von Anbietern mit unterschiedlichen Leistungsspektren und einem meist modular aufgebauten und kombinierbaren Produktportfolio. Wie Hotels die Systemlösungen in ihren Gebäuden in der Praxis umgesetzt haben, illustrieren aktuelle Beispiele.

Reibungsloses Zusammenspiel der Softwaretools ist elementar

Die Schani Hotels sind in der Branche bekannt für ihre Offenheit gegenüber digitaler Innovation. Dies gilt auch für die Gebäudeautomation, wie sich bei dem 2024 eröffneten Hotel Schani Uno City Wien zeigt. Als Projektpartner wählen Eigentümer Benedikt Komarek und Geschäftsführer Markus Marth den Spezialisten in der Gebäudesystemtechnik Gira mit Sitz in Radevormwald. „Uns war es besonders wichtig, einen Partner für innovative und nachhaltige Gebäudetechnik zu finden, der kreative, proaktive Lösungen bietet“, begründen die beiden Hoteliers die Wahl.

Gira fungierte als zentraler Ansprechpartner bei der Umsetzung des im Vorfeld definierten „Tech Stacks“ – also der Gesamtheit der zum Betrieb notwendigen Softwaretools, beispielsweise das Property

Management System (PMS), das Zutrittskontrollsystem oder das Buchungssystem, die aufeinander abgestimmt sein müssen. Zudem koordinierte Gira die intelligente Raumautomation und das designorientierte Raumbedienkonzept. Zu den weiteren Partnern bei der Umsetzung zählten der Hersteller Häfele für Tür-zutrittsysteme, Lichtlösungen und Baubeschläge sowie Like Magic als digitale Hospitality-Plattform, mit der sich operative Prozesse effizient managen und digitale Gäste- und Mitarbeitererlebnisse nahtlos umsetzen lassen.

Ein wichtiger Standard zur Vernetzung und Steuerung in der Gebäudeautomation ist KNX, der auch im Schani Hotel Uno City zum Einsatz kommt. „Mit dem KNX-System können wir die gesamte Gebäudetechnik automatisieren, was die Energieeffizienz steigert und die Betriebskosten senkt“, betonen die Schani-Hotelmanager. Die zentrale Steuerung ermögliche es, jederzeit den Status der technischen Systeme zu überwachen und flexibel zu reagieren. Gira bietet dabei Lösungen für alle Hotelbereiche – von den Zimmern bis zu öffentlichen Räumen – und füge sich nahtlos in das Designkonzept ein.

Smartphone-basierte Steuerung für Gäste und Personal

Ein besonderer Vorteil sei die Möglichkeit der Smartphone-basierten Steuerung, bei der Gäste Beleuchtung und Raumklima intuitiv anpassen können. Nach dem BYOD-Prinzip (Bring Your Own Device) kann das private Gerät genutzt werden, ohne dass eine spezielle App installiert werden muss. Über die LikeMagic-WebApp werden personalisierte Einstellungen und Willkommens-Szenarien aktiviert, die den Komfort der Gäste maximieren. So sind US-Gäste beispielsweise im Sommer kühlere Zimmertemperaturen gewohnt, was sich entsprechend voreinstellen (und nachregeln) lässt.

Für die Hotelmitarbeiter erleichtert die Kommunikation mit dem Smartphone Anliegen wie Störungsmeldungen sowie generell die Optimierung von internen Abläufen, etwa im Housekeeping, außerdem bringt sie schnellere Reaktionszeiten beispielsweise im Gebäudeservice.

Eine vorausschauende Wartung (Predictive Maintenance) trägt zur Vermeidung von Ausfallzeiten und Störungen bei. Eine durchgängige und sichere Fernwartung/-bedienung der eingebundenen Funktionen ist möglich. Darüber hinaus optimieren intelligente Klimasensoren und Beleuchtungssysteme den Energieverbrauch und erhöhen die Nachhaltigkeit. Die

guest
experience
tech



Einsatzhelfer: Das Smartphone gibt den Überblick.



Sensorik: Gebäudeautomation spart im Hotel Franks auch im Außen-Spa Energie.

digitale Zugangskontrolle und eine zentrale Plattform zur Vernetzung der Systeme sorgen für effiziente Betriebsabläufe.

Eine ähnliche Lösung wie die Schani Hotels hat beispielsweise das Ruby Hotel Stuttgart gewählt. Auch hier kommt der Gira Home Server zum Einsatz, ebenso Häfele-Produkte, aber nicht Like Magic. In der Villa Viva Hamburg ist mit dem Gira XI-System eine etwas einfachere und kostengünstigere Lösung im Einsatz.

Heizungs- und Lichtsteuerung nach Wetter, Tageszeit und Frequenz

Einen anderen Systemlösungsansatz hat das Hotel Franks in Oberstdorf gewählt und sich beim Umbau für den österreichischen Anbieter Loxone entschieden. Dieser setzt zwar auf proprietäre Technik, die jedoch mit dem verbreiteten KNX-System kompatibel ist. Von den Vorteilen der Komplettlösung zur Steuerung der Hotelinfrastruktur zeigt sich Mara Frank, die mit ihrer Mutter das 5-Sterne-Haus führt, überzeugt, nicht zuletzt, weil sie unter anderem dabei helfe, Energiekosten zu sparen.

Heizung, Beleuchtung, Frischluft und Musik reguliert Loxone automatisiert. In der Bar erkennt sie zum Beispiel die Zahl der Gäste und fährt entsprechend die Heizung runter oder erhöht die Frischluftzufuhr. Im Poolhaus messen Sensoren, ob die Luft entfeuchtet werden muss. Am Infinitypool schaltet sich die Beleuchtung erst an, wenn die Sonne untergeht. Und innen wechselt das Licht je nach Uhrzeit automatisch zwischen Stimmungs- oder Putzlicht.

Auch im Kesselspitze Valamar Collection Hotel Superior wurde der gesamte Wellness- und Restaurantbereich mit einer vollautomatisierten Loxone-Beleuchtungslösung ausgestattet. Die Beleuchtung passt sich dynamisch an die Tageszeit an, was den Energieverbrauch minimiert. Die Lichtstimmung kann über eine App flexibel angepasst werden. Darüber hinaus wurden die vier Saunen automatisiert, um effiziente Nutzung zu gewährleisten und die Betriebskosten zu senken. Die Saunen schalten sich zu

den festgelegten Betriebszeiten ein und bei Nichtbenutzung wieder aus. Wird ein Systemfehler festgestellt, erhält das Facility Management eine Push-Nachricht.

Im Landhotel Bohrerhof wiederum kommt die Systemtechnik von Jung zum Einsatz, der sich als Premiumanbieter moderner Gebäudetechnik mit Designanspruch positioniert und Produkte für Beleuchtung, Jalousie, Klima, Energie, Sicherheit, Multimedia und Türkommunikation im Portfolio hat. Um maximalen Komfort für die Gäste zu schaffen, wurde das Hotel mit dem Smart-Home-KNX-System von Jung ausgestattet, gesteuert über einen „Visu Pro Server“. Über Taster der Serie F 50 lassen sich verschiedene Raumszenarien abrufen sowie Temperatur, Beleuchtung und Verschattung vom Gast individuell gestalten. Ergänzende Sensoren optimieren zudem die Energieeffizienz des Gebäudes.

Der Severinshof Resort & Spa auf Sylt hat für die Elektro-, Raumluft- und Klimaoptimierung der öffentlichen Zonen ebenfalls das KNX-System zur Smart-Home-Steuerung von Jung gewählt. Licht, Verschattung und Temperaturregelung werden automatisiert betrieben. Um im Wellnessbereich für maximalen Komfort zu sorgen, steuert und visualisiert dort ein Smart Panel die Gebäudetechnik.

Pflicht zur Integration von Gebäudeautomation in Hotels

Die Lösungsvielfalt bei der Gebäudeautomation dürfte in Zukunft weiter zunehmen. Denn das zum Januar 2024 novellierte Gebäudeenergiegesetz GEG setzt die europäischen EPBD-Regelungen (Energy Performance of Buildings Directive) um und bringt auch für Hotelbetreiber eine Reihe neuer Auflagen mit sich. So ergibt sich beispielsweise aus dem Paragraph 71a, dass Gebäude mit einer Nennleistung über 290 kW für Heizung und Klimatisierung bis zum Ende des Jahres 2024 mit einem digitalen Energiemanagementsystem ausgestattet sein müssen. Eine kontinuierliche Überwachung, Protokollierung und Analyse der Verbräuche aller Hauptenergieträger sowie aller gebäudetechnischen Systeme ist zu gewährleisten und über eine gängige und frei konfigurierbare Schnittstelle zugänglich zu machen.

Neu errichtete Gebäude müssen dem zweithöchsten Automatisierungsgrad B (von vier definierten) gemäß DIN V 18599-11 oder besser entsprechen. In Bestandsgebäuden muss bis 31. Dezember 2024 die Kommunikation zwischen den verbundenen gebäudetechnischen Systemen und anderen Anwendungen innerhalb des Gebäudes ermöglicht sowie sichergestellt werden, dass diese Systeme mit anderen Typen kompatibel sind.

Jochen Zimmer

„Mit dem KNX-System automatisieren wir die gesamte Gebäudetechnik.“

BENEDIKT KOMAREK
SCHANI HOTELS

Digital Talk: Wie Technologie die Arbeit im Hotel erleichtert

In einer digitalen Welt kann Technologie dabei helfen, die Hotellerie menschlicher zu gestalten. Wie dies in der Praxis funktioniert, erörtern Philip Ibrahim, General Manager The Social Hub, und Isabel Diez, stellv. Redaktionsleiterin ahgz, im Digital Talk am 28. November 2024 von 14 bis 15 Uhr. Die Teilnahme ist kostenlos. Unter dem Titel „Mehr Zeit für Gäste: Wie Technologie die Arbeit im Hotel erleichtert“ befasst sich der Talk mit den innovativen Lösungen, die den Arbeitsalltag im Hotel vereinfachen und damit mehr Zeit für die Gäste verschaffen. So können digitale Tools die Abläufe effizienter machen und personalisierte Erlebnisse ermöglichen – und zudem die Gästezufriedenheit verbessern, indem sie zum Beispiel Wartezeiten mit Selbstbedienungsoptionen verkürzen und Sprachbarrieren überwinden. Standardaufgaben lassen sich automatisieren und durch Datenauswertungen Insights zur Performance des Hotels gewinnen. Dadurch lassen sich Upselling-Möglichkeiten erschließen und die Preisgestaltung optimieren.



Jetzt per QR-Code kostenfrei
anmelden zum Digital Talk
am 28.11.2024 um 14 Uhr

messe frankfurt

christmasworld

7.–11. 2. 2025
FRANKFURT / MAIN

where
wishes
come
true

Saisonale Dekoration
und Festschmuck

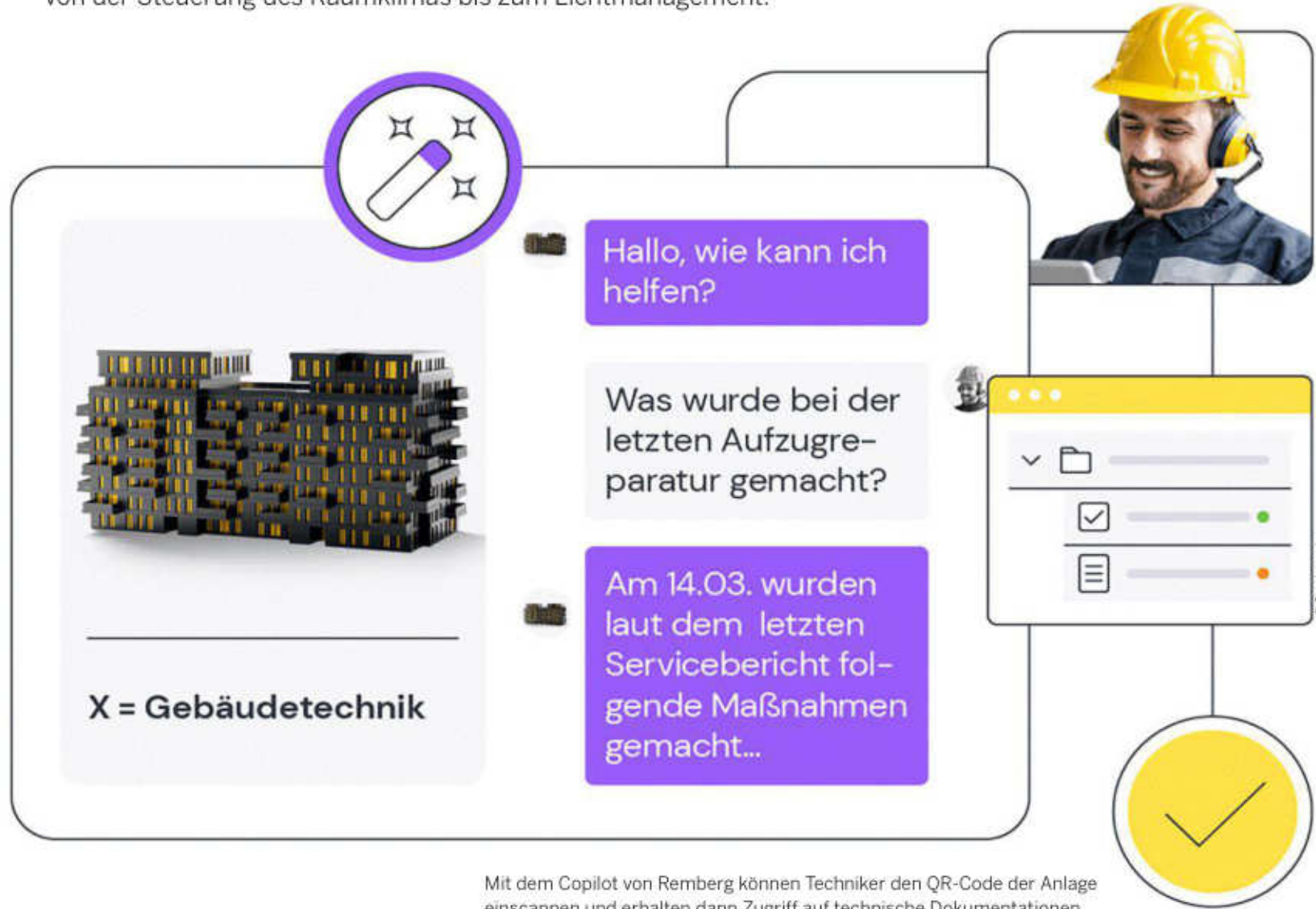
Freuen Sie sich auf die weltgrößte
Produktvielfalt an saisonaler Dekoration,
Festschmuck und Festbeleuchtung.
Dazu erwartet Sie ein erstklassiges Event-
programm mit den neuesten Themen
und Trends.

Sichern Sie sich Ihr Ticket auf
christmasworld.messefrankfurt.com

GEBÄUDETECHNIK

Wie KI den Hotelbetrieb vereinfachen kann

Künstliche Intelligenz kann durch Datenauswertung das Gebäudemanagement optimieren – von der Steuerung des Raumklimas bis zum Lichtmanagement.



Klimaanlagen, Brandschutzsysteme, Aufzug oder Elektroladestationen – in Hotels existieren zahlreiche komplexe Systeme. Sie sorgen für Sicherheit und Komfort der Gäste und dürfen nur eines nicht: ausfallen. Denn ein defektes Kühlsystem oder ein nicht funktionsfähiger Aufzug stören den Ablauf.

Management und Techniker stehen also unter dem Druck, jede Panne unverzüglich zu beheben. Häufig sieht die Realität aber anders aus. Die Firma Remberg aus München hat hier eine Marktlücke entdeckt und kürzlich einen KI-Copiloten auf den Markt gebracht, der Zeit sparen soll. Techniker, die mit dem Tool ausgestattet sind, können vor Ort den QR-Code der Anlage einscannen und erhalten dann unmittelbar Zugriff auf alle verfügbaren technischen Dokumentationen: Bedienungsanleitung, Handbuch oder zurückliegende Wartungsprotokolle.

„Sie können dem Chat dann spezifische Fragen stellen“, erklärt David Hahn, Geschäftsführer bei Remberg. „Damit erhält der Techniker sofort eine kontextbezogene Unterstützung, um das Problem zu lösen.“ Genutzt werden kann der Copilot auch von weniger technisch versierten Mitarbeitern, die zumindest das Problem genauer skizzieren können. Manchmal, so Hahn, lassen sich damit Störungen schon beim ersten Versuch lösen.

Machine Learning und Predictive KI optimieren Ressourcenbedarf

Das Beispiel zeigt, wie KI das Gebäudemanagement von Hotel- und Gastronomiebetrieben vereinfachen kann. Während es sich beim Copilot um Generative KI handelt, kommen in komplexeren Gebäuden vor allem Machine Learning (ML) oder Prädiktive KI zum Einsatz. So werden zur Optimierung des Energie- und Wasserbedarfs historische Daten verwendet, um Modelle zu trainieren, die Vorhersagen zum künftigen Verbrauch treffen. Gleiches gilt für Belüftung und Klima von Räumen.

Durch das Monitoring kann die KI Ineffizienzen erkennen und automatisch Anpassungen vornehmen. Sie kann die Temperatur in ungenutzten Räu-

men heruntergefahren und energieintensive Prozesse wie die Reinigung der Hotelwäsche auf günstige Zeitpunkte verlegen. Gleiches gilt für Beleuchtungssysteme, Wasser- und Abfallmanagement bis hin zur Steuerung der Raumauslastung. Durch intelligente Datenauswertung lassen sich die Belegung von Fitnessraum oder Restaurant vorhersagen und das zuständige Personal entsprechend planen.

Verknüpfung historischer mit künftigen Daten

Die besten Ergebnisse werden erzielt, wenn historische mit künftigen Daten gematcht werden, etwa Wettervorhersagen, anstehende Events oder Belegungszahlen. „KI kann effizient und schnell große Datenmengen verarbeiten“, sagt Eckart Hilgenstock, Berater und Interimsmanager. „Angereichert mit Daten, die Sensoren im Hotel erfassen, und Daten über Gäste können relativ treffsichere Prognosen erstellt werden.“ Kostenreduktion, Produktivitätsgewinne und nicht zuletzt eine steigende Gästezufriedenheit seien die Folge. Hilgenstock: „Wenn zum Beispiel beim nächsten Einchecken im Hotel das Zimmer meine gewünschte Temperatur hat, nehme ich das mit hoher Wahrscheinlichkeit wahr.“

Das Unternehmen Honeywell zählt im Bereich Gebäudemanagement und -automation zu den führenden der Welt. Unter den Kunden sind zahlreiche Hotels, darunter das Bulgari in London oder das Kaanapali Beach Resort auf Maui. Für sie wurden etwa sprechende Brandmeldesysteme oder komplex miteinander verknüpfte Heiz-, Lüftungs- und Klimaanlage installiert. Seit einigen Monaten kommt zunehmend Künstliche Intelligenz zum Einsatz, um die Systeme weiter zu optimieren.

„Hotelsysteme integrieren KI und maschinelles Lernen, um ihre Gebäude zu überwachen und Energieeinsparungen zu erzielen“, so eine Sprecherin. „Damit lassen sich allgemeine Ärgernisse wie zu warme oder kalte Zimmer oder versperrte Zugänge aufgrund plötzlicher Wartungsarbeiten vermeiden. Der Einsatz von KI kann den Hotels helfen, die betriebliche und personelle Effizienz zu optimieren.“ Mit Hilfe von KI könne ein System sogar die Strom-

zufuhr von Steckdosen überwachen und damit das Risiko von Elektrobränden in Gebäuden verringern.

Honeywell hat kürzlich eine Studie durchgeführt, für die 1600 IT-Entscheider befragt wurden. Darin gaben 17 Prozent an, ihre KI-Pläne weitgehend umgesetzt zu haben. Neun von zehn Befragten sagten allerdings, dass sie immer wieder neue Anwendungsfälle für den Einsatz von Künstlicher Intelligenz entdeckten – egal, in welcher Phase der Implementierung sie sich gerade befänden. Folgerichtig meinten 94 Prozent, dass sie den Einsatz von KI künftig ausweiten wollen.

Bei Honeywell rechnet man damit, dass bald viele Häuser über Dashboards verfügen, über die Mitarbeiter für jede Etage automatisierte Analysen in Echtzeit einsehen und dann optimieren können. „Betreiber, die solche KI-Tools einsetzen, haben einen klaren Vorteil im zunehmend wettbewerbsorientierten Gebäudesektor“, so die Unternehmenssprecherin. „Sie erhalten die Möglichkeit, ihre Räume dynamisch zu steuern, um den Energieverbrauch und die Emissionen zu senken und gleichzeitig den Komfort der Gäste im Blick zu behalten.“

Nutzung von KI wird im Gebäudemanagement schnell zunehmen

Auch Hilgenstock sieht hier noch viel Potenzial. „Ich rechne damit, dass sich die Nutzung von KI und generativer KI in der Hotellerie schnell ausbreitet“, so der Consultant. „Im Gebäudemanagement und in allen anderen Bereichen. Ich gehe davon aus, dass das Gebäudemanagement und die -steuerung nahezu komplett digitalisiert und mit KI angereichert werden.“ Auch bei Remberg arbeitet man an mehr KI und will den Co-Pilot noch intelligenter machen. Er wird nicht mehr nur die Fehler analysieren, sondern auch gleich die Wartungen steuern können. So soll er Aktionen wie das Erstellen und Anpassen von Wartungsplänen oder das selbständige Formulieren von Wartungsprotokollen per Spracheingabe eigenständig durchführen können. Geschäftsführer Hahn: „Diese Entwicklungen werden den Einsatz von KI im Gebäudemanagement auf ein völlig neues Niveau heben.“

Helmut van Rinsum

KI-Einsatzfelder im Gebäudemanagement

BELÜFTUNG: KI optimiert die Klimatisierung in Hotels, indem sie Sensoren und Daten aus der Umgebung nutzt, um Temperatur, Luftqualität und Feuchtigkeit in Echtzeit zu steuern.

RAUMKLIMA: KI personalisiert den Aufenthalt von Gästen, indem sie deren Vorlieben für Raumtemperatur, Beleuchtung und sogar Luftfeuchtigkeit erlernt und speichert.

LICHTMANAGEMENT: Intelligente Beleuchtungssysteme, die durch KI gesteuert werden, passen das Licht je nach Tageszeit und Anwesenheit der Gäste an.

ENERGIEVERBRAUCH: Durch das Monitoring von Strom-, Wasser- und Energieverbrauch in Echtzeit kann KI Ineffizienzen erkennen und Anpassungen vornehmen.

VORAUSSCHAUENDE

WARTUNG: KI-gestützte Systeme überwachen den Zustand von technischen Anlagen und Geräten und melden frühzeitig, bevor es zu Ausfällen kommt.

SICHERHEITSSYSTEME: KI wird in Sicherheits- und Überwachungssystemen integriert und erkennt potenzielle Gefahren wie Brände oder unbefugte Zutritte.

ABFALL: KI verbessert das Abfallmanagement, indem sie Vorhersagen darüber trifft, wann Müllbehälter voll sind und so den Abholservice effizienter gestaltet.

ERNEUERBARE ENERGIEN: KI steuert den Energiefluss zwischen Netz, Speichersystemen und Verbrauch. Damit lassen sich die Effizienz verbessern und Kosten senken.

GÄSTEMANAGEMENT: KI antizipiert die Auslastung von Gemeinschaftsbereichen wie Fitnessraum oder Restaurant, womit sich das Personal entsprechend planen lässt.

Funktionale Objekttextilien: die Multitalente auf der Heimtextil 2025

Funktional, verlässlich und innovativ – so präsentieren sich die Angebote für den Objektbereich vom 14. bis 17. Januar 2025 auf der Heimtextil in Frankfurt. Innenarchitekt*innen, Architekt*innen und Hospitality-Expert*innen erwartet ein breites und internationales Angebot an Textilien, speziell für den Einsatz in öffentlichen Gebäuden und Einrichtungen.

Auf der Suche nach Objekttextilien ist die Heimtextil vom 14. bis 17. Januar 2025 der erste Anlaufpunkt. Hier finden Besucher*innen die gesamte Bandbreite der textilen Einrichtung an einem Ort und zugleich ein informatives Rundum-Programm, Design- und Trend-inspiration. Internationale Top-Aussteller und innovative Newcomer*innen präsentieren ihre neuesten Produkte für das Objektgeschäft. Dabei wird die gesamte textile Bandbreite abgedeckt – von Tapeten über Gardinen und Sonnenschutz, Möbel- und Outdoorstoffe, Bettwaren, Bettwäsche, Badtextilien, Matratzen und Schlafsysteme, Fasern und Garne bis hin zu Teppichen.

„Objekttextilien sind die Königsklasse der Einrichtungstextilien. An sie werden höchste Anforderungen an Qualität, Funktionalität, Sicherheit und Design gesetzt. Unsere Aussteller übertreffen sich Jahr für Jahr selbst mit innovativen Produkten und Weiterentwicklungen der Funktionalitäten. Umso wichtiger ist es, up to date zu bleiben, die vielversprechendsten Innovationen zu entdecken und die neuen Möglichkeiten auszuloten“, beschreibt Bettina Bär, Director Heimtextil.

Ob in Büros, Hotels, Restaurants, Krankenhäusern oder öffentlichen Verkehrsmitteln – Textilien sind essenzieller Bestandteil der Einrichtung und erfüllen wichtige Aufgaben. Sie sorgen für Komfort, beeinflussen die Raumatmosphäre und sind zugleich echte Alleskönner. Schwer entflammbar, antimikrobiell, wasserabweisend, schmutzabweisend, lichtbeständig, schalldämmend, kühlend und viele Funktionalitäten mehr zeichnen die Objekttextilien aus. Denn Brandschutz, Hygienestandards und extreme Einsatzbereiche erfordern absolute Verlässlichkeit in ihren Eigenschaften. Aussteller mit entsprechenden Produkten können schnell im Interior.Architecture.Hospitality FINDER gefunden werden. Durch ein zusätzliches Signet fallen die entsprechenden Stände auf der Messe ins Auge.

Besucher*innen erwarten u. a. Angebote von Atenzza Outdoor (Spanien), Aydin Tekstil, Barine (Türkei), Bedding House (Niederlande), Cabanes & Ortuno (Spanien), Elastron Portugal, Englisch Dekor (Österreich), Futura Leathers (Italien), Gebrüder Munzert, Höpke Textiles (Deutschland), Indetex (Belgien), Indorama Ventures Fibers Germany, Kücükler Tekstil (Türkei), Lameirinho (Portugal), Marburger Tapetenfabrik (Deutschland), Martinelli Ginetto (Italien), Mundotêxtil (Portugal), OBB Oberbadische Bettfedernfabrik (Deutschland), Têxteis J.F. Almeida (Portugal), Textil Blanca 1941 (Spanien) und The Wallfashion House (Belgien).

„Wir freuen uns, auf der Heimtextil unsere Neuheiten und innovativen Technologien zu zeigen. Dazu gehört ein textiles Gewebe mit wasserbasiertem Silikonschutz, das widerstandsfähig gegenüber äußeren Einflüssen ist, sowie moderne und funktionale



Foto: Messe Frankfurt/Thomas Fedra

Vorhangslösungen, die speziell für den Objektbereich entwickelt wurden. Innenarchitekt*innen, Architekt*innen und Hospitality-Expert*innen finden zudem individuelle Angebote für ihre spezifischen Projektanforderungen“, so Sabine Danneberg, Vertriebsleitung Contract bei Höpke Textiles.

„Mit dem Fokus auf Nachhaltigkeit, Hautsensitivität und Unterstützung zu regenerativem Schlaf, geht unser Angebot über Standard-Bettwaren hinaus. Damit ist es besonders relevant für den Objektbereich. Die Listung im Interior.Architecture.Hospitality FINDER bringt uns zusätzliche Sichtbarkeit. Wir freuen uns, auf der Heimtextil 2025 unsere Bestandskund*innen wiederzutreffen und neue Interessent*innen von unseren ‚Schlafverbesserern‘ zu überzeugen“, sagt Petra Schweigert, Geschäftsführende Gesellschafterin der OBB Oberbadische Bettfedernfabrik.

Architekt*innen, Innenarchitekt*innen und Hospitality Expert*innen dürfen sich zudem auf ein für sie maßgeschneidertes Programm freuen. Dazu gehören Vorträge und Führungen zu Themen wie KI und Nachhaltigkeit sowie einzigartige Sonderpräsentationen. Absolute Must-sees sind die Interior.Architecture.Hospitality LIBRARY in der Halle 4.0, die Trend Arena in der Halle 3.0 und die Installation „among-us“ von Patricia Urquiola in der Halle 12.0.



Foto: Simon171

Design-Hotspot mit Patricia Urquiola

Textildesign neu definiert: Patricia Urquiola, die renommierte Designerin und Architektin aus Mailand, schafft für die Heimtextil 2025 ein nachhaltiges, textiles Design-Erlebnis. Die Installation „among-us“ verbindet Interior Design mit Hospitality und rückt dabei den Menschen und das immersive Erlebnis in den Mittelpunkt. „among-us“ ist eingebettet in die hochwertigen Präsentationen von Bed, Bath & Living in der Halle 12.0. Hier sowie in der Halle 12.1 zeigen namhafte Marken und private Label-Anbieter

exklusive Bettwäsche und Badtextilien, Dekokissen und Tagesdecken sowie Wohnaccessoires. Mit dabei sind Unternehmen wie Beddinghouse (Niederlande), Lameirinho (Portugal), Marzotto Lab (Italien), Veritas (Türkei), Hellatex Textil (Österreich) und Klaus Herding (Deutschland) sowie Rückkehrer wie Hermann Biederlack (Deutschland) und Formesse (Deutschland). Die Halle 12 ist der Hotspot für internationale Top-Einkäufer*innen und textiles Design.



Foto: Messe Frankfurt/Thomas Fedra



Foto: Messe Frankfurt/Thomas Fedra

65%
want hotel tech to
be 'cooler' than
home technologies
in their guest
experience.



© State of Hotel Guest Tech Report 2025

Welche Technik Gäste im Hotel erwarten

Die B2B-Media-Plattform Hotel Tech Report hat im „State of Hotel Guest Tech Report 2025“ untersucht, wie Technologie das Gästelerlebnis verändert und welche Erwartungen Gäste an technische Gimmicks im Hotel haben. Grundlage der Studie ist eine Befragung von 402 Hotelgästen, was eine Fehlermarge von 4,9 Prozent mit sich bringt. Folgende Kernbefunde hat die Umfrage ergeben: 65 Prozent wünschen sich, dass Hotel-Tech „cooler“ ist als zuhause. 70 Prozent der Gäste finden Chatbots bei einfachen Anfragen hilfreich. Fast die Hälfte der Gäste zieht es vor, mit dem Smartphone auszuchecken. Millennials lassen sich zu 57 Prozent und damit eher von Hoteltechnologie beeinflussen. Zwei Drittel der Gäste haben Bedenken bezüglich des Datenschutzes bei sprachgesteuerten Geräten. 58 Prozent finden, dass KI den Aufenthalt verbessert, während 42 Prozent KI für unpersönlicher halten. 35 Prozent der Gäste der Gen Z glauben, dass die Wifi-Geschwindigkeit wichtiger ist als der Komfort des Bettes.



Den Wärmeverbrauch per Analyse optimieren

Mit dem neuen Better.energy-Monitor können Nichtwohngebäude wie Hotels ihren Wärmeverbrauch schnell und einfach optimieren, nachhaltig die Energiekosten senken und den CO₂-Fußabdruck minimieren. Die IT-Lösung erfordert lediglich den Einbau von Wärmemengenzählern an der Heizungsanlage, um Daten in Echtzeit zu gewinnen und übersichtlich zur Kontrolle darzustellen. Auf dieser Basis lässt sich mit dem vollautomatischen Steuerungsmodul Better.energy-Control die Energieeffizienz von Heizungs-, Lüftungs- und Klimaanlage deutlich steigern.



Mit smarten Displays Gäste informieren

Mit smarten Displays in der Lobby, auf dem Gang und in den Zimmern lassen sich Gäste effizient über Specials, Veranstaltungen, Räumlichkeiten oder Öffnungszeiten informieren. Signage Displays wie die der Samsung QxC-Serie leisten dies in hoher Qualität. Über die digitalen Anzeigetafeln können Informationen dort in Echtzeit angezeigt werden, wo sie benötigt werden. Damit die Steuerung der Displays einfach und bequem ist, gibt es cloudbasierte Content-Management-Systeme wie Samsung VXT, kurz für Visual Experience Transformation.



Ambiente 2025 mit Talk & Tour by ahgz am „Tag des Hoteliers“

Vom 7. bis 11. Februar trifft sich die Designbranche wieder in Frankfurt zur Ambiente, der Weltleitmesse für Konsumgüter. Auch Hospitality-Profis dient die Messe als Update für Einrichtungstrends, zumal der Horeca-Bereich unter dem neuen Sammelbegriff Hospitality nochmals erweitert wurde und entsprechende Aussteller in weiteren Hallen zu finden sind. Am Montag, 10. Februar, wartet der „Tag des Hoteliers“ mit speziellen Contentangeboten auf. Die ahgz führt eine Guided Tour mit einleitendem Talk durch, Anmeldungen sind kostenlos. **Infos: [ambiente.messefrankfurt.com](https://www.ambiente.messefrankfurt.com)**



Heimtextil 2025 mit Talks & Tours by ahgz zu Sleep & More und Interior.Architecture.Hospitality

Rund 3000 Aussteller aus 60 Ländern werden vom 14. bis 17. Januar die neuesten Trends, Kollektionen, Materialien und textilen Lösungen auf der Frankfurter Messe Heimtextil präsentieren. Für Hoteliers und Hospitality-Profis besonders interessant sind die Bereiche bzw. Inhaltsangebote Interior.Architecture.Hospitality (IAH) sowie Sleep & More. Alle Aussteller mit Angeboten für das Objektgeschäft sind online sowie am Messestand mit einem speziellen Signet gekennzeichnet. Zudem gibt es ein spezielles Vortrags- und Contentangebot für die Zielgruppen. Die ahgz führt erneut zwei Guided Tours mit einleitendem Talk zu den Themen Sleep & More (15.1.2025, 12.15-14.15 Uhr) sowie Interior.Architecture.Hospitality (16.1.2025, 10.00-12.00 Uhr) durch, Anmeldungen sind kostenlos. **Infos: [heimtextil.messefrankfurt.com](https://www.heimtextil.messefrankfurt.com)**





Mehr
Informationen



Inhouse Waschsalon: Ein neues Gäste-erlebnis für Hotels und Apartmenthäuser

Bieten Sie Ihren Gästen einen zusätzlichen Service ohne operativen Aufwand für Sie!

- **Ohne Investitionsaufwand:** hochwertige Bosch Waschmaschinen und Trockner, optional mit integriertem Waschmitteltank
- **Bargeldloses Abrechnungssystem:** Zahlung per PayPal, Apple Pay & Co
- **Top Service:** 24/7 Waschraum-Monitoring sowie kostenloser Kundenservice

Jetzt neu: Scan2Wash

Einfach QR-Code vom Poster scannen und direkt mit dem Waschen und Trocknen loslegen. Keine App-Installation sowie Erstellung eines Benutzerkontos und Eingabe von persönlichen Daten notwendig.

Unser Sales-Team berät Sie gerne individuell für Ihr Objekt. Kontaktieren Sie uns unter +49 89 740 55 44 50 oder sales@we-wash.com

Anmeldung Talks&Tours

Über die QR-Codes können Sie sich jetzt kostenlos zu den Guided Tours mit einleitendem Talk der Messen Heimtextil bzw. Ambiente anmelden.

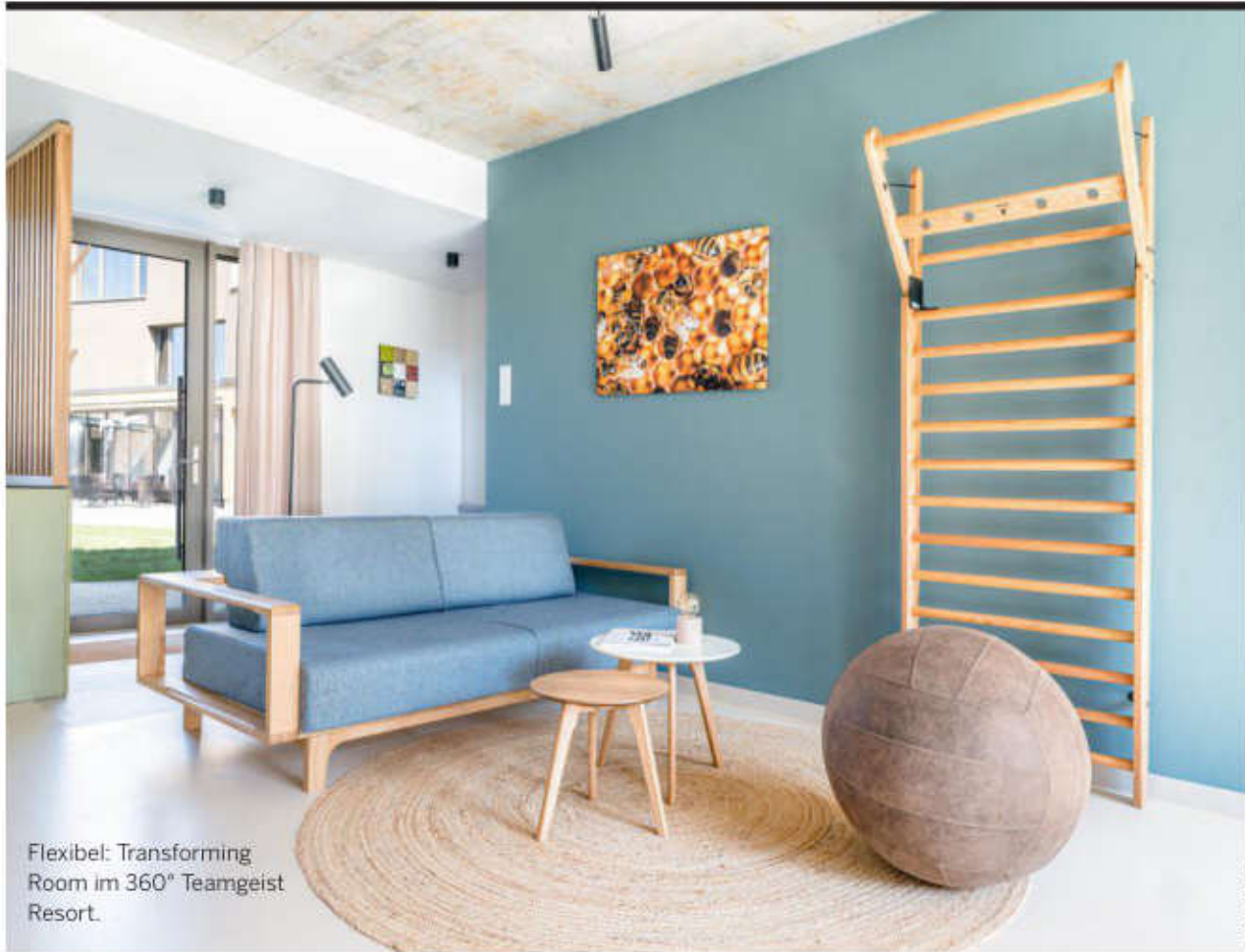


Ambiente: Talk & Tour by ahgz
Jetzt kostenlos anmelden via QR-Code.



Heimtextil: Talk & Tour by ahgz
Jetzt kostenlos anmelden via QR-Code.

immobilien up date



Flexibel: Transforming Room im 360° Teamgeist Resort.



Adapt Wetzlar: Ausgezeichnet in der Kategorie „klein und fein“.



Groß und großartig: Das Citadines Aparthotel Danube Vienna.

SERVICED APARTMENTS

So Apart Awards: Das sind die Sieger

Die Award-Gewinner spannen den Bogen über die gesamte Vielfalt des Segments.

Eine Konzeptpremiere, ein Klassiker, zwei etablierte Betreiber mit neuen Produkten und ein Living-Premiumkonzept: Auf der So Apart spannten die Award-Gewinner den Bogen über die gesamte aktuelle Apartmentvielfalt.

Alle Preisträger wurden im feierlichen Rahmen am Abend des 20. November 2024 auf der So Apart in den Felix Suiten am Augustusplatz in Leipzig verkündet und geehrt. Die Fachtagung für das Serviced-Apartment-Segment im deutschsprachigen Raum findet seit 2013 statt, in diesem Jahr unter dem Motto „Zwischen Druck und verschärftem Pipeline-Knick: Das Segment macht trotzdem Speed“.

„So vergleichsweise wenig es aktuell an Developments gibt, so stark zeigen sich im Moment viele eröffnete und weiterentwickelte Serviced-Apartment-Konzepte. Wir freuen uns, dass sich in diesem Jahr auch mehr internationale Häuser, vor allem aus dem DACH-Raum, beworben haben“, sagte Anett Gregorius, Ausrichterin der So Apart sowie Inhaberin und Gründerin von Apartmentservice. Die wichtigsten Akteure im Serviced-Apartment-Segment besprachen beim zweitägigen Kongress am 20. und 21. November aktuelle Grenzen und wichtige Weiterentwicklungen bei Konzepten und Wachstumsstrategien.

Der beste Newcomer besetzt Trendthemen

Das im Sommer eröffnete 360° Teamgeist Resort bei Berlin gewann als bester Newcomer in der Kategorie „neu und besonders“. „Das Konzept 360° Teamgeist Resort in Kolberg/Heidesee

südlich von Berlin ist als solches noch sehr jung im Serviced-Apartment-Segment und zieht alle Register bei den Trendthemen Land, Tagung, Bleisure, Leisure, Short- und Longstay“, betont Jury-Mitglied Sylvie Konzack, Chefredakteurin von So Apart insight. In der Kategorie „groß und großartig“ überzeugte bei den Aparthotels das Citadines Aparthotel Danube Vienna in Wien und bei den Serviced-Apartmenthäusern das The Flag Oskar M. in Frankfurt. Jury-Mitglied Heinrich Böhm, Head of Serviced Apartments and Senior Living bei Joi-Design, lobte beim Citadines die Hochwertigkeit des Towers mit Dachterrasse, das lebendige Design und die spannende Raumkonzeption. Bei den Serviced Apartmenthäusern überzeugte in der gleichen Kategorie das The Flag Oskar M. in Frankfurt als „Klassiker“ und „Longstay- und Serviced-Apartment-Konzept at its best“.

Bei den kleinen Häusern mit maximal 50 Einheiten überzeugte das Adapt Apartments Wetzlar in Wetzlar die Jury. Diese verweist darauf, wie sehr das Anfang 2024 eröffnete Haus auf besonders große Apartments und viel Adapt-typische Persönlichkeit setzt, obwohl es komplett digital betrieben wird.

Das Publikum entschied in den Kategorien „Das beliebteste Kleine“ und „Das beliebteste Große“ im Zuge eines Online-Votings über die Gewinner. Christoph Carnier, Präsident des Geschäftsreiseverbands VDR, überreichte die Preise an das Brera Serviced Apartments Singen in Singen und das Adapt Apartments Wetzlar in Wetzlar, das damit zwei Preise an diesem Abend mit nach Hause nehmen konnte.

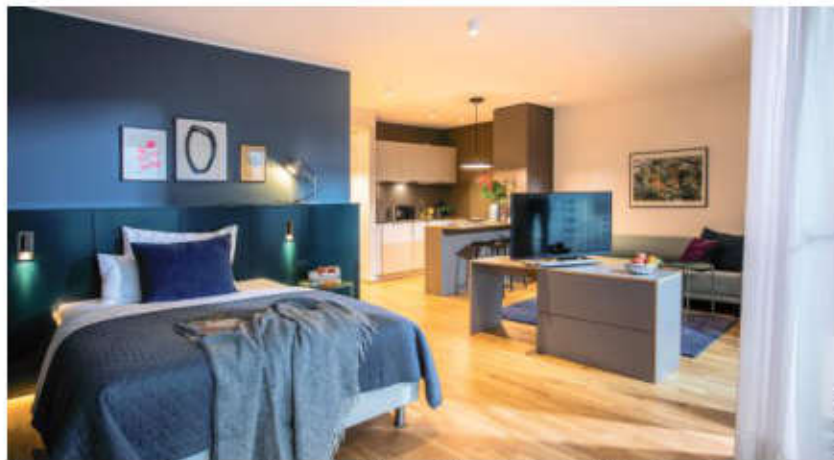
In der Kategorie „nachhaltig und

besonders“ holte mit dem Poha House Aachen Preuswald in Aachen ein weiteres wohnwirtschaftliches Projekt eine Trophäe. Das Haus punktet mit einer lobenswerten Revitalisierung, betont Jurymitglied Helmut Dörfer, Partner bei Dörfer Grohneier Architekten Partnerschaft.

Nach 2022 lobte die Jury auch wieder einen Preis in der Kategorie „groß und großartig“ für wohnwirtschaftliche Nutzung aus. Gewinner hier wurde das Havens Living Frankfurt-Bockenheim in Frankfurt. „Aus einer Bürokonversion sind hier über 150 wohnwirtschaftliche Premium-Apartments in spannenden Designlinien entstanden samt eines großzügigen Gemeinschaftskonzepts“, würdigte Jury-Mitglied Henrik von Bothmer, Head of Operated Living bei Union Investment, die Umsetzung.

Special Award geht an Beat Kuhn

Der Special Award geht an Beat Kuhn, bis Mai dieses Jahres Managing Director von SV Hotel. „Schon vor rund 15 Jahren hat Beat Kuhn das Serviced-Apartment-Segment für sich entdeckt und die Marriott-Marke Residence Inn nach Europa mit dem ersten Haus in München gebracht“, unterstrich Gregorius. Über 20 Jahre hat er die Strategie von SV Hotel geprägt und dabei auch das Marktsegment beeinflusst. „Vor rund acht Jahren erfand er für dieses Segment ganz neu auf dem Reißbrett Stay Koook – und hat seitdem mit dieser Marke immer wieder Neukonzeptionen lanciert, die die Dynamik im Segment mit anheizen“, begründete Anett Gregorius in ihrer Laudatio die Entscheidung. beh/pew



Bestes großes Serviced-Apartmenthaus: The Flag Oskar M. in Frankfurt.



Community Space im Poha House: Das Haus ist besonders nachhaltig.

Preisträger der So Apart Awards

NEU UND BESONDERS: 360° Teamgeist Resort bei Berlin

KLEIN UND FEIN:

Adapt Apartments in Wetzlar

GROSS UND GROSSARTIG APART-

HOTELS: Citadines Aparthotel

Dabube Vienna

GROSS UND GROSSARTIG APART-

MENTHÄUSER:

The Flag Oskar M. in Frankfurt

NACHHALTIG UND BESONDERS:

Poha House Aachen Preuswald

WOHNWIRTSCHAFT: Havens

Living Frankfurt Bockenheim

PUBLIKUMS-AWARDS: Brera Ser-

viced Apartments in Singen und

das Adapt Apartments in Wetzlar

SPECIAL AWARD: Beat Kuhn

ahgz verpachtungen

ANDECHSER NATUR

Pächter gesucht

für Bio-Gastronomie-Konzept in Andechs (m/w/d) ab Februar/März 2025

Unser Ziel ist es, in Andechs-Erling, ein einzigartiges Konzept zu schaffen, das für den Gast die Verbindung zwischen Lebensmitteln, Genuss, und der Natur erlebbar macht. Im Mittelpunkt des Konzeptes stehen natürliche Lebensmittel, frische Produkte und das Ambiente selbst.

Dabei bietet das Erlebniscafé eine Plattform für die Marke ANDECHSER NATUR und eine einzigartige Gelegenheit für eine(n) Gastronomiebetreiber(in) eigene Ideen umzusetzen. Ein ausführliches Exposé erhalten Sie unter: www.andechser-natur.de/genusschhof



Das Objekt:

- 121 qm in der Tenne/Stube im EG
- 170 qm im DG
- 1200 qm Außenfläche zur Nutzung für Selbstbedienungskonzept
- Viel Raum für eigene Ideen
- Hochwertige Ausstattung

Exposé anfordern!



Andechser Molkerei Scheitz GmbH • Biomilchstraße 1 • D-82346 Andechs • genusschhof@andechser-natur.de • www.andechser-natur.de

Steinhaus 1718

Gastronomie in Büdingen zu vermieten! Es handelt sich um ein im Jahre 1718 erbautes „Ganzsteinhaus“, in Mitten der mittelalterlichen Altstadt Büdingens. Das Objekt, verbunden mit viel Geschichte und Familientradition, wurde im Jahre 2019 komplett saniert. Moderne trifft auf Vergangenheit – so könnte man das neue Gesicht des Gebäudes beschreiben, wobei es keineswegs an seinem historischen Charme verloren hat. Das Hotel verfügt über 17 komplett neu gestaltete Zimmer. Das Restaurant verfügt über 50 Sitzplätze im Innenraum, über 50 Sitzplätze im beheizten Biergarten, welcher im Sommer um weitere 30 Sitzplätze ergänzt werden kann. Die offen einsehbare Küche wurde ebenfalls in 2019 komplett renoviert. (verfügbar ab 01.01.2025) – www.steinhaus1718.de

ID: 9845986, Herr Andreas Wolf, Telefon 01714610477, a.wolf@wolf-umweltdienste.de

Restaurant/Pizzeria in Frankfurt am Main-Höchst

sehr gut laufendes Restaurant, gelegen in der Altstadt, mit viel Platz, frisch renoviert, moderne Einrichtung mit teils offener Küche abzugeben. Das familiengeführte Restaurant ist sehr beliebt und hat viele Parkplatzmöglichkeiten in direkter Nähe.

Kontakt: daviviani20@gmail.com



Traumhaus sucht Pächter

Überzeugen Sie unsere Mitglieder und Gäste mit Leidenschaft, Qualität und Ideen. Das 2018 modernisierte Clubhaus verfügt über getrennte Räumlichkeiten für kleine und große Gesellschaften mit insgesamt 120 Sitzplätzen sowie eine großzügige Terrasse.

Unser Golfclub liegt in der Metropolregion Hamburg, zwischen Winsen und Lüneburg, im Heidedorf St. Dionys und zählt zu den schönsten Golfclubs Deutschlands.

Wir bieten:

- sehr faire Pachtbedingungen
- eine hochmoderne Küche
- keine Lieferanten- & Brauereibindungen
- viel Raum für eigene Ideen
- ein außergewöhnlich schönes Ambiente

Wir suchen:

- Gastgeber mit Leidenschaft
- Einsteiger in die Selbstständigkeit
- Gastronomen mit eigenen Ideen
- ab 1. Februar 2025 bzw. nach Vereinbarung

Kontakt:
Golf-Club St. Dionys e.V. Wulfsdammweg
21357 St. Dionys
Mail: info@gscd.de
Tel.: 04133 213311



Stammhaus und Heimat der Warsteiner Brauerei sucht neuen Gastgeber mit Herz und Leidenschaft!

Kontakt: Hr. Maik Franke
mfranke@warsteiner.com

Objekt-ID 9851207

ahgz immobilienangebote



PÄCHTER (M/W/D) FÜR DAS RESTAURANT GESUCHT

Jetzt bewerben!

Für unser Hotel Alte Post im Herzen von Mindelheim sind wir auf der Suche nach einem neuen Pächter / Betreiber (m/w/d) für das Restaurant. Es befindet sich zentral in Mindelheim, ist direkt am Marienplatz gelegen und verfügt über eine Wein- stube, einen Restaurantbereich und einen Biergarten. Das Restaurant und die Küche sind vollständig ausgestattet.

Das stellen wir uns vor

Der selbstständige Pächter / Betreiber (m/w/d) übernimmt die Leitung des Restaurants inkl.

- Personalaufbau- und -führung
- Beschaffung von Lebensmitteln und Getränken sowie Planung des Angebotes
- Es wird auf eigene Rechnung gewirtschaftet



Jetzt informieren & bewerben!

Hotel Alte Post | Maximilianstraße 39 | 87719 Mindelheim | Tel. 08261 760 760 | till.jerschubek@hotel-alte-post.de | www.hotel-alte-post.de

Ihr Hotelprojekt am Ostseestrand

Verwirklichen Sie Ihr Traumprojekt auf einem einzigartigen Grundstück direkt am Südstrand von Kellenhusen. Mit einer Fläche von 12.735 m², nur wenige Schritte vom Meer entfernt, bietet dieser Premiumstandort ideale Bedingungen für ein innovatives Hotel auf 3 bis 4 Sternenniveau.

Jetzt informieren und Ihr Projekt am Meer starten!

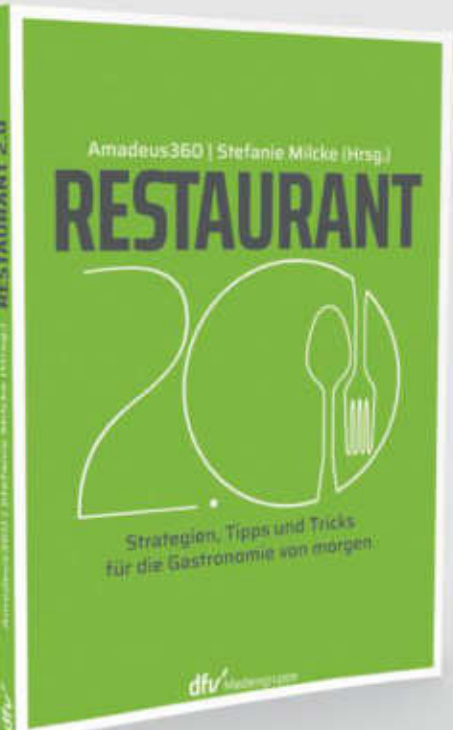
Kontakt: Gemeinde Kellenhusen
Der Bürgermeister
Kirchenstraße 11, 23743 Gromitz
E-Mail: BGK.Kellenhusen@gromitz.eu
www.kellenhusen.de

Saniertes und bestens eingeführtes Hotel Garni in bester Lage im Allgäu

mit 12 Zimmer + 2 Wohnungen zur Eigennutzung oder als Ferienwohnung nutzbar. SB-Bar. Entspannungsgarten, Terrasse. Sehr gute Auslastung/Wirtschaftsbilanz.

Verfügbarkeit: nach Absprache; Preis: nach Anfrage.

Kontaktaufnahme unter
info@hotel-bergidyll.com



Alles für die erfolgreiche Gastronomie von morgen

Amadeus 360, Stefanie Milcke (Hrsg.)

Restaurant 2.0

Strategien, Tipps und Tricks für die Gastronomie von morgen

360 Seiten | Softcover | 34 EUR

In der Gastronomie gibt es zahlreiche Möglichkeiten, von digitalen Helfern zu profitieren – welche, das zeigen Amadeus360 und Stefanie Milcke in Zusammenarbeit mit Experten unterschiedlichster Fachgebiete.

www.dfv-fachbuch.de | @dfv_fachbuch | deutschlandweit portofreie Lieferung

dfv Mediengruppe
Fachbuch

menschen

up
date

top personalie



Zeév Rosenberg übernimmt die Leitung des Luxushotels SO/ Berlin Das Stue. Mit seiner langjährigen Erfahrung in der Hospitality-Branche soll der neue General Manager das Haus in die Zukunft führen, wie es in einer Pressemitteilung heißt. Rosenberg, der auch Präsident der HSMA Deutschland e.V. ist, war zuletzt Director of Business Development bei der Amano Group und davor acht Jahre lang General Manager im Berliner Boutiquehotel i31. Der gebürtige Düsseldorfer blickt zudem auf Stationen bei Unternehmen wie Mövenpick Hotels & Resorts und Grand City Hotels zurück. Auch im The Westin Grand Berlin und im Indigo Berlin Alexanderplatz war er beschäftigt. Das SO/ Berlin Das Stue bietet 78 Zimmer und Suiten, Restaurant, Bar, Spa und Fitnessraum. Es befindet sich im Gebäude der ehemaligen Königlich Dänischen Gesandtschaft. *hz*

MEHR TOP LEUTE AUF SEITE 32

Jobwechsel? Aufstieg?

Schreiben Sie an ahgz-Redakteur Christoph Aichele – mit folgenden Informationen: Ausbildung, Berufsstationen, bisheriger Posten, neue Aufgabe. Dazu ein drucktaugliches Porträt- oder Schulterbild. Wir freuen uns auf spannende Personalien (christoph.aichele@dfv.de).



MENSCHEN IM RESTAURANT

Von Sylt nach München

Benedikt Arps ist Küchenchef im Hotel Excelsior mit dem dazugehörigen Restaurant Vinothek by Geisel.

B ankett, Tagungsgeschäft und vor allem das Restaurant Vinothek by Geisel: Dafür trägt Benedikt Arps als Küchenchef im Münchner Hotel Excelsior die Verantwortung. Bereits seit dem Juni ist der 29-Jährige auf dem Posten – verbunden mit einem Ortswechsel von der Nordsee in die Isarmetropole.

Große Vorbilder im Söl'ring Hof

Für Arps war es sehr früh klar, dass er Koch werden will: „Ich bin bei meinen Großeltern aufgewachsen, und mittags hat mein Opa Dieter täglich frisch gekocht. Das waren die ersten Berührungspunkte, da durfte ich auch mitschnippeln. So entstand meine Kochleidenschaft“, erinnert sich Arps. Seine Ausbildung absolvierte der gebürtige Schleswig-Holsteiner dann im Ambassador Hotel & Spa in St. Peter-Ording, später war er zwei Jahre im A-Rosa Sylt tätig. Seine letzte Wirkungsstätte war sechs Jahre lang das 2-Sterne-Restaurant Söl'ring Hof auf Sylt, zuletzt gemeinsam mit Jan Fehling in der Funktion als Küchenchef. Als wichtige Mentoren nennt Arps die Spitzenköche Johannes King und Jan-Philipp Berner, die den kulinarischen Kurs im Söl'ring Hof maßgeblich prägten. „Beim Kochen und wie man mit Menschen umgeht – darin sind sie beispielhaft“, erzählt Arps. Doch der Liebe wegen zog er nun nach München.

„Ich möchte unseren Gästen eine schöne kulinarische Zeit in unserer Vinothek ermöglichen“, so Arps Ziel. An seiner neuen Wirkungsstätte ist er für 15 Mitarbeiter zuständig, inklusive sechs Koch-Azubis. „Eine ehrliche, klare und authentische Küche. Das Wesentliche ist das Produkt, es steht im Mittelpunkt und glänzt durch ausgezeichnete Qualität“, so beschreibt der neue Küchenchef

seine Kulinarik. „Bei uns trifft regionale mediterrane Leichtigkeit auf ausgewählte saisonale Zutaten regionaler Anbieter. Unsere Speisen zeichnen sich durch Frische und eine ätherische Kräuternote aus, auch etwas Eingelegtes gehört dazu“, fasst Arps zusammen.

Ein typisches Arps-Gericht ist etwa das Maishähnchen mit grünem Spargel, gebratener krauser Glucke und Geflügel-Rahmsauce. Die Karte in dem 110 Plätze fassenden Restaurant ist bewusst übersichtlich: zwei Vorspeisen, zwei Suppen, zwei Pasta-Gerichte, vier Hauptgerichte (ab 28,50 Euro), davon eines vegetarisch sowie drei Desserts. Auf der Speisekarte findet man Poltlinger Rehrücken mit glasierten Rosenkohlblättern, Birne und Polenta Soufflé oder Teriyaki Lachs, mit Lauch-Ingwer-Gemüse und gepufftem Reis sowie glasierte Kalbsbacke in Trüffelsauce mit Sellerie und Kartoffelpüree. Vegetarisches darf nicht fehlen: Kartoffel-Krapfen – mit roter Bete und Joghurtschaum. Das Mittagmenü wird für 36,50 Euro angeboten, abends kostet ein 3-Gänge-Menü 72 Euro. Zudem findet man fünf Tagesgerichte auf der Tafel. Kochkurse veranstaltet Arps auf Anfrage, jeden Monat gibt es zudem eine kulinarische Weinreise mit Ferdi Schuster, dem Chef de Rang und Sommelier des Hauses. Die Vinothek by Geisel führt mehr als 800 Weine. Den Durchschnittspreis im Restaurant beziffert Arps mit 95 Euro.

Das Hotel Excelsior inklusive Restaurant Vinothek befindet sich im Zentrum von München zwischen Hauptbahnhof und Karlsplatz. Das Haus verfügt über

114 Zimmer und Suiten, Doppelzimmer gibt es ab 160 Euro. Zur Gruppe im Besitz der Familie Geisel gehören außerdem die Luxusresidenz Beyond by Geisel und das Stadthotel Schwabinger Wahrheit. Auch ein Weingut und die Weinhandlung Geisels Weingalerie zählen dazu. Carl, Michael und Stephan Geisel leiten das Unternehmen in vierter Generation.

Die große Freude am Beruf ist Benedikt Arps Hauptantrieb: „Menschen eine Freude zu bereiten und im Team zu arbeiten, das ist der Kern.“ Wenn man mit Hingabe koche, sich selbst hinterfrage und reflektiere, könne man erfolgreich sein. „Wichtig ist es, immer besser werden zu wollen. Dazu gehört viel Fleiß – aber auch eine Portion Glück“, erklärt Arps. „Ich muss nicht unbedingt einen Stern erköchen, auch wenn ich diese Erfahrung im Söl'ring Hof gemacht habe. Sterne sind schön, aber damit macht man sich selbst und auch den Mitarbeitern sehr viel Druck, zuviel Druck“, so

Arps. Wichtiger sei ihm vielmehr, dass sich das Team gemeinsam weiterentwickelt und zusammenhält.

Mit den Kollegen wird auch die neue Speisekarte besprochen: „Ich will, dass sich jeder einbringen kann, das habe ich im Söl'ring Hof schätzen gelernt. Wenn ein Mitarbeiter ein Gericht selbst auf die Karte bringen kann, dann steht er ganz anders dahinter“, weiß der Küchenchef zu berichten. „Jeder will gesehen und gehört werden“, so Arps. Das gilt auch für den Nachwuchs: „Ich nehme zwei Azubis pro Lehrjahr und fördere die richtig. Und gebe ihnen die nötige Aufmerksamkeit, damit sie sich auch wertgeschätzt fühlen.“

Seinen Führungsstil bezeichnet Arps als entspannt und kooperativ: „Ein angenehmes Arbeitsklima ist unabdingbar. Meine Mitarbeiter sollen bei der Arbeit Spaß haben, auch wenn es mal hektisch wird. Geschrei gibt es bei uns sicher nicht“, so Arps. Vorteilhaft sei auch, sich selbst nicht so ganz ernst zu nehmen: „Natürlich bin ich der Chef, aber ich muss ja auch das Vertrauen der Mitarbeiter haben“, so Arps. Entscheidend sei, viel miteinander zu reden: „Dann lernt man schnell, wie welcher Mitarbeiter tickt“. Ein absolutes No-Go indessen seien Unzuverlässigkeit oder Unpünktlichkeit: „Das hat auch mit gegenseitigem Respekt zu tun“, konstatiert der 29-Jährige. Bei Krisen habe es ihm geholfen, ruhig zu bleiben und pragmatisch zu denken: „Wie kann ich selbst etwas an der Situation ändern und neu nach vorne schauen.“

Mix aus Locals und Hotelgästen

Mit seiner neuen Wirkungsstätte ist Arps sehr glücklich. München sei eine kulinarische Hochburg, gerade gebe es viel Bewegung. „Ich sehe das hier als Chance, mich zu etablieren. Die Vinothek ist alteingesessen und hat eine gewisse Position in München. Das hat mir den Start sehr erleichtert“, betont Arps. Die Gäste der Vinothek seien ein guter Mix aus Münchnern, Hotelgästen und Menschen, die Wein und gute Produkte schätzen.

Und neben dem Beruf? In seiner Freizeit tobt sich der junge Küchenchef im Fitnessstudio aus. „Sport ist mir wichtig. Da kriege ich den Kopf frei.“ Gerne geht es auch, gemeinsam mit seiner Freundin, in die Umgebung der Stadt, etwa an den Ammersee. „Und natürlich probieren wir beide gern neue Restaurants aus.“

Astrid Filzek-Schwab

PERSONALIEN GASTRONOMIE



Jonas Zörner wird Küchenchef im Lorenz Adlon Esszimmer, Berlin. Er folgt auf Reto Brändli, der zu den Giardino Hotels in der Schweiz wechselt. Zörner, gebürtiger Berliner, blickt auf Top-Stationen zurück. Er kochte im The Dolder Grand, Zürich, sowie im Restaurant Facil, Berlin. Zuletzt war er Küchenchef im Restaurant Golvet, ebenfalls in der Hauptstadt, wo er seit 2021 den Michelin-Stern in steter Folge bestätigen konnte. Zörner wurde mehrfach ausgezeichnet, darunter 2022 als Berliner Meisterkoch. *hz*



Gil Heinzelmann ist im Schlosshotel Kronberg als Küchenchef seit Anfang Oktober für die Kulinariaik verantwortlich – und somit auch für die zwei hoteleigenen Restaurants. Der 40-Jährige war im Haus zuletzt als Souschef tätig. Heinzelmann hat seine Kochlehre im Resort Sonnenalp in Ofterschwang absolviert, später folgten Stationen im Grandhotel Hessischer Hof in Frankfurt und im Kempinski Falkenstein Grand in Königstein. 2019 startete er im Schlosshotel Kronberg. *hz*



Marco Löffler heißt der neue Küchenchef im Top Hotel Hochgurgl, Tirol. Der gebürtige Österreicher war zuletzt als Küchenchef beim Personaliensteileiter Rohrmoser unter Vertrag, er blickt auf rund 20 Jahre Berufserfahrung zurück. Seine Stationen waren unter anderem das Hotel Aurelio in Lech, das Mohr Life Resort in Lermoos und das Hotel Berghof in Hintertux. *beh*



Daniel Canzian fungiert bei der internationalen Köche- und Restaurantvereinigung JRE Jeunes Restaurateurs ab sofort als Präsident. Katrin Steindl (Der Unterwirt, Ebbs/Tirol) und Nicolai P. Wiedmer (Das Eckert, Grenzach-Wyhlen) wurden zu Vizepräsidenten ernannt. Canzian, Küchenchef und Inhaber des mehrfach ausgezeichneten Daniel Canzian Ristorante (Mailand), folgt auf den Schweizer Daniel Lehmann. Als internationaler Geschäftsführer fungiert weiterhin Hans van Manen. Zu JRE gehören rund 400 Mitglieder in ganz Europa. Die deutsche Sektion mit Präsident Oliver Röder hat 77 Mitglieder. *ai*

PERSONALIEN HOTELLERIE



Alexander Stiller heißt der neue Direktor im Parkhotel Quellenhof Aachen. Der 51-Jährige folgt auf Andreas Wieckenberg. Stiller begann seine Laufbahn bei Sheraton in Frankfurt. Später folgten Häuser wie das Sheraton Grand London Park Lane, das Le Méridien Abu Dhabi und das Hilton Hurghada. Zudem sammelte er Führungserfahrungen in Großbritannien, den USA und Deutschland, darunter im Relais & Châteaux Gutshaus Stolpe. Zuletzt war Stiller als Direktor im Precise Resort Schwielowsee im Einsatz. *hz*



Hagen Müller fungiert im Moxy Karlsruhe ab sofort als GM, intern Captain. In dem von der Signo Hospitality betriebenen Haus folgt er auf Kurt Weber. Müller bringt mehr als 40 Jahre Erfahrung aus der Hotellerie mit, zuletzt war er Hoteldirektor im Achat Hotel Karlsruhe City. Seine weitere Laufbahn umfasst unter anderem Stationen im Radisson Blu Hotel Karlsruhe, im Best Western Premier Seehotel Krautkrämer in Münster und im Hotel Der Achtermann in Goslar. *ai*



Violeta Pantic hat die Position der Direktorin im Seehotel Niedernberg – Dorf am See übernommen. Sie folgt auf Heike Reinhart, die den Chefposten im Jahr 2021, nach dem Tod der langjährigen Direktorin Karina Kull, angetreten hatte. Pantic war zuletzt als Hotelmanagerin im Wald & Schlosshotel Friedrichsruhe tätig. Zu ihren weiteren Stationen gehören das Panoramahotel Waldenburg und das Restaurant Entenbäck in Schwäbisch Hall. *ai*



Sebastian Kuemmel übernimmt ab sofort die Aufgaben des General Managers im Four Munich Neue Messe im Auftrag des Betreibers Signo Hospitality. Bis Juni 2025 soll das Haus als Four Points by Sheraton neu eröffnet werden. Kuemmel blickt auf eine langjährige Karriere in der Münchner Hotellerie zurück. Zu seinen Stationen gehören das Flemings Hotel München-Schwabing sowie das Pullman Munich. Zuletzt war der 39-jährige Hotelfachmann als Cluster General Manager bei Maseven Serviced Apartments beschäftigt. *ai*



Ralf Meister ist im Innside by Meliá München Parkstadt Schwabing als Hotelmanager gestartet. Der gebürtige Berliner bringt umfangreiche Branchenerfahrung mit, zuletzt führte er bei der DRS Hotel Holding das aja Resort Ruhpolding und war auch für das Opening zuständig. Im Auftrag von Starwood war Meister in Mexiko, Portugal, Spanien und der Türkei tätig, gefolgt von Top-Positionen auf Mallorca. Nach seiner Rückkehr nach Bayern führte er das Arabella Brauneck Hotel in Lengries und das Rilano München. *ai*



Katja Jenne ist bei den B & B Hotels Central & Northern Europe zum Head of Marketing & Communications aufgestiegen. Die 41-jährige folgt auf Patrizio Iaquinandi. Jenne ist seit 2022 für die B & B Hotels tätig. In ihrer neuen Funktion wird sie unter anderem für die Weiterentwicklung der Markenstrategie verantwortlich zeichnen, teilt das Unternehmen mit. Zudem ist sie für die Konzeption und Umsetzung von Marketingkampagnen sowie die begleitenden PR-Maßnahmen zuständig. *ai*

ahgz.jobs

Die aktuellsten Stellenanzeigen von ahgz.jobs

Einfach Jobtitel oder ID auf www.ahgz.jobs eingeben.

ahgz.jobs



HOCHSCHULE HEILBRONN

Online-ID: 785814310

Professur für Tourismusmanagement und digitale Transformation Hochschule Heilbronn Heilbronn

www.ahgz.jobs



Online-ID: 981193519

Servicemitarbeiter (m/w/d) Hagemeyer Gastronomie Minden

www.ahgz.jobs



Online-ID: 051156184

Tourismuskaufmann (w/m/d) ADAC Württemberg Stuttgart

www.ahgz.jobs



Online-ID: 158943295

Koch für Betriebsrestaurant (m/w/d) CompuGroup Medical Koblenz

www.ahgz.jobs



Online-ID: 962022100

Stellvertretende Leitung (m/w/d) Boardinghouse Bergmann Boardinghouse Osnabrück

www.ahgz.jobs



Online-ID: 051787112

Hoteleinkaufsassistent (m/w/d) Schauinsland-Reisen Duisburg

www.ahgz.jobs



Online-ID: 165607905

Küchenkraft im Nachmittagsverkauf (m/w/d) CompuGroup Medical Koblenz

www.ahgz.jobs



Online-ID: 246579639

Hausmeister/Hauswart (m/w/d) Bergmann Boardinghouse Osnabrück

www.ahgz.jobs



Online-ID: 051667933

Gastronomie-Mitarbeiter (m/w/d) ES Event-Service Niederrhein Moers

www.ahgz.jobs



Online-ID: 008393287

Koch als Sous-Chef (m/w/d) WeberHaus Rheinau, Kreis Ortenau, Baden

www.ahgz.jobs



Online-ID: 779578360

Betriebsleiter (m/w/d) L'Osteria - YM Sysgastro Bayreuth

www.ahgz.jobs



Online-ID: 051765656

Servicekraft Universitätsklinikum Frankfurt Frankfurt am Main

www.ahgz.jobs



Online-ID: 460250330

Koch (m/w/d) Klinik Bad Blankenburg Bad Blankenburg

www.ahgz.jobs



Online-ID: 915306750

Stellvertretender Betriebsleiter (m/w/d) L'Osteria - YM Sysgastro Bayreuth

www.ahgz.jobs



Online-ID: 641181094

Professur für Systemgastronomie und Wirtschaftsrecht Hochschule Heilbronn Heilbronn

www.ahgz.jobs



Online-ID: 243096990

Frühstücksservicekraft (m/w/d) Hotel Orangerie Düsseldorf

www.ahgz.jobs



Online-ID: 451119350

Koch (m/w/d) Küchenleitung Deutsches Jugendherbergswerk Landesverband Bayern Pottenstein

www.ahgz.jobs



Offene Stellen schnell und einfach besetzen

Finden Sie die richtigen Kandidaten für Ihre Stellenangebote.

Wir machen Ihre Jobs zum Branchenthema und das gesamte Internet zur Recruiting Plattform.

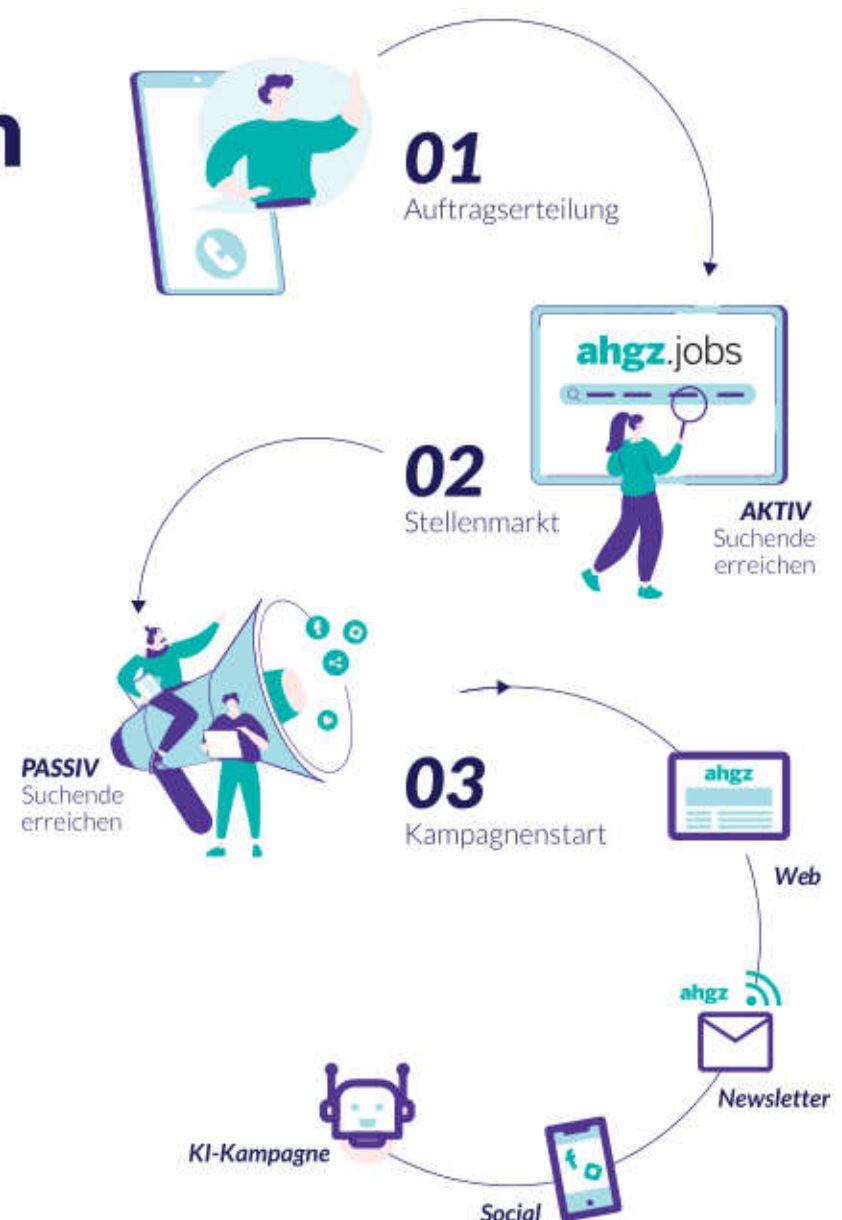
Egal, ob Fach- und Führungskräfte oder Blue Collar Jobs, durch die gezielte Ansprache auch in redaktionellen Umfeldern oder über Special Interest-Jobportale, die neue Jobkampagne steigert die Sichtbarkeit Ihrer Stellenangebote messbar. Ihr Stellenangebot für Fach- und Führungskräfte erscheint automatisch und ohne Mehrkosten nicht nur online, sondern auch in relevanten redaktionellen Newslettern der ahgz.

Mit einer vollautomatisierten KI-Kampagne identifizieren wird darüber hinaus passende Kandidat:innen für alle Ihre Jobangebote und spielen diese als Werbeanzeige auf Facebook und den Google-Display-Netzwerken aus.

Die neue Jobkampagne.
Erreichen Sie die besten Performer der Branche.

Ansprechpartnerin
Bianca Lepper
Sales Managerin

☎ 069 / 7595-3107
✉ lepper@cp.jobs





Starkes Angebot: Die Spitzenköche der Gourmet Night machen sich bereit für einen genussreichen Abend.

ÖSCHBERGHOF

Gourmet Night mit **13 Sternen**

Rund 400 Gäste erlebten im 5-Sterne-superior-Resort Öschberghof ein furioses Kulinarik-Event. Auf Einladung von 2-Sterne-Koch Manuel Ulrich vom haus-eigenen Gourmetrestaurant Ösch Noir und General Manager Michael Artner waren acht Spitzenköche nach Donaueschingen gekommen: Thomas Bühner, Jason Grom, Michael Kempf, Simon Lang, Tohru Nakamura, Christoph Rainer, Boris Rommel und Simon Tress. Dazu weitere Koryphäen ihres Fachs – darunter Bareiss-Pâtissier Stefan Leitner – sowie ausgewählte Lieferanten. Kaviar gab es reichlich und der Champagner floss in Strömen. Probiert, geschlemmt, flaniert und gefeiert wurde bis in die frühen Morgenstunden.



Gastgeber: Michael Artner, General Manager Der Öschberghof.



Voller Einsatz: Die Crew von Simon Tress an der Kochstation.



Langjähriger 3-Sternen: Thomas Bühner.



Oft bei Events dabei: Boris Rommel, Le Cerf, präsentierte Hohenloher Rindertatar.



Tohru Nakamura: Seine Jakobsmuschel war ein Hit.

Herbstlich: Ente mit Kirschessig-Jus von Simon Lang, Restaurant Sartory.



Gut aufgelegt: Simon Tress, Restaurant 1950, Hayingen-Ehestetten.



Mehr Bilder von der Gourmet Night im Öschberghof gibt es hier.



Experte für Süßes: Stefan Leitner, Bareiss.



Aus Berlin angereist: Michael Kempf, Restaurant Facil, und Crew.



Delikat: Hiramasa Kingfish von Christoph Rainer, Restaurant Ikigai.

Edle Offerte: Kaviar gab es reichlich.



Edler Schäumer: Champagner zum Auftakt und Zwischendrin.