



DEHOGA-Jahrbuch 2010

Gastronomie und Hotellerie in Deutschland

Das Präsidium des DEHOGA Bundesverbandes

Ernst Fischer

Präsident

Restaurant Rosenau
Am neuen Botanischen Garten
72076 Tübingen
Fon 07071/6 88 66
Fax 07071/6 88 6 80

Fritz G. Dreesen

Stellvertretender Präsident

Rheinhotel Dreesen/
Ringhotel Bonn
Rheinstraße 45-49, 53179 Bonn
Fon 0228/8 20-20
Fax 0228/8 20-21 53

Hermann Kröger

Stellvertretender Präsident

Krögers Hotel
Bahnhofstraße 18
26427 Esens/Nordsee
Fon 04971/30 65
Fax 04971/42 65

Axel Fischer

Stellvertretender Präsident

Varbrook 82
71372 Niederkrüchten

Rose Pauly

Schatzmeisterin

Stacklies-Veranstaltungsservice
Rissener Landstraße 54
22587 Hamburg
Fon 040/46 77 70 14

Thomas Domani

Präsidialmitglied

Gaststättenbetriebe
Kurt Lilly GmbH & Co.KG
Messezentrum, 90471 Nürnberg
Fon 0911/9 84 80 10
Fax 0911/9 84 80 29

Dr. Monika Gommolla

Präsidialmitglied

Maritim Hotelgesellschaft mbH
Herforder Straße 2
32105 Bad Salzuflen
Fon 05222/9 53-0
Fax 05222/9 53-2 77

Peter Schmid

Präsidialmitglied

Hotel Graf Eberhard
Bei den Thermen 2
72574 Bad Urach
Fon 07125/14 80
Fax 07125/82 14

Olaf Offers

Präsidialmitglied

Pullman Aachen Quellenhof
Monheimsallee 52
52062 Aachen
Fon 0241/9 13 20
Fax 0241/9 13 21 00

Guido Zöllick

Präsidialmitglied

Hotel NEPTUN
Seestraße 19
18119 Rostock-Warnemünde
Fon 0381/7 77-0
Fax 0381/5 40 23

Thomas Hirschberger

Präsidialmitglied

Sausalitos Holding GmbH
Tassiloplatz 7
81541 München
Fon 089/66 07 86 60
Fax 089/66 07 86-89

Ingrid Hartges

Hauptgeschäftsführerin

Am Weidendamm 1A
10117 Berlin
Fon 030/72 62 52-20
Fax 030/72 62 52-42

Dierk Kraushaar

Präsidialmitglied

Bendenkamp 12
40880 Ratingen

André Witschi

Präsidialmitglied

Karwendelstraße 6
85604 Pöding

Dr. Erich Kaub

Ehrenpräsident

Mauerkircher Straße 199
81925 München

Leo Imhoff

Ehrenpräsident

Freiherr-v.-Stein-Straße 209
45133 Essen
Fon 0201/2 47 04-0
Fax 0201/2 47 04-99

Jochen Koepf

Ehrenmitglied des Präsidiums

Am Engelsbach 25
53127 Bonn
Fon 0228/28 48 06
Fax 0228/9 19 51 38

Herbert Rütten

Ehrenmitglied des Präsidiums

Mittelstraße 120
53474 Bad Neuenahr-Ahrweiler
Fon 02641/2 62 10
Fax 02641/2 62 40

Helmut Otto

Ehrenmitglied des Präsidiums

Landhotel und Landgasthaus
Naafs-Häuschen, Naafshäuschen 1
53797 Lohmar-Wahlscheid
Fon 022 06/60 80
Fax 022 06/60 81 00

DEHOGA-Jahrbuch 2010

Gastronomie und Hotellerie in Deutschland



Grußwort

Der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband vertritt eine Branche, die wie kaum eine andere das Bild Deutschlands prägt. Ist die Übernachtung komfortabel und das Essen gut, fühlen sich Gäste wohl. Das gilt für Touristen wie für Geschäftsleute. Gerade für ein Exportland wie unseres mit seinen weltweit renommierten Messen kommt es auf exzellente Serviceleistungen des Hotel- und Gaststättengewerbes an. Seit die Welt bei der begeisterten Fußballweltmeisterschaft 2006 „zu Gast bei Freunden“ war, hat Deutschland touristisch weiter aufgeholt und viele neue Gäste aus dem Ausland angelockt. Aber nur mit konstant hoher Qualität werden wir sie auch auf Dauer für uns gewinnen können.

In den vergangenen Jahren haben wir als Dienstleister spürbare Fortschritte erzielt. Darüber hinaus ist es uns gelungen, die kulinarische Seite unseres Landes stärker ins Bewusstsein der in- und ausländischen Besucher zu rufen. Hotels und Gaststätten gehen dabei immer gezielter auf die Wünsche ihrer Kunden ein. Als Beispiele nenne ich nur vermehrte Angebote für Allergiker, Bio-Produkte in Gastronomie und Hotellerie oder die „fahrradfreundliche Gastronomie“. Nicht vergessen möchte ich zudem die stets wachsenden Möglichkeiten im Sportbereich.

Gastronomie und Hotellerie haben enge Berührungspunkte zu einem aktiven Verbraucherschutz. Das gilt etwa für den sensiblen Bereich der Ernährung. Aus meiner Sicht steht die Sicherheit der Lebensmittel eindeutig an vorderster Stelle. Denn Lebensmittel sind Vertrauensgüter. Damit dies so bleibt, sind effektive Kontrollsysteme unerlässlich. Dies gilt schon für die Zubereitung von Speisen. Jeder Fall von hygienischen Missständen beschädigt das Image der gesamten Branche. Darüber hinaus erwarten die Verbraucherinnen und Verbraucher schmackhafte und zunehmend regionale Lebensmittel.



Wir wollen die Menschen für saisonale und regionale Produkte begeistern und Freude an einer vielfältigen und ausgewogenen Ernährung wecken. Mit der Kampagne „Geschmackstage 2010 – Köstliches Deutschland“ im Rahmen des Nationalen Aktionsplans „IN FORM“ haben wir das gesunde Genießen in den Mittelpunkt gerückt. Sie ist ein schönes Beispiel für eine erfolgreiche Zusammenarbeit von Politik auf der einen und Wirtschaft auf der anderen Seite. Zur Erreichung unserer gemeinsamen Ziele hat der DEHOGA einen wichtigen Beitrag geleistet.

Ich wünsche Ihrem Verband auch für die Zukunft eine glückliche Hand und freue mich auf weitere gemeinsame Projekte.

Ilse Aigner
Bundesministerin für Ernährung,
Landwirtschaft und Verbraucherschutz

Vorwort

Sympathisch, gastfreundlich, leistungsstark und vielfältig – diese Attribute kennzeichnen das Gastgewerbe in Deutschland. Gastronomie und Hotellerie stehen für Genuss und Erholung, Kommunikation und Lebensfreude – aber auch für mehr als eine Million Beschäftigte sowie 100.000 Auszubildende. Die Branche ist einer der Hauptleistungsträger der deutschen Tourismusindustrie, Zugmaschine des Mittelstandes und einer der größten Jobmotoren Deutschlands, für Geringqualifizierte genauso wie für Akademiker.

Nach den schwierigen Monaten der Finanz- und Wirtschaftskrise kehrt die Reisefreudigkeit weltweit langsam zurück. Die Zahl der Übernachtungen ausländischer Gäste in Deutschland hat in den ersten neun Monaten des Jahres erfreulicherweise um elf Prozent zugelegt. Zu dieser Anziehungskraft, die unser Land ganz offensichtlich ausübt, trägt unsere Branche maßgeblich bei. Denn Gastronomen und Hoteliers sind die Gastgeber Deutschlands, Gaststätten und Hotels sind die Visitenkarte unseres Landes.

Für uns, für den DEHOGA Bundesverband, ist es eine großartige Aufgabe, die Unternehmer dieser Branche zu vertreten – Arbeitgeber, die tagtäglich Verantwortung für Mitarbeiter und Gäste übernehmen, genussvolle Momente garantieren und einen bedeutenden Beitrag für den Wirtschaftsstandort Deutschland leisten. Hoteliers und Gastronomen können ihre Betriebe nicht ins Ausland verlagern. Sie erbringen ihre Leistung in Deutschland, zahlen hier ihre Steuern und schaffen hier Arbeits- und Ausbildungsplätze. Wir machen uns deshalb ganz besonders dafür stark, dass die politischen Rahmenbedingungen für die Branche verbessert werden.

Die Arbeit im politischen Umfeld ist nicht immer einfach, das hat uns dieses Jahr einmal mehr gezeigt. Mit großen Erwartungen war die Branche ins Jahr 2010 gestartet – nicht zuletzt aufgrund des Koalitionsvertrages und des Wachstums-

beschleunigungsgesetzes. Nicht alle Erwartungen wurden erfüllt, auch wenn der seit 1. Januar reduzierte Mehrwertsteuersatz für Übernachtungen ein Erfolg war. Nun sind endlich auch spürbare Entlastungen für die Gastronomie gefragt. Dazu zählt natürlich die Beseitigung der Wettbewerbsnachteile gegenüber Bäckern, Metzgern und dem Lebensmittel Einzelhandel, die die unterschiedlichen Mehrwertsteuersätze mit sich bringen. Wir setzen uns aber auch weiterhin dafür ein, dass es keine weiteren Kostensteigerungen beispielsweise durch unverhältnismäßige Ansprüche der Verwertungsgesellschaften gibt. Deutlich „Nein“ sagen wir auch zu diffamierenden Anprangerungen durch „schwarze Listen“ im Internet oder überbordende Bürokratie, wie sie eine verpflichtende Kennzeichnung loser Lebensmittel mit sich bringen würde.

Ziel der Arbeit des DEHOGA ist es, die politischen Entscheider für die berechtigten Anliegen des Gastgewerbes zu sensibilisieren. Dabei sind Bundesverband und Landesverbände gleichermaßen gefordert, wie z.B. die aktuelle Diskussion um Bettensteuern zeigt. Auch hier bleiben wir für die Gastgeber am Ball und werden alles dafür tun, dass das Thema Bettensteuer in allen Städten möglichst schnell und ein für alle mal ad acta gelegt wird. Doch das ist längst nicht alles: Insgesamt mehr als 30 Branchenbrennpunkte stehen derzeit auf der Agenda des DEHOGA. Was der DEHOGA Bundesverband, seine Landes- und Fachverbände sowie Fachabteilungen in den vergangenen zwölf Monaten konkret bewegt haben, erfahren Sie im vorliegenden DEHOGA-Jahrbuch.

Wer sonst als der DEHOGA kämpft für Entlastungen, mehr unternehmerische Handlungsspielräume und eine Verbesserung der politischen Rahmenbedingungen für Gastronomen und Hoteliers? Dieser Aufgabe werden wir auch im nächsten Jahr mit viel Engagement und Herzblut nachkommen.

Wir wünschen Ihnen eine anregende Lektüre und laden Sie herzlich ein, mitzutun!



Ernst Fischer
Präsident des DEHOGA Bundesverbandes



Ingrid Hartges
Hauptgeschäftsführerin des DEHOGA Bundesverbandes



Ernst Fischer



Ingrid Hartges

Inhalt

1 DEHOGA – Sprachrohr der Branche	6
1.1 Der DEHOGA und die Politik	6
1.2 Der DEHOGA und die Medien	8
1.3 Der DEHOGA und die Branche	9
1.4 Der DEHOGA und die Gesellschaft	14
2 Markt und Konjunktur	16
2.1 Wirtschaftliche Lage des Gastgewerbes	16
2.2 Entwicklungen in der Systemgastronomie	23
2.3 Entwicklungen in der Gemeinschaftsgastronomie	25
3 Branchenthemen	26
3.1 Mehrwertsteuer	26
3.2 Steuerreformen	31
3.3 Arbeitsmarkt- und Tarifpolitik	33
3.4 Berufsbildung	37
3.5 Urheberrecht und Rundfunkgebühren	46
3.6 Umweltschutz und Nachhaltigkeit	50
4 Fokus Hotellerie	52
4.1 Klassifizierungen	52
4.2 STR Global HotelBenchmark Survey	56
4.3 Deutscher Hotelführer	57
5 Fokus Gastronomie	58
5.1 Beirat Gastronomie	58
5.2 Alkoholpolitik und Jugendschutz	59
5.3 Rauchverbote	61
5.4 Lebensmittelkennzeichnung und -hygiene	62
5.5 Bio-Zertifizierung	64
5.6 Gaststättenrecht	65
6 Aus unseren Fachabteilungen	66
6.1 Fachabteilung Systemgastronomie	66
6.2 Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie	72
6.3 Fachabteilung Bahnhofsgastronomie	74
6.4 Fachabteilung Discotheken	77

7	Initiativkreis Gastgewerbe	80
8	Aus unseren Fachverbänden	84
8.1	Hotelverband Deutschland (IHA)	84
8.2	UNIPAS – Union der Pächter von Autobahn-Service-Betrieben	88
8.3	Verband der Internationalen Caterer in Deutschland (V.I.C.)	89
9	Aus den DEHOGA-Landesverbänden	90
9.1	Baden-Württemberg	90
9.2	Bayern	92
9.3	Berlin	94
9.4	Brandenburg	96
9.5	Bremen	98
9.6	Hamburg	100
9.7	Hessen	102
9.8	Lippe	104
9.9	Mecklenburg-Vorpommern	106
9.10	Niedersachsen	108
9.11	Nordrhein-Westfalen	109
9.12	Rheinland-Pfalz	111
9.13	Saarland	113
9.14	Sachsen	114
9.15	Sachsen-Anhalt	116
9.16	Schleswig-Holstein	118
9.17	Thüringen	120
10	Netzwerke	122
10.1	HOTREC	122
10.2	Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW)	123
10.3	Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT)	124
10.4	Arbeitsgemeinschaft Mittelstand	125
10.5	hoga Unternehmensversorgung	126
10.6	Haftpflichtkasse Darmstadt	127
11	INTERHOGA und DEHOGA-Shop	128
	Ihre Ansprechpartner in der DEHOGA-Hauptgeschäftsstelle in Berlin	130
	Impressum	132

DEHOGA – Sprachrohr der Branche

1.1 Der DEHOGA und die Politik

Lobbyarbeit ist unser Kerngeschäft

Hotellerie und Gastronomie – das ist Lebensfreude, Urlaub vom Alltag und herzliche Gastlichkeit. Mit über einer Million Beschäftigten und 100.000 Auszubildenden in 240.000 Betrieben, die einen Jahresnettoumsatz von 58 Milliarden Euro erwirtschaften, sind sie zudem das Rückgrat der heimischen Tourismuswirtschaft.

Im DEHOGA Bundesverband sind 17 Landesverbände, drei Fachverbände – der Hotelverband Deutschland (IHA), die UNIPAS (Union der Pächter von Autobahn-Service-Betrieben) und der V.I.C. (Verband der Internationalen Caterer in Deutschland) – sowie die vier Fachabteilungen Systemgastronomie, Gemeinschaftsgastronomie, Bahnhofsgastronomie und Discotheken/Bundesverband deutscher Discotheken und Tanzbetriebe (BDT) zusammengeschlossen. Die föderale Struktur des Verbandes gewährleistet eine optimale Interessenvertretung, da so auf regionale Problemstellungen schnell und effektiv eingegangen werden kann.

Als Anwalt und Sprachrohr dieser Branche verschafft der DEHOGA den Unternehmen Gehör und bringt über Stellungnahmen und Reden, über Broschüren und persönliche Gespräche die berechtigten Interessen der Gastronomen und Hoteliers in die politische Diskussion ein. Der DEHOGA ist gefordert, wenn es darum geht,



Im Gespräch mit der Bundespolitik: DEHOGA-Präsident Ernst Fischer (r.) und DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges diskutieren während des Parlamentarischen Abends der Arbeitsgemeinschaft Mittelstand am 20. Mai 2010 mit Bundesumweltminister Norbert Röttgen.

die politischen Entscheider für die Anliegen der Gastronomen und Hoteliers zu sensibilisieren und ihnen die Folgen ihres Tuns aufzuzeigen. Lobbyarbeit ist unser Kerngeschäft – und unsere Verantwortung.

Politische Kommunikation

Ein bewährtes Forum für den fachlichen Austausch zwischen der Politik und dem DEHOGA Bundesverband als Vertreter der Wirtschaft ist das Parlamentarische Frühstück. So lud der Verband am 1. Dezember 2009 sowie am 2. März 2010 zum DEHOGA-Frühstück in das Kempinski Hotel Adlon Berlin ein und verließ den Forderungen der Branche Nachdruck im persönlichen Gespräch. Der DEHOGA nutzte diese Möglichkeit für den Dialog mit der Bundesregierung und den Mitgliedern des Deutschen Bundestages – insbesondere



Gedankenaustausch zwischen Politik und Tourismus: DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges, BTW-Präsident Klaus Laepple (M.) und der Regierende Bürgermeister von Berlin Klaus Wowereit beim BTW-Tourismuspokal 2010.



Starke Kämpfer für den Tourismus in Deutschland: DEHOGA-Präsident Ernst Fischer (l.) und Ernst Burgbacher, Parlamentarischer Staatssekretär beim Bundesminister für Wirtschaft und Technologie und Beauftragter der Bundesregierung für Mittelstand und Tourismus.

aus den Ausschüssen Tourismus, Wirtschaft und Technologie, Arbeit und Soziales sowie Finanzen.

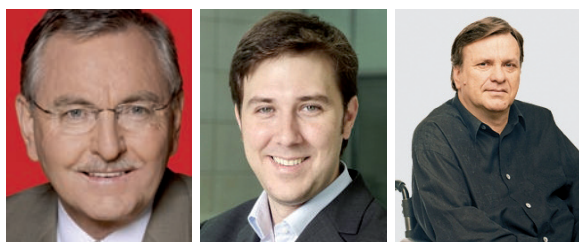
Die Bedeutung der Wachstumsbranche Tourismus in der Politik spiegelt sich in der Arbeit des Ausschusses für Tourismus wider, mit dessen Mitgliedern der DEHOGA einen engen und konstruktiven Austausch pflegt. Den Vorsitz des Ausschusses hat Klaus Brähmig (CDU/CSU). Sprecher der Fraktionen sind Marlene Mortler für die CDU/CSU, Horst Meierhofer für die FDP, Hans-Joachim Hacker für die SPD, Markus Tressel für Bündnis 90/Die Grünen und Dr. Ilja Seifert für DIE LINKE.



Klaus Brähmig

Marlene Mortler

Horst Meierhofer



Hans-J. Hacker

Markus Tressel

Dr. Ilja Seifert

Die Förderung des Deutschlandtourismus ist auch Kernanliegen von Ernst Burgbacher, Parlamentarischer Staatssekretär beim Bundesminister für Wirtschaft und Technologie und Beauftragter der Bundesregierung für Mittelstand und Tourismus. Auch mit ihm und dem Wirtschaftsministerium steht der DEHOGA in regelmäßigem intensiven Kontakt.

Nur ein Verband, der von der Kreis- über die Landes- bis hin zur Bundesebene mit einer Stimme spricht, kann etwas bewegen und seinen Mitgliedern mit vollem Engagement zur Seite stehen. Um das zu gewährleisten, wurden die DEHOGA-Standpunkte entwickelt. Auf jeweils maximal zwei Seiten geben diese Standpunkte einen Überblick über die Positionen des DEHOGA zu politischen,

rechtlichen und gesellschaftlichen Brennpunkthemen. Die DEHOGA-Standpunkte haben sich in den zwei Jahren seit ihrer Einführung im Jahr 2008 zu einem unverzichtbaren politischen Kommunikationsinstrument des Verbandes entwickelt. Im Oktober 2010 liegen aktuelle Standpunkte zu insgesamt 33 Branchenthemen vor:

- | | |
|--|-------------------------------------|
| 1. Alkoholpolitik | 17. Lebensmittelkontrollen |
| 2. Arbeitsrecht | 18. Lohnzusatzkosten |
| 3. Ausbildung | 19. Mehrwertsteuer Gastronomie |
| 4. Bagatelsteuern | 20. Mehrwertsteuer Hotellerie |
| 5. Bettensteuer/
Kulturförderabgabe | 21. Mindestlohn |
| 6. Bewirtungskosten | 22. Minijobs |
| 7. Bürokratieabbau | 23. Ökosteuern |
| 8. Erbschaftsteuer | 24. Qualitätsmanagement-
Systeme |
| 9. Fachkräftesicherung | 25. Rundfunkgebühren |
| 10. Feinstaubverordnung
und Umweltzonen | 26. Schallpegelbegrenzung |
| 11. Gaststättenrecht | 27. Schwarzarbeit |
| 12. HACCP | 28. Sperrzeiten |
| 13. Jugendarbeitsschutz | 29. Steuerfreie Zuschläge |
| 14. Jugendschutz | 30. Umweltschutz |
| 15. Künstlersozialabgabe | 31. Unternehmensteuerreform |
| 16. Lebensmittelkennzeichnung | 32. Urheberrecht I, II, III |
| | 33. Verbraucherinformationsgesetz |



Netzwerke

Für eine effektive Verbandsarbeit ist das richtige Netzwerk unerlässlich. Wer in einer Demokratie etwas erreichen will, muss Mehrheiten bilden. Deshalb ist der DEHOGA Bundesverband u.a. Mitglied im europäischen Dachverband des Gastgewerbes HOTREC, in der Deutschen Zentrale für Tourismus DZT, im Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft BTW, in der Arbeitsgemeinschaft Mittelstand, im Gemeinschaftsausschuss der Deutschen Gewerblichen Wirtschaft, in der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände BDA und über den BTW auch im Bundesverband der Deutschen Industrie BDI (*mehr dazu im Kapitel 10*).

1.2 Der DEHOGA und die Medien

Eine professionelle und zielgerichtete Pressearbeit flankiert die Lobbyarbeit des DEHOGA. Mit mehr als 80 Pressemitteilungen wurden die Forderungen und Interessen der Branche in die Öffentlichkeit getragen. Neben der klassischen Pressemitteilung bedient sich der DEHOGA verschiedenster Instrumente, um die Anliegen aufzubereiten. Zahlreiche Statements, Interviews und Hintergrundgespräche klärten über Brennpunkthemen des Gastgewerbes auf und umfassten insbesondere folgende Bereiche:

- Analyse und Kommentierung der wirtschaftlichen Entwicklung der Branche
- Positionierung zu Gesetzesinitiativen und öffentlichen Debatten – Schwerpunkthemen 2010: Mehrwertsteuer, Bettensteuer, Rundfunk-



Die Journalisten der Hauptstadt zeigen auf der DEHOGA-Jahrespressekonferenz am 1. Juni 2010 in Berlin großes Interesse an der Lage der Branche und den Ergebnissen der Mehrwertsteuerumfrage.



Ingrid Hartges, Hauptgeschäftsführerin des DEHOGA Bundesverbandes, bezieht am 11. Januar 2010 im WISO-Interview Stellung zum Thema Mehrwertsteuersenkung.



DEHOGA-Pressesprecherin Stefanie Heckel am 1. Januar 2010 auf N24 über die Erwartungen der Branche an das neue Jahr.



Die Hotelsterne – eines der DEHOGA-Topthemen in den Medien. Hier im Sat.1-Magazin am 1. Oktober 2010.

gebühren und Urheberrecht, Verbraucherinformation und Ausbildung.

- Informationen zu Initiativen, Produkten und Dienstleistungen des DEHOGA



DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges und DEHOGA-Präsident Ernst Fischer stehen den Journalisten Rede und Antwort.

Am 1. Juni 2010 organisierte der Bundesverband die Jahrespressekonferenz des DEHOGA in Berlin und stellte die ersten Ergebnisse der verbandseigenen Umfrage zu den Auswirkungen der Mehrwertsteuersenkung für Beherbergungsleistungen vor. Darüber hinaus übergab der DEHOGA den zahlreichen Journalisten den Branchenbericht „Gastgewerbe Winter 2009/2010 – Ausblick Sommer 2010“ und erklärte die aktuellen Forderungen der Branche an die Politik.

In Hunderten von Statements, Namensbeiträgen und Interviews, die in Presse, Funk und Fernsehen veröffentlicht wurden, hat sich der DEHOGA in der Öffentlichkeit positioniert. Das erwartungsgemäß größte Echo in den überregionalen wie regionalen Medien erreichten die Statements zur reduzierten Mehrwertsteuer im Beherbergungsgewerbe sowie zur kommunalen Bettensteuer. In der medialen Berichterstattung noch größeren Zuspruch als in den Vorjahren fanden darüber hinaus Aussagen des DEHOGA zu Trends, Perspektiven und Marktstrategien von Hotellerie und Gastronomie, Informationen zur Deutschen Hotelklassifizierung sowie Erklärungen zur konjunkturellen Lage der Branche.

1.3 Der DEHOGA und die Branche

Delegiertenversammlung und Festakt „60 Jahre DEHOGA“

Das Jahr 2009 hatte viele Jubiläen zu bieten: 60 Jahre Bundesrepublik Deutschland, 20 Jahre Mauerfall – und auch der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband, der am 6. Dezember 1949 in Frankfurt am Main gegründet wurde, feierte Geburtstag. Sechs Jahrzehnte DEHOGA – das sind 60 Jahre Gemeinschaft der Gastlichkeit, 60 Jahre Einsatz für bessere wirtschaftspolitische und rechtliche Rahmenbedingungen, 60 Jahre Engagement für mehr Anerkennung für Hotellerie und Gastronomie in Deutschland.

Anlass genug für die Herausgabe eines Jubiläumsmagazins zu den Meilensteinen des Verbandslebens mit Geschichten von Wegweisern und Wegbegleitern, von Meinungsmachern, Mitstreitern und Partnern des DEHOGA aus sechs Jahr-



zehnten. Das 120-seitige DEHOGA-Magazin erschien in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Fachverlag und dem Matthaes-Verlag.

Zudem beging der DEHOGA Bundesverband seinen 60. Geburtstag mit einem Festakt, zu dem sich die Delegierten des Verbandes, die Mitglieder des Initiativkreises Gastgewerbe sowie zahlreiche Gäste aus Politik und Wirtschaft am 24. November 2009 im Hotel InterContinental Berlin trafen.

DEHOGA-Präsident Ernst Fischer gab einen Überblick über die Erfolge der Vergangenheit und sprach über die politischen Herausforderungen der Gegenwart und Zukunft.

Ernst Burgbacher, Parlamentarischer Staatssekretär beim Bundesminister für Wirtschaft und Technologie und Beauftragter der Bundesregierung für Mittelstand und Tourismus, gratulierte dem DEHOGA Bundesverband und versprach den gastgewerblichen Unternehmern seine Unterstützung bei der Forderung nach fairen und gerechten Wettbewerbsbedingungen.

Auch Festredner Ernst Hinsken, Mitglied des Bundestages und seit jeher engagierter Kämpfer für den Tourismusstandort Deutschland, überbrachte dem DEHOGA seine Glückwünsche und hob die Bedeutung der Tourismuswirtschaft als Wachstumsträger und Jobmotor hervor.



© axentis.de



© axentis.de



© axentis.de

Ein besonderes Highlight des Festaktes war die Ehrung des DEHOGA-Gründungsmitglieds Heinz Zeller Mayer. Der 1915 geborene Berliner wurde für sein Lebenswerk – für seine herausragende unternehmerische wie verbandliche Arbeit und seine großartigen Verdienste um die Branche – mit dem Goldenen Becher ausgezeichnet und darf-

te sich über Standing Ovations freuen. Darüber hinaus wurde Jochen Koepf für sein 40-jähriges ehrenamtliches Engagement im DEHOGA-Präsidium geehrt. Am Vortag, am 23. November 2009, fand die Delegiertenversammlung des DEHOGA statt, ebenfalls im Hotel InterContinental. Hier wurden die Weichen für eine weiterhin erfolgreiche Ver-



© axentis.de

Gemeinsam für eine erfolgreiche Zukunft der Branche: Die Delegierten des DEHOGA Bundesverbandes sowie zahlreiche Gäste aus Politik und Wirtschaft am 24. November 2009 beim Festakt „60 Jahre DEHOGA“ im Hotel InterContinental Berlin.



© axentis.de

Ein Leben für Gastronomie und Hotellerie: Heinz Zeller Mayer (M.) bekommt im Beisein seiner Gattin beim Festakt zum 60. Jubiläum des DEHOGA den Ehrenpreis des Verbandes, den Goldenen Becher, von DEHOGA-Präsident Ernst Fischer und DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges überreicht.



© axentis.de

Vier Jahrzehnte herausragendes Engagement für den DEHOGA: DEHOGA-Präsident Ernst Fischer (l.) und DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges (r.) danken Jochen Koepf und seiner Gattin für seinen Einsatz für die Branche.



© axentis.de

Branchentreff in Berlin: Der Vorsitzende der DEHOGA-Fachabteilung Systemgastronomie Thomas Hirschberger (r.) und Sandra Warden, Geschäftsführerin der Fachabteilung, mit Manuel Mataré, Projektleiter der Messe hogatec.



© axentis.de

Gastronomie trifft Hotellerie: Der stellvertretende DEHOGA-Präsident Axel Fischer (r.) von der Bayer Gastronomie im Gespräch mit den DEHOGA-Präsidiumsmitgliedern Dr. Monika Gommolla von der Maritim Hotelgesellschaft, Fritz G. Dreesen (2.v.r.) vom Rheinhotel Dreesen und Olaf Offers vom Pullman Aachen Quellenhof.



© axentis.de

Gratulieren dem DEHOGA zum 60. Geburtstag: Dr. Claus Stauder (2.v.l.), Vorsitzender des Initiativkreises Gastgeber, mit seinem Sohn Dr. Thomas Stauder (l.) von der Privatbrauerei Jacob Stauder, Peter Schmid (2.v.r.), Präsident des DEHOGA Baden-Württemberg, und der ehemalige DEHOGA-Hauptgeschäftsführer RA Christian Ehlers.

bandsarbeit gestellt. Neben einem intensiven Austausch zu den Brennpunktthemen der Branche und diversen Beschlüssen standen bei der Delegiertenversammlung die Einführung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes für Übernachtungen und die Forderung nach Senkung der Mehrwertsteuer für die Gastronomie ganz oben auf dem Tagungsprogramm. Dazu verfassten die Delegierten eine Resolution. Auf Antrag des Präsidiums wählte die Delegiertenversammlung DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges als Geschäftsführendes Präsidiumsmitglied in das Gremium.

Jahrestreffen der deutschsprachigen Hotellerie- und Gastronomieverbände

Beim Jahrestreffen der deutschsprachigen Hotellerie- und Gastronomieverbände vom 13. bis zum 15. Juni 2010 auf der Nordseeinsel Sylt rückten die Verbandsvertreter Direktbuchungen in den Fokus. Als Gastgeber des diesjährigen Treffens fungierten der DEHOGA Bundesverband und der Hotelverband



Einsatz für Hotellerie und Gastronomie: Die Spitzenvertreter der deutschsprachigen Hotellerie- und Gastronomieverbände bei ihrem Jahrestreffen vom 13. bis 15. Juni 2010 auf Sylt.

Deutschland (IHA). Sie tauschten sich mit den Spitzenvertretern der Verbände aus Liechtenstein, Österreich, der Schweiz und Südtirol zu den Schwerpunktthemen ihrer Verbandsaktivitäten aus.

Im Zentrum der Diskussionen standen neben den Auswirkungen der Wirtschaftskrise für das Gastgewerbe die Schwerpunktthemen Mehrwertsteuer, Alkoholpolitik, Finanzierungsfragen und Vertrieb. Die Hotellerie- und Gastronomievertreter warnten vor weiteren Reglementierungen und Belastungen für die Branche. Kommunalen Bettensteuern, neuen Werbeverboten und zusätzlichen Beschränkungen bei der verantwortlichen Abgabe von Alkohol

und Verschärfungen beim Nichtraucherschutz zu Lasten der Betriebe erteilten sie eine klare Absage. Das einmal jährlich stattfindende Treffen der deutschsprachigen Hotellerie- und Gastronomieverbände ist seit über zehn Jahren eine wichtige Plattform, um aktuelle branchenrelevante Fragestellungen und Strategien zu diskutieren.

hogatec 2010

Seit Jahren ist das Engagement des DEHOGA sowohl auf der Düsseldorfer Technik- und Design-Fachmesse hogatec als auch auf der weltgrößten Lebensmittelmesse Anuga in Köln von Erfolg geprägt. Jeweils im Wechsel öffnen die Messen alle zwei Jahre im Herbst der gastronomischen Fachwelt ihre Pforten. Vom 12. bis 15. September war die hogatec 2010 wieder Lust- und Pflichttermin im Veranstaltungskalender der Branche. Die Technik- und Designmesse bot kreative Produkt- und Servicelösungen für Hoteliers und Gastronomen und war wichtige Kontaktbörse für die Entscheider des Gastgewerbes.

Zusammen mit der Messe Düsseldorf und dem DEHOGA NRW präsentierte sich der DEHOGA Bundesverband auch in diesem Jahr mit einem Gemeinschaftsstand auf der hogatec und bot einen Überblick über das vielfältige Dienstleistungsangebot des Verbandes. Das offen gestaltete Design der von der Firma Hörstke konzipierten und gestalteten DEHOGA-Lounge lud zum Verweilen ein und machte den Messestand vom ersten Tag an zur beliebten Kommunikationsplattform.

Großer Andrang in der DEHOGA-Lounge. Der Messestand überzeugt durch klare Linien und ein offenes Design.



Impressionen von der DEHOGA-Lounge auf der hogatec 2010



Gipfeltreffen der Gastro-Szene: DEHOGA-Präsident Ernst Fischer (r.) und DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges mit Schauspieler und Weinbergsbesitzer Gérard Depardieu, der am Metro-Stand seinen Wein präsentierte.



Die Kommunikationsplattform auf der hogatec 2010 – der Gemeinschaftsstand des DEHOGA Bundesverbandes und des DEHOGA NRW: Dierk Kraushaar, Mitglied im Präsidium des Bundesverbandes, mit Olaf Offers, Präsident des DEHOGA NRW, und Hermann Große Holtforth, Ehrenvorsitzender des Competence Centrum Gastgewerbe, dem Förderkreis im DEHOGA Nordrhein (v.l.).



DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges begrüßt Albert Darboven (M.) sowie vom Deutschen Fachverlag Andreas Lorch (r.), Hauptgesellschafter, Klaus Kottmeier (2.v.r.), Vorsitzender des Aufsichtsrats, und Sönke Reimers, Geschäftsführer, in der DEHOGA-Lounge.





Die Landespolitik zu Gast beim DEHOGA: Barbara Steffens (l.), NRW-Ministerin für Gesundheit, Emanzipation, Pflege und Alter, stellt sich im Gespräch mit der bekannten WDR-Moderatorin Beate Kowolik den Fragen der Branche.



DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges sensibilisiert für die Belange der Gastronomen und Hoteliers.



Hauptgeschäftsführer des DEHOGA NRW Klaus Hübenthal fordert die Beibehaltung des Nichtraucherschutzgesetzes in seiner jetzigen Form.

Die Besucher konnten sich neben einem aktuellen Marktüberblick und Informationen zur Branche auf ein attraktives Rahmenprogramm freuen. Schon am ersten Messetag war die hohe Landespolitik zu Gast in der DEHOGA-Lounge. Beim Frühstück am 12. Oktober 2010 stellte sich Barbara Steffens, Ministerin für Gesundheit, Emanzipation, Pflege und Alter des Landes Nordrhein-Westfalen, den brennenden Fragen der Branche und diskutierte mit Ingrid Hartges, Hauptgeschäftsführerin des DEHOGA Bundesverbandes, und Klaus Hübenthal, Hauptgeschäftsführer des DEHOGA



Für die Branche auf der hogatec 2010 im Einsatz: Pressesprecherin des DEHOGA Bundesverbandes Stefanie Heckel und Pressesprecher des DEHOGA NRW Thorsten Hellwig.



Gelebte Partnerschaft: DEHOGA-Präsident Ernst Fischer (r.) und Messe Düsseldorf-Chef Werner M. Dornscheidt beim Forum Systemgastronomie in Düsseldorf.

NRW, unter anderem die Themen Nichtraucherschutz in der nordrhein-westfälischen Gastronomie und Bettensteuer. Durch die Veranstaltung führte die bekannte WDR-Moderatorin Beate Kowolik.

Ein weiteres Highlight der hogatec 2010 war am 14. September das Forum Systemgastronomie des Initiativkreises Gastgewerbe im DEHOGA Bundesverband (*mehr dazu im Kapitel 6.1*).

Publikationen

Eine der zentralen Aufgaben des DEHOGA ist es, seinen Mitgliedern unternehmensbezogene Dienstleistungen anzubieten. Aktuelle Entwicklungen und komplexe Sachverhalte zum Recht- und Steuerwesen, zur Arbeitsmarkt- und Tarifpolitik oder zur Ausbildung werden schnell und umfassend aufbereitet und über Newsletter und Hintergrundpapiere den Landesverbänden und damit den Mitgliedern zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus gibt der DEHOGA diverse Informations- und Imagebroschüren zur Förderung des Ansehens der Branche heraus.



Große Nachfrage erzeugt stets das aktuelle Jahrbuch des DEHOGA Bundesverbandes, das allen Interessierten einen Überblick über das vergangene Verbandsjahr liefert und Wissenswertes zu den Aufgaben und Zielen des DEHOGA bereithält. Im Berichtszeitraum neu aufgelegt wurden die Broschüren „Systemgastronomie in Deutschland 2010“ (mehr dazu im Kapitel 6.1) sowie „Ausbildung und Karrierechancen in Hotellerie und Gastronomie“ (mehr dazu im Kapitel 3.4). Einen anschaulichen Überblick über die wichtigsten Kennzahlen von Hotellerie und Gastronomie, die zentralen politischen Forderungen und Erfolge des DEHOGA sowie die Vorteile der DEHOGA-Mitgliedschaft gibt der neue Daten- und Fakten-Flyer des DEHOGA Bundesverbandes im handlichen Taschenformat.



In der vierteljährlich veröffentlichten Publikation „Das Gastgewerbe im Zahlenspiegel“ wertet der DEHOGA Bundesverband wirtschaftliche Daten und Fakten der Branche aus und bereitet sie in einer daraus resultierenden Zusammenstellung auf. Neben dem Zahlenspiegel ist der halbjährlich erscheinende DEHOGA-Branchenbericht eine weitere detaillierte Informationsquelle für die wirtschaftliche Entwicklung in Hotellerie und Gastronomie. Darüber hinaus gibt der DEHOGA Bundesverband für seine Mitglieder den DEHOGA compact-Newsletter mit Berichten über aktuelle Initiativen und Aktionen des DEHOGA, über Gesetzesänderungen und mit wertvollen Hilfestellungen für den unternehmerischen Alltag heraus.

Eine große Bandbreite gastgewerblicher Fachliteratur bietet der DEHOGA Shop. Vom Betriebsvergleich für das Gastgewerbe über die Checkliste für Existenzgründer und „Die Leitlinie für eine gute Hygienepraxis“ bis zum Verkaufsschlager „Werberesepte“ hält der DEHOGA Shop alles Wissenswerte bereit und hat sich so zu einem der führenden gewerblichen Fachverlage entwickelt (mehr dazu im Kapitel 11).

Anzeigen

Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des DEHOGA Bundesverbandes wird unterstützt durch effektive Anzeigenkampagnen. Meist in Kooperation mit dem Initiativkreis Gastgewerbe wurden in der

Fachpresse ganzseitige Anzeigen geschaltet, um auf bevorstehende Veranstaltungen und Messeauftritte hinzuweisen oder bei außergewöhnlichen Leistungen oder Jubiläen zu gratulieren.

Online-Kommunikation

Fester Bestandteil der Kommunikation ist der Internetauftritt www.dehoga.de. Der Nutzer erhält hier umfangreiche und detaillierte Informationen zu den politischen Brennpunkthemen der Branche, kann Pressemitteilungen, Daten, Fakten und Veranstaltungshinweise sowie Publikationen abrufen und erfährt alles Wissenswerte zur heimischen Hotellerie und Gastronomie.

1.4 Der DEHOGA und die Gesellschaft

Der DEHOGA Bundesverband versteht sich nicht nur als Interessenvertreter der Hoteliers und Gastronomen in Deutschland, sondern auch als aktiver Mitgestalter der Gesellschaft. Vor diesem Hintergrund hat der DEHOGA im Berichtszeitraum vielfältigste Aktionen und Kampagnen initiiert, unterstützt und begleitet:

Bundeswettbewerb „Historische Wirtshäuser in Deutschland“

Historische Wirtshäuser in Deutschland stehen für Tradition, Atmosphäre und gute Küche. Die 40 schönsten davon wählte im Dezember 2009 eine Jury, unter anderem bestehend aus Denkmalpflegern und Gastronomen, aus insgesamt 415 Bewerbungen aus allen Bundesländern.



Gemeinsam mit dem Bund Heimat und Umwelt (BHU) hatte der DEHOGA den Bundeswettbewerb „Historische Wirtshäuser in Deutschland“ ausgerufen, um die beeindruckende gastronomische, kulturelle und bauhistorische Vielfalt Deutschlands aufzuzeigen. Die schönsten Wirtshäuser sollen im Internet ausführlich vorgestellt werden (mehr dazu auf der Homepage unter www.bhu.de).



Gute Gastgeber für Allergiker

Ein unbeschwerter Restaurantbesuch, sich ein Gericht aus der Speisekarte auswählen, sich einfach verwöhnen lassen – das, was für viele Menschen selbstverständlich ist, kann für Menschen mit einer Lebensmittelallergie oder -unverträglichkeit zu einem echten Problem werden. Mit der Broschüre „Gute Gastgeber für Allergiker“, die in Kooperation mit dem Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) und dem Deutschen Allergie- und Asthmabund (DAAB) entwickelt wurde, möchte der DEHOGA seinen Beitrag dazu leisten, dass sich Gäste mit Allergien in Restaurants und Hotels wohlfühlen und unbeschwert genießen können. Teil des vom Bundesverbraucherministeriums geförderten Aktionsplans sind darüber hinaus die vom DAAB entwickelten Restaurantkarten „Eine Bitte an den Koch“.



Geschmackstage 2010

Eine Woche Genuss und Geselligkeit, voller Geschmacks- und Ernährungsbildung – das war das erklärte Ziel des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV), als es im Jahr 2008 gemeinsam mit dem Sternekoch Johann Lafer in Lüneburg die ersten „Geschmackstage“ initiierte. Nach dem mehr als erfolgreichen Start und der Fortführung 2009 in Brandenburg fanden die diesjährigen Geschmack-



stage vom 3. bis zum 9. Oktober im gesamten Bundesgebiet statt. Als offizieller Kooperationspartner der Geschmackstage 2010 stand der DEHOGA allen Interessierten unterstützend zur Seite und sorgte durch zahlreiche Veröffentlichungen für eine breite Außenwirkung.

ARD-Themenwoche

Die ARD-Themenwoche vom 25. bis 29. Oktober 2010 stand ganz unter dem Motto: „Essen ist Leben“. Viele Betriebsrestaurants beteiligten sich mit der Unterstützung des DEHOGA gemeinsam mit der ARD an der Aktionswoche. Eine ganze Woche lang boten die teilnehmenden Restaurants täglich ein besonderes Gericht an – zubereitet nach Rezepten der Fernsehköche Andreas Geitl, Christian Henze, Tim Mälzer und Vincent Klink.



Wild auf Wild

Heimisches Wildbret ist ein wahres Premiumprodukt im Lebensmittelangebot. Unter dem Motto „Wild auf Wild“ wird seit dem letzten Jahr die Aufmerksamkeit der Verbraucher auf diese Spezialität gelenkt. Die vom DEHOGA unterstützte Initiative des Deutschen Jagdschutzverbandes (DJV) zur Vermarktung von heimischem Wildbret soll Betriebe motivieren, sich mit saisonalen und frischen Angeboten noch deutlicher zu positionieren und ihrem Restaurant ein deutlicheres Profil zu geben (*mehr dazu auf der Homepage www.wild-auf-wild.de*).



Darüber hinaus entwickeln die 17 Landes- und über 600 Orts-, Kreis- und Bezirksverbände des DEHOGA eine Vielzahl weiterer regionaler Initiativen zum Beispiel zur Nachwuchsförderung oder Marketingaktionen zur Förderung der einheimischen Spezialitätenküche (*mehr dazu im Kapitel 9*).

Zusammen mit seinen Landesverbänden und Klassifizierungsgesellschaften vor Ort ist der DEHOGA Bundesverband zudem für die Kriterien und die Vergabe der Hotelsterne in Deutschland verantwortlich (*mehr dazu im Kapitel 4*).

Wirtschaftliche Lage des Gastgewerbes

Massive Umsatzverluste in Hotellerie und Gastronomie im Jahr 2009

Die deutsche Wirtschaft ist im Jahr 2009 zum ersten Mal seit Jahren geschrumpft. Der Rückgang des preisbereinigten Bruttoinlandsprodukts war mit fünf Prozent so stark wie noch nie in der Nachkriegszeit. In Folge der weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise haben auch die Hotels, Restaurants, Kantinen und Caterer den stärksten Umsatzeinbruch seit sechs Jahren erlitten. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes setzte die Branche im Vergleich zum Vorjahr nominal 4,1 Prozent und real (preisbereinigt) 6,1 Prozent weniger um.

Hotellerie

Besonders betroffen von der Wirtschaftsflaute war das Beherbergungsgewerbe. Nach Angaben der Welttourismusorganisation (UNWTO) ist die Zahl der Gästeankünfte im Jahr 2009 weltweit um vier Prozent gesunken. Aufgrund der Budgetkürzungen der Unternehmen gab es vor allem einen Einbruch bei den geschäftlich veranlassten Reisen und dem Tagungsgeschäft. In Deutschland ging 2009 die Zahl der Übernachtungen in der Hotellerie um 1,5 Prozent zurück. Die Anzahl der Übernachtungen ausländischer Gäste blieb mit 4,6 Prozent überproportional unter dem Vorjahresergebnis.

Zwar haben klassische Feriendestinationen wie die Nord- und Ostseeküste vom Trend zum Deutschlandurlaub profitiert, jedoch konnte dies den dramatischen Einbruch im Geschäftsreiseverkehr nicht ausgleichen. So sank der Umsatz in der Hotellerie nach Angaben des Statistischen Bundesamtes um 6,0 Prozent. Real ergab sich ein Minus von 8,1 Prozent.

Nach der DEHOGA-Konjunkturumfrage beurteilten im Winterhalbjahr 2009/10 37,5 Prozent der Hoteliers ihre Geschäftslage als schlecht. Lediglich 17,5 Prozent der Beherbergungsbetriebe berichteten von guten Geschäften. Damit stellte sich die Lage in der Hotellerie noch einmal etwas schlechter dar als im Winterhalbjahr 2008/09 zu Beginn der Wirtschaftskrise. So verwundert es auch nicht, dass mehr als die Hälfte der Befragten

von sinkenden Umsätzen und Erträgen im Zeitraum Oktober 2009 bis März 2010 berichteten.

Mit Beginn des Jahres 2010 wuchs in der Hotellerie jedoch wieder die Zuversicht. Laut Statistischem Bundesamt stieg die Zahl der Gästeübernachtungen von Januar bis Juni 2010 um 2,7 Prozent. Bei den ausländischen Gästen wurde ein Plus von 9,4 Prozent registriert. Ein wichtiger Impulsgeber war für die Hotellerie insbesondere die Senkung der Mehrwertsteuer für Beherbergungsleistungen auf sieben Prozent zum 1. Januar 2010. So fielen laut DEHOGA-Konjunkturumfrage die Erwartungen für die nahe Zukunft auch wieder optimistischer aus: 32,5 Prozent der befragten Hoteliers erhofften sich eine Verbesserung ihrer Geschäfte im Sommerhalbjahr 2010.

Bereits in den vergangenen Jahren verzeichnete die deutsche Hotellandschaft eine kontinuierliche Steigerung der Investitionstätigkeit. Im Rezessionsjahr 2009 stieg der Rekordwert an registrierten neuen Hotelprojekten nochmals an, wenn auch nur auf einem sehr niedrigen Niveau. Aktuell lassen sich in einer dreijährigen Perspektive 452 neue Projekte identifizieren. Dies entspricht einer Steigerung im Vergleich zum Vorjahr um 0,5 Prozent. Die weltweite Wirtschafts- und Finanzkrise hat damit den Boom an Hotelprojekten scheinbar zum Stillstand gebracht. Aufgrund der längeren Zyklen im Investitionsverhalten in- und ausländischer Investoren dürfte der Anstieg der letzten Jahre nicht nur gebremst, sondern die Anzahl an Investitionsprojekten dürfte im kommenden Jahr sogar rückläufig werden.

Das Wachstum der Hotelgesellschaften in Deutschland ist seit Beginn der Erhebung vor mehr als 20 Jahren von ungebremster Dynamik. Die Konzentration auf dem deutschen Markt nimmt weiter zu. Die Markenhotellerie befindet sich mit derzeit 152 Hotelgesellschaften und -gruppen stetig im Aufwind. Mit ihren 3.754 Häusern dürfte die Markenhotellerie einen geschätzten Umsatz-Marktanteil von über 50 Prozent aufweisen.

Weiterführende Informationen zur Hotellerie in Deutschland bieten die jährlich erscheinende Publikation „Hotelmarkt Deutschland“ des Hotel-

Wirtschaftsfaktor Gastgewerbe in 2009

1.110.000 Beschäftigte	
Beherbergungsgewerbe	341.000
Gaststättengewerbe	643.000
Pacht-Kantinen/Caterer	126.000

und

96.073 Auszubildende	
Koch/Köchin	37.640
Restaurantfachmann/-frau	14.172
Hotelfachmann/-frau	29.067
Hotelkaufmann/-frau	1.059
Fachmann/-frau für Systemgastronomie	7.091
Fachkraft im Gastgewerbe	7.014

in

238.217 gastgewerblichen Betrieben*	
Beherbergungsgewerbe	44.976
Gaststättengewerbe	182.008
Pacht-Kantinen/Caterer	11.233

erwirtschafteten

57,2 Mrd. Euro Jahresnettoumsatz	
Beherbergungsgewerbe	18,3 Mrd. Euro
Gaststättengewerbe	33,7 Mrd. Euro
Pacht-Kantinen/Caterer	5,2 Mrd. Euro

*nach Umsatzsteuerstatistik 2008

Umsatzentwicklung

	2008, Veränderung g. Vorjahr		2009, Veränderung g. Vorjahr		1. Hj. 2010, Veränderung g. Vorjahr	
	nominal	real	nominal	real	nominal	real
Gastgewerbe insgesamt	+0,1 %	-2,5 %	-4,1 %	-6,1 %	+1,8 %	-0,9 %
Hotels, Gasthöfe						
Pensionen, Hotels garnis	+0,5 %	-2,4 %	-6,0 %	-8,1 %	+5,1 %	-0,2 %
Beherbergungsgewerbe insgesamt	+0,8 %	-2,1 %	-5,5 %	-7,6 %	+5,1 %	-0,6 %
Restaurants, Cafés						
Eisdielen, Imbissbetriebe	-0,6 %	-3,0 %	-2,5 %	-4,3 %	-0,7 %	-2,0 %
Schankbetriebe, Unterhaltungs- betriebe und sonstige Betriebe	-2,4 %	-4,4 %	-6,3 %	-8,1 %	-0,6 %	-1,7 %
Gaststättengewerbe insgesamt	0,9 %	-3,2 %	-3,1 %	-4,9 %	-0,7 %	-2,0 %
Pacht-Kantinen/Caterer	+2,4 %	-0,2%	-4,3 %	-6,2 %	+5,2 %	+4,2 %

(Quelle: Statistisches Bundesamt; Stand Oktober 2010)

Nettoumsätze im Gastgewerbe (in Milliarden Euro)

Betriebsart	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Gastgewerbe insgesamt	67,8	68,2	64,8	61,7	60,3	59,9	60,5	59,9	59,6	57,2
Hotellerie*	17,7	17,7	17,1	16,1	16,2	16,4	17,1	17,2	17,3	16,3
Gaststättengewerbe	43,1	43,5	40,9	38,9	37,2	36,5	36,2	35,4	34,8	33,7
Pacht-Kantinen/Caterer	4,9	5,0	4,8	4,8	4,9	5,0	5,1	5,3	5,4	5,2

(Quelle: Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen)

*Hotels, Hotels garnis, Gasthöfe, Pensionen

Nominale Umsatzentwicklung im Gastgewerbe

Betriebsart	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Gastgewerbe insgesamt	+1,1 %	+0,9 %	-4,6 %	-3,8 %	-1,8 %	-0,4 %	+1,6 %	-0,5 %	+0,1 %	-4,1 %
Hotellerie*	+6,1 %	-0,4 %	-3,1 %	-4,5 %	+1,1 %	+1,0 %	+4,3 %	+1,1 %	+0,5 %	-6,0 %
Gaststättengewerbe	-2,0 %	+2,3 %	-5,8 %	-6,1 %	-4,1 %	-1,9 %	-0,6 %	-2,3 %	-0,9 %	-3,1 %
Pacht-Kantinen/Caterer	+2,1 %	+0,1 %	-3,8 %	+1,6 %	+1,6 %	+2,9 %	+2,9 %	+2,4 %	+2,4 %	-4,3 %

(Quelle: Statistisches Bundesamt)

*Hotels, Hotels garnis, Gasthöfe, Pensionen

Anzahl der umsatzsteuerpflichtigen Unternehmen des Gastgewerbes

Betriebsart	2005	2006	2007	2008
Hotels	11.061	11.141	11.156	11.067
Hotels garnis	3.597	3.585	3.608	3.595
Gasthöfe	17.948	17.556	17.062	16.675
Pensionen	6.177	6.130	6.039	6.049
Sonstiges Beherbergungsgewerbe	7.050	7.169	7.362	7.590
Beherbergungsgewerbe	45.833	45.581	45.227	44.976
Restaurants	89.482	88.012	86.359	85.343
Cafés	9.912	10.229	10.301	10.321
Eissalons	6.869	6.822	6.769	6.664
Imbissstuben	27.737	28.202	28.466	28.625
Schankwirtschaften	42.744	41.495	39.929	38.549
Diskotheken, Tanz- und Vergnügenslokale	2.531	2.566	2.540	1.949
Bars	1.535	1.572	1.644	1.742
Sonstige getränkegeprägte Gastronomie	7.534	7.637	7.492	8.352
Gaststättengewerbe	188.344	186.535	183.500	182.008
Pachtkantinen	4.656	4.593	4.477	4.731
Caterer	5.560	6.119	6.590	6.502
Pachtkantinen und Caterer	10.216	10.712	11.067	11.233
Gastgewerbe insgesamt	244.393	242.828	239.794	238.217

(Quelle: Statistisches Bundesamt, aktuelle Umsatzsteuerstatistik 2008, veröffentlicht März 2010)

Weitere Informationen sind unter www.dehoga.de im aktuellen DEHOGA-Branchenbericht sowie in der DEHOGA-Analyse „Das Gastgewerbe im Zahlenspiegel“ zu finden.

verbandes Deutschland (IHA) sowie das „IHA-Konjunkturbarometer“, beides zu finden auf www.hotellerie.de. Detaillierte Informationen zur Markenhotellerie werden im jährlich erscheinenden „Kompendium der Markenhotellerie“ zusammengefasst, zu finden auf www.markenhotellerie.de.

Gastronomie

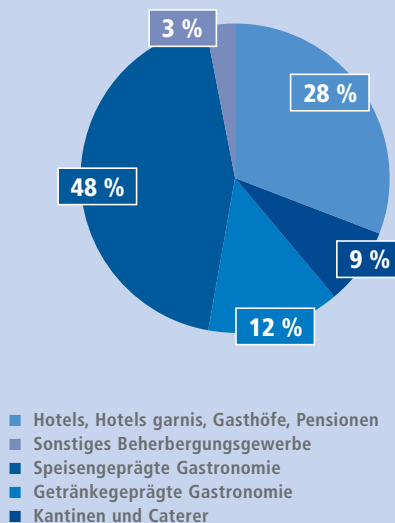
Obwohl die Gastronomie im Jahr 2009 von den Folgen der Wirtschaftskrise weniger hart getroffen wurde als das Beherbergungsgewerbe, mussten die Inhaber von Restaurants, Cafés und Kneipen dennoch den stärksten Umsatzrückgang seit 2005 hinnehmen. Nach den Erhebungen des Statistischen Bundesamtes setzte die Gastronomie 2009 nominal 3,1 Prozent weniger um als im Vorjahreszeitraum. Real schlug ein Minus von 4,9 Prozent zu Buche.

Neben dem Rückgang geschäftlich veranlasster Bewirtungen und Veranstaltungen hat auch das veränderte Ausgehverhalten zu Umsatzeinbußen geführt. Viele Verbraucher hat die Krise dazu veranlasst, ihren Außer-Haus-Konsum einzuschränken. Wie die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) herausfand, haben die Deutschen trotz relativ stabil gebliebener Konsumausgaben vor allem bei Lebensmitteln und Restaurantbesuchen gespart. Dies steht im Zusammenhang mit dem so-



© Meyhome/PIXELIO

Umsatzverteilung im Gastgewerbe 2009



genannten „Homing“, dem Trend in wirtschaftlich schwierigen Zeiten, das eigene Zuhause zum sozialen Lebensmittelpunkt zu machen. Auch das Weihnachtsgeschäft blieb hinter den Erwartungen zurück.

Nach der DEHOGA-Konjunkturumfrage beurteilten im Winterhalbjahr 2009/10 38,8 Prozent der Gastronomen ihre Geschäftslage als schlecht. Lediglich 21,0 Prozent der Gastronomiebetriebe berichteten von guten Geschäften. Damit stellte sich die Lage noch einmal etwas schlechter dar als im Winterhalbjahr 2008/09 zu Beginn der Wirtschaftskrise. So verwundert es auch nicht, dass mehr als die Hälfte der Gastronomen von sinkenden Umsätzen und Erträgen im Zeitraum Oktober 2009 bis März 2010 berichteten.

Während das abgelaufene Jahr für die traditionelle Gastronomie insgesamt äußerst schwierig war, konnten die Branchengrößen aus der Systemgastronomie zulegen. Viele Verbraucher sind in Zeiten der Krise auf günstigere Marktsegmente wie den Fastfood- und Quickservice-Bereich ausgewichen. Trotz Rezession und deutlich gesunkener Ausgehlane verbuchten die 100 größten Betriebe der Systemgastronomie ein Umsatzplus von 1,1 Prozent.



Viele Betriebe hoffen, von den sinkenden Arbeitslosenzahlen und der stärker werdenden Binnen- nachfrage zu profitieren.

Das Gastgewerbe in Deutschland ist mit mehr als einer Million Beschäftigten und 100.000 Auszubildenden ein wichtiger Wirtschaftsfaktor und Herz des Mittelstandes in Deutschland. 2009 erwirtschafteten die 238.217 gastgewerblichen Betriebe insgesamt netto 57,2 Milliarden Euro. Haupt- quelle des Umsatzes waren mit 60 Prozent Gast- stätten, gefolgt von Umsätzen der Beherber- gungsbetriebe mit 31 Prozent und von Kantinen und Caterern mit 9 Prozent.

Trends in Gastronomie und Hotellerie

Trends und Perspektiven in der Hotellerie

Der Hotelmarkt in Deutschland ist weiterhin ge- prägt von Überkapazitäten und Verdrängungs- wettbewerb. Werden alle angekündigten 452 Bauvorhaben realisiert, drängen in den nächsten drei Jahren 70.368 zusätzliche Hotelzimmer auf den deutschen Hotelmarkt.

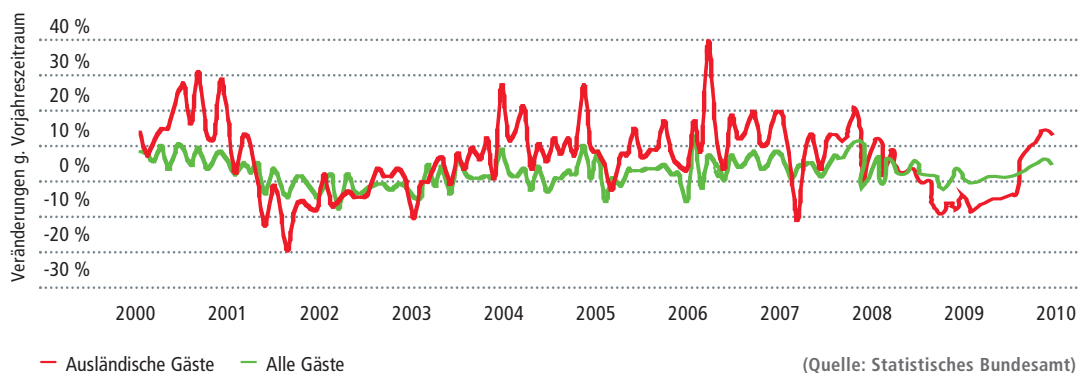
Gewinner dieser Entwicklung sind die Markenho- tellerie und klar positionierte Häuser. Lag der Anteil der Markenhôtels bezogen auf die angebotenen Hotelzimmer 2008 bei 34,9 Prozent, stieg er 2009 auf 36,6 Prozent.

Der umsatzbezogene Marktanteil der Markenhote- lerie beträgt bereits über 50 Prozent (siehe Bran-

Ab Mitte des Jahres zeichnete sich eine langsame Stabilisierung der Geschäftslage in der Gastronomie ab. Neben der sich verstärkenden Binnen- nachfrage gaben insbesondere die Fußball-WM und die heißen Tage im Juni und Juli der Branche Auftrieb. Außerdem profitierten die Betriebe wie- der zunehmend vom Geschäftskundensegment und Veranstaltungsgeschäft, das in Folge der Kri- se 2009 vollständig eingebrochen war.

Die Mehrzahl der Gastronomen kalkuliert jedoch erst gegen Jahresende bzw. im Laufe des Jahres 2011 wieder mit nennenswerten Zuwachsraten bei der Gästezahl und den Durchschnittsraten.

Entwicklung der Gästezahlen in Deutschland 2000 bis 2010





© Cordula Giese

chenreport des Hotelverbandes Deutschland „Hotelmärkte Deutschland 2010“).

Mehr denn je kommt es darauf an, zielgruppengenaue Angebote zu machen. Insbesondere gilt es, weiterhin auf die Bedürfnisse der Familien einzugehen und hier den jüngsten Gästen Unterhaltung, Spiel und Spaß zu offerieren. Mit Blick auf den demografischen Wandel ist es zudem wichtig, attraktive Angebote für die jung gebliebenen und reisefreudigen Ü-60-iger/Ü-70-iger („Best Agers“) zu entwickeln (neben Wellnessangeboten beispielsweise Studien- und Kulturreisen, Busreisen oder auch Fahrrad- und Wanderreisen). Nischenanbieter werden immer ihren Markt finden. Erfolgreich sind Häuser mit Ausstrahlung und persönlicher Handschrift.

Großes Wachstumspotenzial haben weniger teure Hotels: Viele Menschen besitzen zwar mehr Freizeit, jedoch ist die Bereitschaft, mehr Geld auszugeben, gering. Auf der anderen Seite reisen die Menschen öfter, dafür kürzer. So liegt der Trend zu preiswerten Häusern auf der Hand. Budgethotels und Hostels haben Konjunktur. Dabei entstehen zunehmend neue Konzepte wie Budget-Hotels mit Designcharakter oder Budget-Ferienresorts.

Weiterhin im Trend liegt der Gesundheitstourismus. Immer mehr Gäste wollen im Urlaub etwas für das eigene Wohlbefinden und die Gesundheit

tun. Der Gesamtumsatz mit Wellnessreisen steigerte sich in den letzten fünf Jahren um durchschnittlich neun Prozent, während sich die Ausgaben pro Person und Reise kaum verändert haben – derzeit 467 Euro (siehe IHA-Branchenreport 2010). Nirgends kann Wellness in seinem ganzheitlichen Ansatz so ausgelebt werden wie in einem Hotel. Darüber hinaus ist Aktivurlaub angesagt. Ob Wandertouren oder Fahrradreisen – die Hotellerie in Deutschland ist darauf eingestellt.

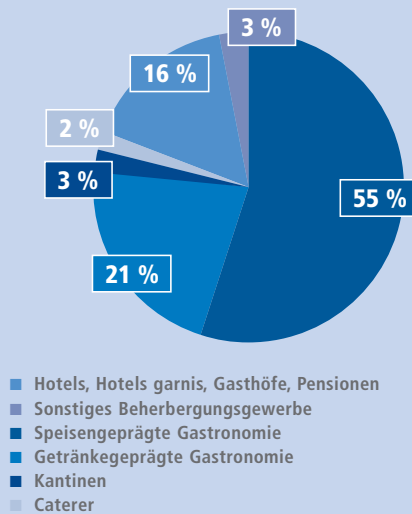
Trends und Perspektiven in der Gastronomie

Die traditionellen Gaststätten und Wirtshäuser sehen sich einer immer größeren Konkurrenz aus dem Einzelhandel, dem Lebensmittelhandwerk oder den Tankstellen gegenüber. Gleichzeitig wächst die Bedeutung der Systemgastronomie.

Die Kraft der Marken, professionelle Planung und ein strategischer Systemgedanke gehören sicherlich zu den Gründen, warum die Markengastronomie sich auch in konjunkturell schwierigen Zeiten etwas besser behauptet.

Doch trotz der wachsenden Marktmacht der Systemer liegen gutbürgerliche Restaurants in der Gunst der Gäste weiterhin vorne, wie Umfragen belegen. Im Zeitalter der Globalisierung und der ständig wechselnden Trends stehen die Gasthäu-

Verteilung der Betriebsarten im Gastgewerbe



(Quelle: aktuelle Umsatzsteuerstatistik 2008)

ser und Restaurants für Tradition, Atmosphäre und Bodenständigkeit. Voraussetzung ist, dass Konzept und kulinarisches Angebot stimmen.

Gefragt sind frische, ehrliche und ursprüngliche Gerichte. Saisonale und regionale Vielfalt liegt im Trend. Die Verbraucher hegen wieder große Sympathien für Herkunft und Heimat. Die gemütliche Wohnzimmeratmosphäre, das Hüttenambiente haben Konjunktur.

Der Hunger nach Gesundheit ist groß. Dabei schließen sich gesunde und genussvolle Ernährung nicht aus. Die Einstellung zu Slowfood oder Bio hat sich radikal geändert. Gesucht sind Produkte, die gut für Körper und Seele sind (Wellfood).

Vor diesem Hintergrund ist auch der Markt des schnellen Essens stark in Bewegung: Fastfood wird neu definiert. Ob Sushi, Suppen oder Smoothies – gehobenes Fastfood (Fast Casual) entspricht dem Wunsch der Gäste nach frischen, vita-



© 2009 Jupiterimages Corporation

minreichen und schnellen Snacks, angeboten in modernem und stilvollem Ambiente. Diesem Trend entspricht insbesondere auch die asiatische Küche. Sie setzt auf das kleine Leichte und trifft damit den Nerv der Zeit.

Take-away ist und bleibt der stärkste Trend im Außer-Haus-Markt. Angesichts gestiegener Mobilität, zunehmender Flexibilität und wechselnder Arbeitswelten verzeichnet diese Angebotsform weiterhin steigende Zuwachsraten. Gastro-Quick-service-Betriebe und Bäckereien sind unbestritten diejenigen, die sich im Take-away-Business am stärksten profiliert haben.

Dreh- und Angelpunkt für erfolgreiche Gastronomie ist die Servicequalität. Neben qualifizierter Beratung zählen aufrichtige Zuwendung und herzliche Gastfreundschaft. Die Gäste wollen verwöhnt, nicht versorgt werden. Darüber hinaus muss natürlich der Preis attraktiv sein. Dabei gilt: Großzügig is(s)t man besser.

Entwicklungen in der Systemgastronomie

Zur Systemgastronomie zählen die großen Kettenrestaurants, wie zum Beispiel McDonald's, Burger King, Marché, Nordsee oder Maredo. Unternehmen also, die über ein standardisiertes und multipliziertes Konzept verfügen, das zentral gesteuert wird.

Aufschluss über die wachsende Bedeutung dieses Gastronomie-segmentes bietet die jährlich durchgeführte Untersuchung des Wirtschaftsmagazins „food-service“ des Deutschen Fachverlages. Seit 1982 ermittelt die food-service-Redaktion die größten Gastronomieunternehmen in Deutschland samt Umsatz und Anzahl der Betriebsstätten.

So kamen im Jahr 2009 die 100 umsatzstärksten Unternehmen der Systemgastronomie mit 16.751 Betrieben auf ein Netto-Volumen von 10,4 Milliarden Euro. Auch wenn das Umsatzplus mit 1,1 Prozent deutlich bescheidener ausfiel als in den Vorjahren, lief das Jahr für viele Markenbetriebe dennoch besser als gedacht. Immerhin zwei Drittel (65 Prozent) der Unternehmen verbuchten Um-

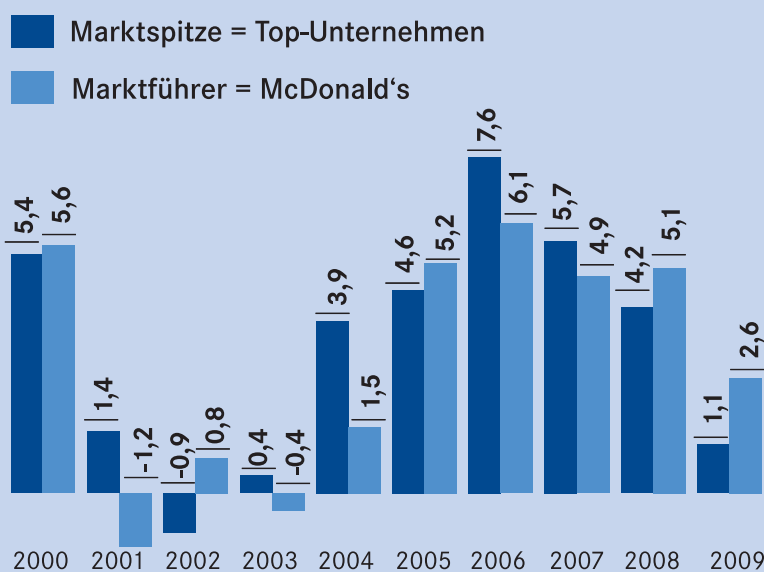
satzzuwächse. Und auch für 2010 zeigen sich die Vordenen weitaus optimistischer als ihre Kollegen aus der traditionellen Gastronomie: 62 Prozent erwarten höhere Umsätze. Fakt ist: In schwierigen Zeiten kommt es mehr denn je auf die persönliche Ansprache des Gastes an, auf die Kundenbindung. Es zählen hochwertige Produkte und ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis. Die Gäste geben sehr wohl noch Geld aus, überlegen aber noch genauer als bislang wofür.

Zu Beginn des dritten Jahrtausends entstehen an den Schnittstellen von Verkehr, Arbeit, Shopping und Freizeit derzeit die meisten Chancen für die Profis in Sachen Food & Beverage.

Der Verbraucher zeigt sich radikaler in seinen Ansprüchen. Von moderner Gastronomie erwartet er entweder Zeitersparnis im Alltag oder – nach Feierabend – Zeitvertreib, sprich: Fun & Entertainment. Allein mit dem Angebot von Essen und Trinken lockt man heute kaum jemanden mehr vom Sofa – der Mehrwert macht's.

Marktspitze & Marktführer

Wachstumsraten in % über 10 Jahre



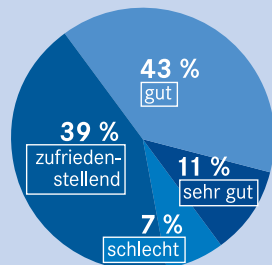
Quelle: food-service, Deutscher Fachverlag

Die Top 100 und der Marktführer in der 10-Jahres-Entwicklung. Für die Marktspitze war 2009 mit 1,1 % plus eines der schwächsten Wachstumsjahre der Nuller-Dekade. Dem Marktführer gelang mit 2,6 % Mehrerlösen eine signifikant bessere Entwicklung.

Weitere Informationen in der Broschüre „Systemgastronomie in Deutschland 2010“.

Ertragslage

2009er Gewinne der Top 100

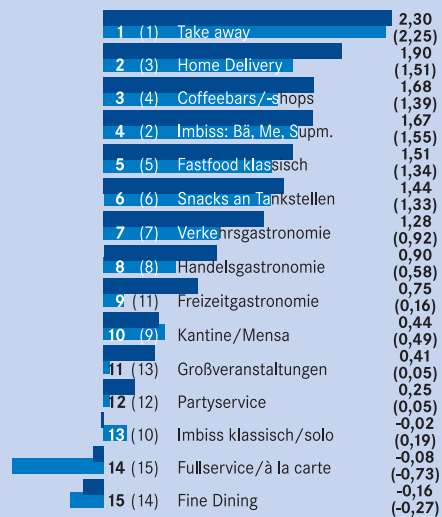


Quelle: food-service, Deutscher Fachverlag

Minimale Abschwächung der Ertragslage gemessen an den Top 100-Angaben vor zwölf Monaten. 54 % nennen sie gut bzw. sehr gut (wie Vorjahr), 39 % noch zufriedenstellend (Vj.: 42 %) und 7 % schlecht (Vj.: 4 %).

Wachstums-Chancen

Perspektiven in den nächsten 2 bis 3 Jahren



Vorgegeben war eine Skala von +5 bis -5.

■ 2010 ■ 2009

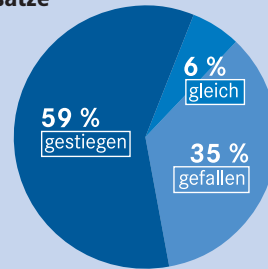
Quelle: food-service, Deutscher Fachverlag

Es führt, wie viele Male zuvor, Take away, gefolgt von Home Delivery, Coffeebars und Imbiss bei Bäckern, Metzgern und in Supermärkten. Durchweg höhere Werte als im Vorjahr, Abstürze wurden wieder aufgefangen.

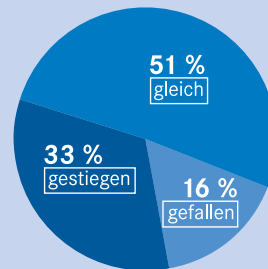
Entwicklung 2009*

im Vorjahresvergleich

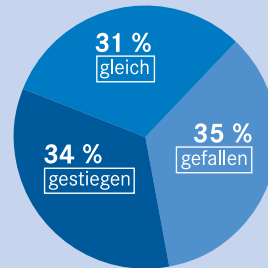
Umsätze



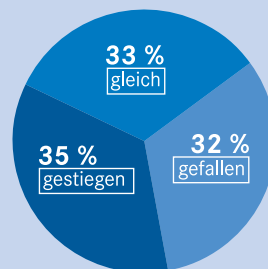
Investitionen



Kosten



Ertrag / Gewinn



*Basis: Top 100 + ante portas-Liste
Quelle: food-service, Deutscher Fachverlag

Positive Tendenz. Das Bild demonstriert den Charakter des abgelaufenen Jahres: 59 % (Top 100 plus 38 ante portas) mit gestiegenen Umsätzen (Vj.: 72 %). 33 % mit gestiegenen Investitionen (Vj.: 53 %) – aber auch 35 % mit reduzierten Kosten (Vj.: 11 %).

Entwicklungen in der Gemeinschaftsgastronomie

Die Gemeinschaftsgastronomie zählt zu den bedeutendsten gastronomischen Segmenten in Deutschland. In den letzten Jahrzehnten hat es in diesem Bereich entscheidende Veränderungen im Angebot und im Selbstverständnis gegeben. Dennoch ist es problematisch, die Branche in Zahlen darzustellen und mit allen ihren Facetten statistisch zu erfassen. In den amtlichen Statistiken – zum Beispiel in der Umsatzsteuerstatistik des Statistischen Bundesamtes – existiert zwar eine Kategorie „Kantinen und Caterer“. Diese erfasst jedoch nur einen Teilbereich, da die Betriebsgastronomie vielfach einen unternehmensinternen Umsatz erwirtschaftet, der nicht in diese Statistik ein- geht.

Die beiden großen Säulen der Gemeinschaftsgastronomie sind zum einen die Betriebsgastronomie und zum anderen die Klinik- und Heimverpflegung. Daneben gibt es weitere kleinere Segmente, die der Gemeinschaftsgastronomie zugerechnet werden – von der Campusgastronomie über Justizvollzugsanstalten und Truppenküchen bis hin zum expansiven Markt der Schulverpflegung.

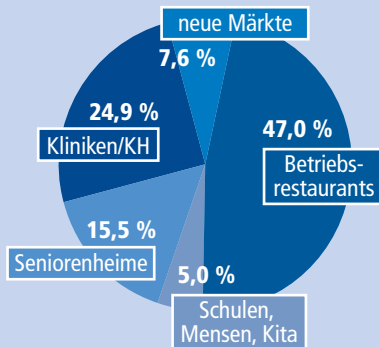
Der Betriebsgastronomie kommt in Deutschland traditionell eine besondere Rolle zu. Früher Sozialleistung, ist die Mitarbeiterbewirtung heute mehr und mehr eine gastronomische Aufgabe auf hohem Niveau mit modernen F&B-Angeboten. Schätzungen und Hochrechnungen zufolge gibt es

insgesamt etwa 18.000 Betriebsrestaurants, die im Jahr circa eine Milliarde Mahlzeiten ausgeben. Das Gesamtmarktvolumen in der Gemeinschaftsgastronomie wird auf 15 Milliarden Euro geschätzt.

Das Jahr 2009 war in der Gemeinschaftsgastronomie geprägt von weniger Neugeschäft sowie mehr Wettbewerbs-, Preis- und Kostendruck. Die Wirtschaftskrise hat insbesondere bei den Betriebsrestaurants Spuren hinterlassen. So hat die in vielen Betrieben praktizierte Kurzarbeit das Ergebnis negativ beeinflusst. Die Erlöse der TOP 40-Unternehmen in diesem Segment sanken um 1,2 Prozent. Ein zweistelliges Plus verbuchte hingegen der „Caremarkt“ (Seniorenheime/Krankenhäuser) aus. Insgesamt lag das Umsatzwachstum der TOP 40 im Jahr 2009 nur bei 2,2 Prozent – der schwächste je gemessene Wert.

Markt 2009

Umsätze der Top 40

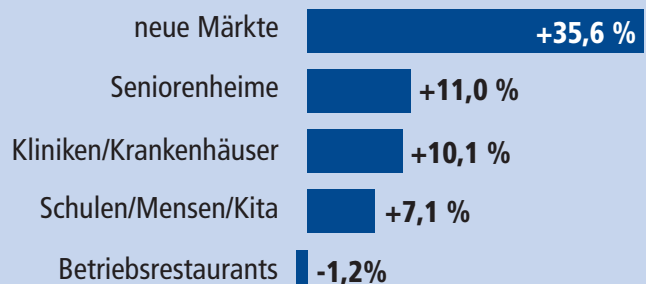


(Quelle: gv-praxis, 2010)

Die Top 40 Caterer erzielten 2009 einen Netto-Gesamtumsatz von rund 3,16 Milliarden Euro.

Umsatzentwicklung 2009 nach Segmenten

Umsatzsteigerungen der Top 40



(Quelle: gv-praxis, 2010)

Mehrwertsteuer

Mehrwertsteuer Hotellerie

Gute Gründe für die Senkung der Mehrwertsteuer

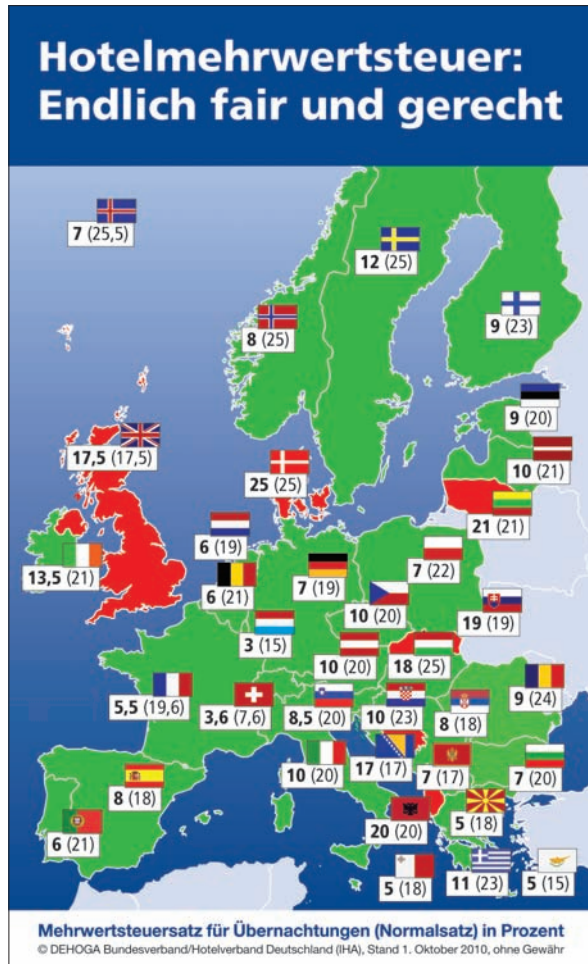
Kaum eine politische Maßnahme der jüngsten Zeit wurde vor und nach ihrem Inkrafttreten so heftig diskutiert wie die Einführung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes für Übernachtungen zum 1. Januar 2010. Die öffentliche Debatte dazu war zum größten Teil unsachlich und alles andere als konstruktiv. Dabei wurde mit der Mehrwertsteuersenkung nichts anderes als die längst fällige Steuergerechtigkeit im Vergleich zu unseren europäischen Nachbarstaaten hergestellt. In 23 von 27 EU-Staaten gilt in der Hotellerie mittlerweile ein ermäßigter Steuersatz – teilweise seit Jahrzehnten. Alle Anrainerstaaten mit Ausnahme Dänemarks (das ein grundlegend anderes Steuer- und Abgabensystem hat) wenden den Niedrig-

steuersatz für ihre Hotels an. Die Hotellerie ist eine internationale Branche. Die Häuser in Deutschland stehen in einem harten globalen Wettbewerb. Die Mehrwertsteuersenkung ist ein wichtiger Impuls für die heimische Tourismuswirtschaft.

Mitarbeiter, Gäste, Handwerk und Zulieferer profitieren

Und die Mehrwertsteuersenkung wirkt. Die Hoteliers halten Wort und schaffen neue Arbeits- und Ausbildungsplätze, wie die positiven Beschäftigungsdaten und die Ergebnisse der DEHOGA-Umfrage belegen. Laut Statistischem Bundesamt wuchs die Zahl der Vollzeitbeschäftigten von Januar bis Juni 2010 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 3,8 Prozent, die Zahl der Teilzeitbeschäftigten erhöhte sich um 1,9 Prozent. Ebenso wird die Mehrwertsteuersenkung insbesondere für längst überfällige Investitionen genutzt.

Bis zum 31. Oktober 2010 lagen dem DEHOGA zu seiner Mehrwertsteuerumfrage 4.923 Rückmeldungen von Hotels vor. Die Addition der angegebenen Maßnahmen und Summen ergibt folgendes Ergebnis:



Hotellerie steht fest zum Standort Deutschland

Die Hotellerie ist eine besonders beschäftigungsintensive Branche, die 340.000 Menschen, auch weniger Qualifizierten, die Chance auf Arbeit bietet. Die Hoteliers verlagern ihre Betriebe nicht ins Ausland, sie zahlen hier ihre Steuern. Die Mehrwertsteuersenkung sichert zehntausende akut gefährdete Jobs und schafft neue Arbeits- und Ausbildungsplätze in einer Branche, die 2009 eine Milliarde Euro Nettoumsatz verloren hat – und in keinem Konjunkturpaket berücksichtigt wurde.

Die Beherbergungsbranche in Deutschland ist zudem nicht nur mittelständisch, sondern weitgehend kleinbetrieblich strukturiert. Zwei Drittel der Beherbergungsbetriebe bieten weniger als 20 Zimmer an. Gerade einmal vier Prozent aller Betriebe haben 100 und mehr Zimmer. Von den 37.000 Hotels machen 11.000 weniger als 100.000 Euro Umsatz im Jahr. 76 Prozent der Hotels bleiben unter 500.000 Euro. Der Gewinn nach Steuern liegt in dieser Gruppe bei 81.000 Euro, bei den Pachtbetrieben nur bei 72.000 Euro. Nur knapp 1.300 Betriebe gehören zu den 50 großen Hotelgesellschaften. Dies entspricht lediglich 3,4 Prozent aller Hotelbetriebe.

Tue Gutes und rede darüber

Überall im Land stand die Mehrwertsteuersenkung im Fokus der DEHOGA-Verbandsarbeit. Sowohl der DEHOGA Bundesverband als auch seine Landesverbände haben die Fakten, die guten Gründe und die positiven Impulse des reduzierten Mehrwertsteuersatzes in Pressemitteilungen,



Hotelmehrwertsteuer: Endlich fair und gerecht

Liebe Gäste,

kaum ein anderes Thema wird derzeit so kontrovers diskutiert wie die Mehrwertsteuersenkung für Hotelübernachtungen. Dabei sorgt sie endlich für notwendige Steuergerechtigkeit, denn Deutschlands Hotels stehen im internationalen Wettbewerb. Die Europa-Karte belegt: In fast allen europäischen Ländern gelten für Beherbergung ermäßigte Mehrwertsteuersätze.

Jetzt sind wir in der Lage, gefährdete Arbeitsplätze zu sichern sowie neue Arbeits- und Ausbildungsplätze zu schaffen – und das in wahrlich schmerzigen Zeiten. Ebenso haben wir umfangreiche Investitionen geplant bzw. schon getätigt, die ohne den reduzierten Steuersatz nicht möglich wären. Ohne diese Entlastung würden viele Hotels die dafür notwendigen Kredite nicht bekommen.

Wir verlagern keine Arbeits- und Ausbildungsplätze ins Ausland. Wir stehen fest zum Standort Deutschland. Wir zahlen hier unsere Steuern. Wir vergeben unsere Aufträge an die örtlichen Handwerker, beziehen unsere Produkte von Bauern und Händlern in der Region.

Von der Mehrwertsteuersenkung haben alle etwas: Sie als Gast, unsere Mitarbeiter und Geschäftspartner – und damit auch die Gemeinschaft. Leider finden diese Aspekte in der öffentlichen Debatte kaum oder keine Erwähnung.

Wir hoffen auf Ihr Verständnis, dass wir diesen Weg der Information zu Ihnen gewählt haben. Für Fragen stehen wir Ihnen jederzeit zur Verfügung. Wir wünschen Ihnen einen angenehmen Aufenthalt in unserem Hause.

Ihre Gastgeber

Die Europa-Karte belegt: 23 von 27 EU-Staaten wenden reduzierte Mehrwertsteuersätze für Übernachtungen an. Der niedrigste Steuersatz ist in Europa nicht die Ausnahme, sondern die Regel.



Mehrwertsteuersatz Hotel/Normal in Prozent
© 2010/11 DEHOGA Bundesverband/Hotellerieverband Deutschland (BHV), Stand: 1. Juli 2010, Ihre Gäste

Pressekonferenzen, regionalen Pressegesprächen, Interviews, Publikationen oder Vier-Augen-Gesprächen mit Politikern präsentiert und mit vielen konkreten Einzelbeispielen untermauert (*mehr dazu im Kapitel 9*). Zudem wurden diverse Kommunikationsprodukte zur Information der Gäste entwickelt wie zum Beispiel ein A4-Flyer zur Einlage in die Gästemappen oder ein Aufsteller für die Gästezimmer.

Bettensteuer konterkariert Wachstumsbeschleunigung

Die Wachstumsbeschleunigung wird jedoch durch die ständigen Rufe nach Rücknahme der Mehrwertsteuersenkung, auch aus den Reihen der Regierungskoalition, sowie durch die unsägliche Bettensteuer-Debatte gehemmt.

Die durch die Mehrwertsteuersenkung resultierenden Steuerausfälle wollen zahlreiche Kommunen und Städte durch die Einführung einer Bettensteuer, auch „Kulturförderabgabe“ genannt, kompensieren. Als erste Kommune hat die Stadt Köln mit Wirkung zum 1. Oktober 2010 eine Bettensteuer in Höhe von fünf Prozent des Übernachtungspreises eingeführt.

Statt reflexartig eine Strafsteuer einzuführen, sollten die Kommunen die positiven Effekte des Wachstumsbeschleunigungsgesetzes auch im eigenen Interesse zur Entfaltung kommen lassen. Denn die Hoteliers wollen den Mehrwertsteuervorteil sinnvoll einsetzen. Solange aber über kommunale Strafsteuern für die Hotellerie nachgedacht wird, kann keine vernünftige Investitionsplanung, Lohnerhöhung oder Preissenkung stattfinden.

Die Politik muss zudem einsehen, dass die Einführung einer Bettensteuer auf kommunaler Ebene verfassungswidrig ist. Zu diesem Schluss kommen sowohl ein vom DEHOGA in Auftrag gegebenes verfassungsrechtliches Gutachten als auch der Städte- und Gemeindetag Baden-Württemberg, der die Verfassungsmäßigkeit kommunaler Abgaben auf Übernachtungen von einer externen Kanzlei hat prüfen lassen.

Das Herausgreifen einer einzelnen Branche, die im Zuge des Wachstumsbeschleunigungsgesetzes entlastet worden ist, und ihre Belastung mit einer „Kontra-Steuer“ ist diskriminierend und völlig inakzeptabel. Auch die Begründung mit wirtschaftlich positiven Effekten des Kulturtourismus für die Hotellerie ist nicht überzeugend: Vom (Kultur-)Tourismus profitieren nachweislich eine Vielzahl von Branchen, z.B. in erheblichem Umfang der Einzelhandel. Auf der anderen Seite trägt die Hotellerie durch eigenfinanzierte Marketingmaßnahmen selbst erheblich zur Belebung des Tourismus bei und leistet damit einen wesentlichen Beitrag zur wirtschaftlichen Prosperität auch in anderen Branchen. Eine isolierte Belastung der Hotellerie ist daher inhaltlich nicht zu rechtfertigen.

Angesichts der extrem schwierigen wirtschaftlichen Situation der Beherbergungsbranche ist eine kommunale Bettensteuer nicht zu verkraften. Die Erhebung einer solchen Steuer oder Abgabe würde letztlich die Gäste treffen, da die Hotellerie angesichts der schwierigen wirtschaftlichen Situation und fehlender kalkulatorischer Spielräume gezwungen wäre, diese Belastungen in Form höherer Preise an die Gäste weiter zu geben. Dies wäre ein weiterer Wettbewerbsnachteil für die einheimische Tourismuswirtschaft.

Aus den genannten Gründen lehnt der DEHOGA eine Bettensteuer aus ordnungspolitischen, steuersystematischen und rechtlichen Gründen ab und wird sich mit allen Mitteln – politisch und rechtlich – gegen die Bettensteuerpläne auf kommunaler Ebene zur Wehr setzen.

DEHOGA fordert Vertrauensschutz und Planungssicherheit für die Hoteliers

Der DEHOGA fordert zudem ein Ende der anhaltenden populistischen Debatte. Denn die vielen, gerade auch mittelständischen Unternehmer, die nach der Steuersenkung intensiv in ihre Betriebe und Mitarbeiter investiert haben, brauchen Vertrauensschutz, Planungssicherheit und Verlässlichkeit.

Investitionsbereite Hoteliers wie auch die finanzierenden Banken werden verunsichert. Ohne die vorherrschende Angst, dass es nicht bei den verbesserten Rahmenbedingungen bleibt, würde die Investitions- und Finanzierungsbereitschaft sicher noch höher liegen.

Es geht in dieser Sache aber auch um politische Glaubwürdigkeit. Denn nicht nur CSU und FDP haben in der Vergangenheit die reduzierte Mehrwertsteuer für das Gastgewerbe gefordert. Seit den 90er Jahren haben sich Politiker aus allen Parteien und auf allen Ebenen aus Wettbewerbsgründen und zur Förderung einer besonders arbeitsintensiven Branche für die Senkung der Mehrwertsteuer für Hotellerie und Gastronomie ausgesprochen. Die zum 1. Januar 2010 erfolgte Mehrwertsteuersenkung darf nicht weiter in Frage gestellt werden. Investitionen setzen Planungssicherheit voraus.

Mehrwertsteuer Gastronomie

Reduzierter Steuersatz für das gesamte Gastgewerbe bleibt oberstes Ziel der Verbandsarbeit

Das erklärte Ziel der DEHOGA-Verbandsarbeit ist und bleibt der einheitliche reduzierte Mehrwertsteuersatz für Gastronomie und Hotellerie.

Dabei geht es nicht um die Privilegierung einer Branche, sondern um Chancengleichheit für eine extrem arbeitsintensive Dienstleistungsbranche wie die Gastronomie. Das Jobpotenzial der Branche ist immens: In der Gastronomie kommen auf den gleichen Umsatz sechs Mal mehr Beschäftigte als im Lebensmitteleinzelhandel. Darüber hinaus steht sie für Lebensqualität und Lebenskultur.

Gleichzeitig kann niemand die Widersprüche bei der Besteuerung von Speisen bestreiten: Wenn die Tütensuppe beim Discounter mit sieben Prozent steuerlich begünstigt wird, während für die frisch zubereitete Suppe in einem Restaurant 19 Prozent fällig werden oder Hundefutter mit sieben Prozent gefördert wird, während der Fiskus in der Gastronomie 19 Prozent Mehrwertsteuer verlangt, versteht das keiner mehr.

Gesellschaftlicher Wandel erfordert Umdenken der Gesetzgeber

Die Unterschiede bei den Steuersätzen für Speisen, abhängig vom Verzehrort und der Art der Zubereitung, sind weder zeitgemäß noch vermittelbar.

Das gilt nicht zuletzt vor dem Hintergrund, dass mittlerweile auch Bäcker, Metzger und der Lebensmitteleinzelhandel umfangreiche gastronomische oder gastronomieähnliche Leistungen anbieten. Esskultur und Genuss leiden unter der Ungleichbehandlung der Mehrwertsteuerbelastung. Eine gepflegte Mahlzeit im Restaurant sollte gegenüber dem schnellen Imbiss, im Gehen auf der Straße verzehrt, steuerrechtlich nicht schlechter gestellt werden.

Bedingt durch die gesellschaftlichen Entwicklungen sind zudem immer mehr Frauen erwerbstätig. Gekocht und gegessen wird heute weniger denn je zuhause. Damit wird die tägliche Mahlzeit unterwegs zum lebensnotwendigen Grundbedürfnis. Auch der Grad der gesellschaftlichen Mobilität hat sich in den letzten Jahren extrem erhöht und wird dies auch weiterhin tun. Gleich ob beruflich oder privat: Die Menschen sind heute viel mobiler als in früheren Zeiten. Der Verpflegung „außer Haus“ kommt damit ein wesentlich höherer Stellenwert zu.

Diesen veränderten Lebensgewohnheiten sollte auch die Steuergesetzgebung Rechnung tragen. Es wäre nur sachgerecht, Restaurationsumsätze, insbesondere Speiseumsätze in der Gastronomie, dem reduzierten Mehrwertsteuersatz zu unterwerfen.

Die Einführung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes auf alle Restaurationsumsätze, insbesondere Speiseumsätze, ist aus steuersystematischen Gründen und aus Gründen der Gleichbehandlung geboten.

Gutachten der Uni Saarbrücken zur Neukonzeption des Mehrwertsteuersystems

Das Bundesfinanzministerium hat eine Studie bei der Universität des Saarlandes in Auftrag gegeben, die sich mit den „Möglichkeiten einer Neukonzeption des Anwendungsbereichs des ermäßigten Umsatzsteuersatzes unter wirtschafts-, finanz- und steuerpolitischen Gesichtspunkten“ befasst. Das Gutachten wurde im September 2010 veröffentlicht und kommt zu dem Ergebnis, dass der reduzierte Mehrwertsteuersatz lediglich für Lebensmittel im bisherigen Umfang gerechtfertigt sei. Alle anderen Ausnahmen seien abzuschaffen. Aus Sicht des DEHOGA ist das Gutachten einseitig, unvollständig und in Teilen widersprüchlich. Die vorstehend genannten Aspekte der Gleichbehandlung, der Steuersystematik und der Arbeitsintensität werden ignoriert oder nur am Rande angesprochen.

Mehrwertsteuerdebatte konstruktiv begleiten

Der DEHOGA geht davon aus, dass im Laufe dieser Legislaturperiode, wie im Koalitionsvertrag vereinbart, eine Kommission zur Überprüfung der reduzierten Mehrwertsteuersätze eingesetzt wird. In die Erörterungen zur geplanten Gesamtreform des Mehrwertsteuersystems wird sich der DEHOGA sachlich und konstruktiv einbringen, um die Beseitigung der Wettbewerbsbenachteiligung der Gastronomie zu erreichen.

Das besprachen auch die 20 Gastronomen, die aus allen Teilen der Republik am 30. Juni 2010 in



Die Mehrwertsteuerdebatte konstruktiv zu begleiten, verabreden die 20 Gastronomen, die sich auf Einladung des DEHOGA Bundesverbandes am 30. Juni 2010 in München treffen.

München zusammenkamen, um über die weitere Vorgehensweise zu beraten. Die Teilnehmer waren sich darüber einig, dass die Argumente für die steuerliche Gleichbehandlung der Gastronomie mit dem Lebensmitteleinzelhandel und dem Lebensmittelhandwerk unvermindert Gültigkeit besitzen. Es sei an der Zeit, die offensichtlichen Widersprüche im geltenden Mehrwertsteuersystem endlich zu beseitigen. Für die Branche heißt das, zu verdeutlichen, welchen wertvollen und vielfältigen Beitrag die Gastronomie für die Lebensqualität in Deutschland leistet, und Aufklärungsarbeit gegenüber Politikern und Journalisten zu leisten. Die Teilnehmer des Treffens verabredeten, neue Kommunikationsprodukte zu entwickeln, die die Branchenargumente anschaulich auf den Punkt bringen.

Die Branche muss (weiter) zusammenstehen

Der ausdrückliche Dank des DEHOGA gilt allen Unternehmern, die in den vergangenen Monaten gegenüber Journalisten, Politikern und vor allem gegenüber ihren Gästen transparent gemacht haben, wie sie die Mehrwertsteuersenkung für Investitionen und neue Arbeits- und Ausbildungsplätze nutzen.

Diese Aufklärungsarbeit gilt es, auch im Jahr 2011 fortzusetzen. „Tue Gutes und rede darüber“ muss weiterhin das Motto sein, wenn die Mehrwertsteuersenkung in der Hotellerie von Dauer sein und in der Gastronomie eine reelle Chance haben soll.

Die Hoteliers stehen dabei auch in der Verantwortung gegenüber den Gastronomen, von denen viele mit großartigem Engagement im Rahmen der DEHOGA-Pro 7%-Kampagne für ein Ende der Wettbewerbsbenachteiligung des Gastgewerbes gekämpft haben – das aber bisher nur in der Hotellerie Realität geworden ist.

Von Politik und Medien fordert der DEHOGA für die Zukunft eine emotionsfreie und sachliche Diskussion um die Mehrwertsteuerreform – anders als sie im Jahr 2010 geführt wurde.

Sieben gute Gründe für sieben Prozent Mehrwertsteuer in der Gastronomie

- Spielräume für dringend notwendige Investitionen
- Noch attraktiveres Preis-Leistungs-Verhältnis
- Neue Arbeitsplätze
- Fairer Wettbewerb in Europa und innerhalb Deutschlands
- Gleichstellung mit Bäckereien, Metzgereien und Lebensmitteleinzelhandel
- Förderung der Genuss- und Esskultur
- Beseitigung von Mängeln in der Steuersystematik

Das schafft Nachfrage. Das schafft Arbeitsplätze. Das schafft Wachstum.

Steuerreformen

Die Unternehmensteuerreform 2008

Die schwarz-rote Bundesregierung hatte sich in ihrem Koalitionsvertrag zum Ziel gesetzt, die Unternehmensteuern zu reformieren, um den Standort Deutschland für alle Unternehmensformen und Unternehmer attraktiver zu machen. Die daraufhin erarbeitete Reform trat zum 1. Januar 2008 in Kraft. Es wurde eine Entlastung der Deutschen Wirtschaft von insgesamt fünf Milliarden Euro angekündigt. Allerdings gibt es neben Gewinnern gerade im Gastgewerbe auch etliche Verlierer. Tausende Gastronomen und Hoteliers wurden durch die Reform nicht entlastet, sondern deutlich belastet.

Die neuen Hinzurechnungsregelungen bei der Gewerbesteuer verstoßen gegen die geltenden Prinzipien der Steuergerechtigkeit im Sinne einer Besteuerung nach der individuellen Leistungsfähigkeit, denn auch wenn ein Unternehmer keinen Gewinn macht, erhöhen seine Pachtzahlungen die gewerbesteuerliche Bemessungsgrundlage. Das kann zu einer Existenz vernichtenden Substanzbesteuerung führen.

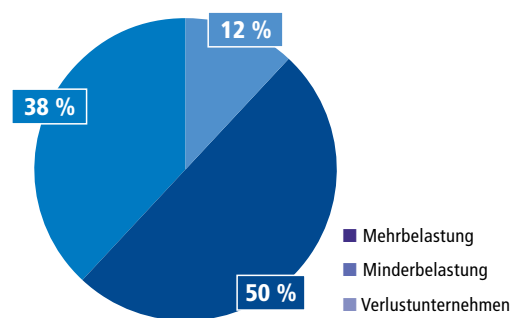


© Cordula Giese

Das Ziel der Reform, Unternehmen steuerlich zu entlasten, ging grundsätzlich in die richtige Richtung. Und keine Frage: Auch im Gastgewerbe gab es Gewinner durch die neuen Regelungen. Allerdings war auch die Zahl der Verlierer groß – zu groß. Der DEHOGA und der Hotelverband Deutschland (IHA) hatten vor dem Inkrafttreten immer wieder davor gewarnt, dass durch geänderte Hinzurechnungsregelungen von Mieten, Pachten und Leasingraten bei der Gewerbesteuer tausende Gastronomen und Hoteliers deutlich belastet werden. Dazu haben die beiden Verbände

qualifizierte und eindeutige Berechnungen vorgelegt. Eine bei der Unternehmensberatung Ernst & Young in Auftrag gegebene Studie bestätigt, dass viele Unternehmen von einer Steuer Mehrbelastung bis hin zur Verdopplung der Steuerquote betroffen sind.

Vergleich Anzahl der Unternehmen mit Mehr-/Minderbelastung



Quelle: Empirische Studie von Ernst & Young im Auftrag von DEHOGA/IHA auf Basis der Datenauswertung von 42 Unternehmen aus Hotellerie und Gastronomie.

Eine kurzfristige Minikorrektur der Reform zeigte, dass die Politiker das Problem durchaus erkannt haben: Von den zu zahlenden Mieten und Pachten für die Restaurants und Hotels werden nun nicht mehr 75 sondern nur noch 65 Prozent der Summe als so genannter rechnerischer Finanzierungsanteil bewertet. Davon wird ein Freibetrag von 100.000 Euro in Abzug gebracht. Von der verbleibenden Summe werden 25 Prozent der gewerbesteuerlichen Bemessungsgrundlage hinzugerechnet. Doch diese Korrektur kann die Branche nicht zufrieden stellen.

Finanzierungsanteil von Mieten und Pachten weiter senken!

Der rechnerische Finanzierungsanteil von Mieten und Pachten muss nach Ansicht des DEHOGA auf ein realistisches Maß von maximal 25 Prozent statt der jetzt geltenden 65 Prozent gesenkt werden.

Freibetrag anheben!

Zur Entlastung kleiner und mittelständischer Unternehmen fordert der DEHOGA, den Freibetrag von derzeit 100.000 auf mindestens 200.000 Euro anzuheben.

Gastgewerbe entlasten, nicht belasten!

Aufgrund der im Gastgewerbe üblichen hohen Mieten und Pachten sind Pachtbetriebe hier überproportional hart betroffen. Dies gilt insbesondere für die Innenstadtlagen. Die Beibehaltung der Regelungen würde zur weiteren Verödung der Innenstädte führen, wenn die Betriebe dort zu stark von den steuerlichen Neuregelungen belastet und damit die Innenstadtstandorte aus wirtschaftlicher Sicht des Gastgewerbes an Attraktivität verlieren würden.

Nach intensiver Lobbyarbeit des DEHOGA Bundesverbandes und des Hotelverbandes Deutschland (IHA) gegenüber den zuständigen Politikern des Deutschen Bundestages konnte erreicht werden, dass sich die Abgeordneten erneut mit dem Unternehmenssteuergesetz befassen werden, wenn sich die befürchteten steuerlichen Mehrbelastungen tatsächlich bewahrheiten. Gemeinsam mit dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK) und dem Handelsverband Deutschland (HDE) wird der DEHOGA nicht nachlassen, die dringend notwendigen Korrekturen einzufordern.

Erbschaftsteuerreform

Am 1. Januar 2009 ist das überarbeitete Erbschaftsteuergesetz in Kraft getreten. Vorausgegangen war eine Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts im Jahr 2006, nach der die damaligen Regelungen des Erbschaft- und Schenkungsteuergesetzes der Verfassung widersprachen und überarbeitet werden mussten.

Die völlige Abschaffung der Erbschaftsteuer wäre aus Sicht des DEHOGA konsequent und insbesondere für die zahlreichen mittelständischen Hoteliers und Gastronomen notwendig gewesen, um die Unternehmensnachfolge zu sichern.

Die Einnahmen aus der Erbschaftsteuer betragen weniger als ein Prozent des gesamten Steueraufkommens. Von diesem einen Prozent Erbschaftsteuer stammen nur acht Prozent aus vererbtem Betriebsvermögen. Vor diesem Hintergrund ist es völlig unverständlich, dass die Abschaffung der

Erbschaftsteuer in der Großen Koalition nicht mehrheitsfähig war.

Nach der Neuregelung gibt es für Firmenerben nun zwei Optionen, zwischen denen im Erb- oder Schenkungsfall zu entscheiden ist. Die Wahl ist bindend, kann also nachträglich nicht revidiert werden.

Bei der sogenannten Regelverschonung wird auf 85 Prozent des Vermögens keine Erbschaftsteuer erhoben, wenn der Unternehmer einige Bedingungen erfüllt: So muss das Betriebsvermögen sieben Jahre lang behalten werden. Wird der Betrieb während dieser Zeit (teil-)veräußert oder aufgegeben, fällt die Verschonung zeitanteilig rückwirkend weg. Weiterhin darf die Gesamtlohnsumme während der sieben Jahre auf den Gesamtzeitraum betrachtet 650 Prozent der Lohnsumme zum Erbzeitpunkt nicht unterschreiten. Wird dies nicht eingehalten, wird in dem Verhältnis nachversteuert, in dem die Gesamtlohnsumme tatsächlich unterschritten wurde. Der Anteil des so genannten Verwaltungsvermögens (z.B. an Dritte überlassene Grundstücke) darf 50 Prozent nicht überschreiten.

Alternativ sieht das neue Erbschaftsteuerrecht eine Option vor, die als politisches Feigenblatt bezeichnet werden muss. Komplette von der Erbschaftsteuer verschont wird der Erbe, wenn er oder sie den Betrieb zehn Jahre lang fortführt, die Gesamtlohnsumme für die zehn Jahre 1.000 Prozent nicht überschreitet und eine Verwaltungsvermögensgrenze von zehn Prozent nicht überschritten wird. Diese Option, gerade vor dem Hintergrund, dass eine nachträgliche Änderung der Optionswahl nicht möglich ist, wird in der Praxis wohl ausscheiden.

Die Neuregelungen im Bewertungsrecht müssen berücksichtigen, dass bei einem Betriebsübergang im Erb- oder Schenkungsfall auf die nächste Generation der hohe Wert der Immobilie nicht zur Betriebsaufgabe zwingt.

Der DEHOGA wird sich weiterhin dafür stark machen, dass die ertragsschwache und bürokratisch überlastete Erbschaftsteuer völlig abgeschafft wird.

Arbeitsmarkt- und Tarifpolitik

Bundesausschuss für Arbeitsmarkt- und Tarifpolitik

Der Bundesausschuss für Arbeitsmarkt- und Tarifpolitik ist mit Sachverständigen aus den Mitgliedsverbänden und Fachabteilungen besetzt. Er garantiert in dieser Zusammensetzung die branchenbezogene Erörterung und Aufbereitung der Sachprobleme aus den Bereichen Arbeitsmarkt, Tarifpolitik und Tarifrrecht sowie Arbeits- und Sozialrecht und soll die qualifizierte Meinungsbildung auf Bundesebene fördern.

Im Berichtszeitraum trat der Bundesausschuss für Arbeitsmarkt- und Tarifpolitik zweimal in Berlin zusammen, und zwar am 25. Januar 2010 sowie am 24. Juni 2010. Ausschussvorsitzender ist Fritz Engelhardt, Inhaber des Hotel Garni Engelhardt in Pfullingen. Als Stellvertreter stehen ihm Dierk Kraushaar, Stockheim, Düsseldorf, sowie Marc-Andreas Kühnelt, Hotel Zumnorde, Erfurt, zur Seite.

Tarifpolitik

2010 ist ein Jahr mit großer tarifpolitischer Aktivität: Die Entgelttarifverträge in Berlin, Brandenburg, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Saarland, Sachsen-Anhalt und Schleswig-Holstein sind neu abgeschlossen worden. In Brandenburg haben sich die Tarifvertragsparteien darüber hinaus auf einen Manteltarifvertrag geeinigt, der zum 1. Januar 2011 in Kraft tritt. In Bayern, Mecklenburg-Vorpommern, Rheinland-Pfalz und Thüringen sind die Entgelttarifverträge gekündigt und werden verhandelt (Stand 15. Oktober 2010).

Die mit der Gewerkschaft NGG vereinbarten Tarifentgelte sehen spürbare Lohnerhöhungen vor, die aber natürlich auch krisenbedingte Umsatzrückgänge im Gastgewerbe berücksichtigen. Der Aufschwung kommt im Gastgewerbe erst langsam an. Dennoch sehen die Abschlüsse dieses Jahres für Lohnsteigerungen in 2010 Werte zwischen 2,0 Prozent und 3,1 Prozent vor. Der kalenderjährliche Mittelwert aller Lohnsteigerungen nach der Westwick-Formel liegt bei 1,68 Prozent. Aufgrund der sehr unterschiedlichen wirtschaftlichen Situation der Betriebe in den verschiedenen Bundesländern und den ebenfalls sehr unterschiedlichen Lebens-

haltungskosten sind die Entgeltunterschiede in den verschiedenen Tarifgebieten beträchtlich. Die untersten Tariflöhne haben eine Spreizung zwischen 6,17 Euro pro Stunde (Brandenburg) und 8,85 Euro (Baden-Württemberg). Für die jeweils beiden unteren Tarifgruppen ist in den Tarifgebieten Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen die Allgemeinverbindlicherklärung beantragt.



Fritz Engelhardt, Vorsitzender des Bundesausschusses für Arbeitsmarkt- und Tarifpolitik.

Nachdem in zahlreichen anderen Branchen, zum Beispiel in der Metall- und Elektroindustrie und im Einzelhandel, die Mitgliedschaft ohne Tarifbindung (OT) eingeführt wurde, ist diese OT-Mitgliedschaft auch in der gastgewerblichen Tariflandschaft kein Einzelfall mehr. Mittlerweile kennen die Landesverbände Bayern, Berlin, Brandenburg, Hamburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Rheinland-Pfalz, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen die Verbandsmitgliedschaft ohne Tarifbindung. Dabei ist jedoch insgesamt festzustellen, dass die überwiegende Zahl der Mitglieder sich für die Mitgliedschaft mit Tarifbindung entscheidet.

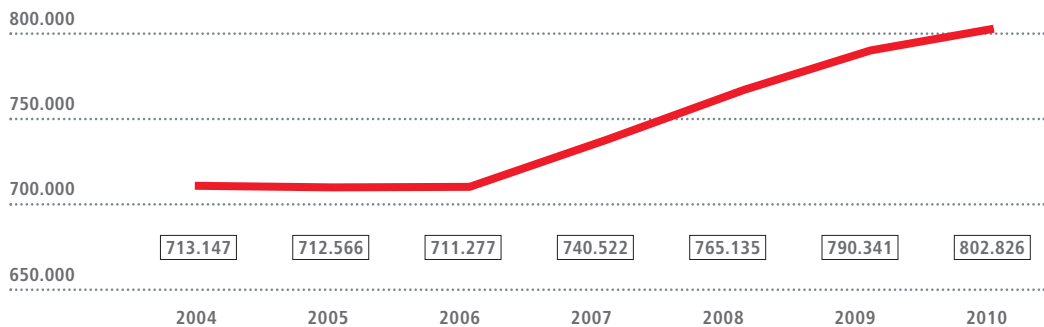
Eine aktuelle Übersicht zu den wesentlichen manteltariflichen Regelungen sowie zu Entgelten und Ausbildungsvergütungen in den verschiedenen Tarifverträgen bietet die jährlich erscheinende Tarifsynopse des DEHOGA Bundesverbandes, die über die INTERHOGA GmbH (www.dehoga-shop.de) zu beziehen ist (aktueller Stand: August 2010).

Beschäftigung im Gastgewerbe

Die Finanz- und Wirtschaftskrise konnte dem gastgewerblichen Arbeitsmarkt erfreulicherweise verhältnismäßig wenig anhaben. Sowohl 2009 als auch im ersten Halbjahr 2010 waren die Beschäftigtenzahlen unter dem Strich (nach Daten des Statistischen Bundesamtes) nahezu unverändert (+0,1 Prozent in 2009, 0,0 Prozent im ersten Halbjahr 2010). Hotellerie und Gastronomie beschäftigen rund 1,1 Millionen Menschen. Betrachtet man einzelne Segmente, ist die Entwicklung jedoch differenziert.

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte im Gastgewerbe

(Stichtag jeweils 31. März)



(Quelle: Bundesagentur für Arbeit)

In der Hotellerie sank die Beschäftigtenzahl im Jahr 2009 zwar um 2,2 Prozent; dies war aber in Relation zu dem nominalen Umsatzrückgang in diesem krisengeschüttelten Segment von 6,0 Prozent (real -8,1 Prozent) wenig. Im Jahr 2010 beginnt die Hotellerie sich zu erholen und liegt zum Ende des ersten Halbjahres im Vergleich zum Vorjahreszeitraum bei einem Plus von 3,8 Prozent bei den Vollzeitbeschäftigten und 1,9 Prozent bei den Teilzeitbeschäftigten (insgesamt +3,1 Prozent). In der Gastronomie (ohne Kantinen und Caterer) konnte die Beschäftigtenzahl insgesamt in 2009 sogar um 1,4 Prozent gesteigert werden, allerdings nur um den Preis einer Verlagerung von Vollzeit- zu Teilzeitbeschäftigten. Im ersten Halbjahr 2010 sank dort jedoch die Beschäftigung wieder um 1,3 Prozent. Ursache sind insbesondere die weiter andauernden Umsatz- und Beschäftigungsrückgänge in der getränkegeprägten Gastronomie. Relativ stabil zeigt sich die Beschäftigungssituation bei den Pachtkantinen und Caterern, die nach leichten krisenbedingten Rückgängen in 2009 (-0,6 Prozent) im ersten Halbjahr 2010 wieder einen Beschäftigungszuwachs von 1,1 Prozent verzeichneten. Wohlgedermt: Diese Stabilität wurde nicht in Form von Kurzarbeitergeld durch die Bundesagentur für Arbeit finanziert, sondern durch die gastgewerblichen Unternehmer allein sichergestellt.

Bereits seit dem Jahr 2006 zeichnet sich ein deutlicher Trend zum Anstieg der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung in Hotellerie und Gastronomie ab. Seit Juni 2008 liegt die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Gastge-

werbe nach Daten der Bundesagentur für Arbeit stabil über 800.000, natürlich mit saisonalen Schwankungen. Im Juni 2009 wurde mit 828.441 Menschen, die im Gastgewerbe sozialversicherungspflichtig beschäftigt waren, der Höchststand gemessen, nochmals ein Plus von 2,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Auch nach den aktuellen Zahlen der Bundesagentur für Arbeit (Stand März 2010) ist wieder eine Steigerung zum Vorjahreszeitraum von 1,58 Prozent zu verzeichnen, die Branche beschäftigte in sozialversicherungspflichtigen Arbeitsverhältnissen 802.826 Menschen.

Arbeitsmarktentwicklung und -prognosen

Mit Sorge erfüllen den DEHOGA dagegen die sich auf dem Arbeits- und Ausbildungsmarkt bereits abzeichnenden Vorboten eines zukünftigen Arbeitskräftemangels. Im September 2010 verzeichnete die Bundesagentur für Arbeit bei den gemeldeten Stellen in der Gastronomie ein Plus von 16,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahresmonat, bei der Beherbergung (hierin ist der Mehrwertsteuereffekt enthalten) gar ein Plus von 34,2 Prozent. Gleichzeitig gingen die Arbeitslosenzahlen für alle typischen Beschäftigtengruppen der Branche deutlich zurück, so für Kellner um 3,1 Prozent, für Köche um 16,5 Prozent und für Hotelfachleute gar um 25,4 Prozent. Auch wenn man im Gastgewerbe noch nicht von einem akuten Fachkräftemangel sprechen kann, wird es in bestimmten Regionen und für bestimmte Qualifikationen zunehmend schwierig, geeignete und

motiviert Arbeitskräfte zu finden. Bezieht man nun noch die seit zwei Jahren rückläufigen Ausbildungszahlen in den gastgewerblichen Berufen sowie die demografische Entwicklung mit ein, so wird deutlich, dass die Branche sich für die Zukunft auf eine veränderte Arbeitsmarktsituation einzustellen hat.

Das Thema Fachkräftesicherung wird daher für das personalintensive Gastgewerbe eine der größten Zukunftsaufgaben sein. Erforderlich ist hier eine Gesamtstrategie von Politik, Gesamtwirtschaft und Branche. Diese muss sowohl eine bessere Qualifizierung und Aktivierung des inländischen Erwerbspersonenpotenzials in den Blick nehmen (Stichworte: Migranten, Langzeitarbeitslose, Ältere oder Vereinbarkeit von Familie und Beruf) als auch – zeitgleich – Zuwanderungsfragen arbeitsmarkt-orientiert angehen. Die Auszubildenden von heute sind die Fachkräfte von morgen. Daher ist die Branche gefordert, junge Menschen für die Ausbildung in Hotellerie und Gastronomie zu begeistern, sie so zu qualifizieren, dass sie für die Arbeit dort gut gerüstet sind und ihnen eine attraktive berufliche Lebensperspektive zu bieten.

Arbeitsmarktthemen in Zeiten der schwarz-gelben Koalition

Für eine arbeitsintensive Branche wie das Gastgewerbe stellen ein beschäftigungsfreundliches Arbeitsrecht und niedrige Lohnzusatzkosten elementar wichtige Rahmenbedingungen dar. Hoteliers und Gastronomen schaffen Arbeits- und Ausbildungsplätze in Deutschland und verlagern diese nicht in Niedriglohnländer. Die wichtigsten DEHOGA-Forderungen lauten daher in Kürze:

Keine Mindestlöhne über Gesetze

Die weitere Ausweitung von Mindestlöhnen auf immer mehr Branchen beobachtet das Gastgewerbe mit Sorge. Mit einem Mindestlohn im Gastgewerbe würden viele der weniger produktiven Arbeitsplätze im Niedriglohnbereich vernichtet. Eine Zunahme der Schwarzarbeit wäre vorprogrammiert. Ein Mindestlohn wäre also nicht nur ökologisch unsinnig, sondern auch unsozial, da er manche Hilfskräfte dauerhaft aus der legalen

Arbeit verdrängen würde. Das beste Rezept für eine sachgerechte Lohnfindung in der Branche ist das flächendeckende Tarifvertragssystem, denn so wird der Wirtschaftskraft der jeweiligen Region Rechnung getragen. Daher begrüßt der DEHOGA die klare Ablehnung eines allgemeinen gesetzlichen Mindestlohnes durch die Koalitionsregierung. Darüber hinaus ist es jedoch erforderlich, klare Regelungen zum Tarifvorrang ins Arbeitnehmerentsendegesetz und vor allem ins Mindestarbeitsbedingungengesetz aufzunehmen. Denn es kann nicht sein, dass ein branchenfremder Ausschuss Regelungen treffen kann, die gültige Vereinbarungen der Sozialpartner außer Kraft setzen.

Mehr Netto vom Brutto

Die Lohnzusatzkosten müssen konsequent gesenkt werden. Der Faktor Arbeit darf sich für die Unternehmen nicht weiter verteuern und auch die Reallöhne der Mitarbeiter und damit die Kaufkraft müssen endlich wieder steigen. Der Anteil der Sozialversicherungsbeiträge muss dauerhaft auf einen Wert unter 40 Prozent stabilisiert werden. Dafür müssen Renten-, Kranken- und Pflegeversicherung demografiefest gemacht werden; dazu gehört auch die Betrachtung der Leistungsseite. Die beabsichtigte Gesundheitsreform ist als Einstieg in die Abkopplung der Gesundheits- von den Lohnkosten ein Schritt in die richtige Richtung. Weiter war auch die schrittweise Anhebung des Rentenalters auf 67 Jahre eine notwendige Entscheidung. Die wahltaktisch motivierte Rentengarantie war dagegen ein Fehler; die unterbliebenen Rentendämpfungen müssen jetzt zumindest zügig nachgeholt werden.

Kündigungsschutz und Befristung flexibilisieren, Arbeitszeiten liberalisieren

Ein anwenderfreundliches und rechtssicheres Arbeitsrecht würde gerade in wirtschaftlich turbulenten Zeiten dazu beitragen, den Arbeitsmarkt zu stabilisieren. Heute wirken aber viele der gesetzlichen Vorgaben wie der komplexe Kündigungsschutz und die starren Regelungen für befristete Arbeitsverhältnisse gerade in kleinen und mittelständischen Unternehmen beschäftigungshemmend. Viel zu oft steht allein der Schutz des ein-

zelen Arbeitsplatzes im Fokus, statt die Beschäftigungssicherheit durch neue Chancen auf dem Arbeitsmarkt in den Mittelpunkt zu rücken. Forderungen nach einer Abschaffung der sachgrundlosen Beschäftigung, wie sie im Herbst 2010 im Bundestag diskutiert wurden, sind beschäftigungspolitisch absolut kontraproduktiv. Wichtig ist es dagegen, wie im Koalitionsvertrag angekündigt, eine Lockerung des generellen Vorbeschäftigungsverbot bei sachgrundloser Befristung einzuführen; missbräuchliche Kettenbefristungen können durch eine Karenz-/Wartezeit von sechs Monaten verhindert werden. Schließlich ist die 10-stündige tägliche Höchstarbeitszeit im Arbeitszeitgesetz für die gastgewerbliche Praxis zu unflexibel und damit untauglich.

Die Branchenlösung zur betrieblichen Altersvorsorge: hogarente

Ein voller Erfolg: seit über acht Jahren ist er in Kraft – der bundesweit geltende Tarifvertrag zur Altersvorsorge im Gastgewerbe, der am 4. Juni 2002 vom DEHOGA Bundesverband und der Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten (NGG) unterzeichnet wurde. Nach mehrmonatigen Verhandlungen haben die Tarifparteien eine bundesweite Regelung geschaffen, die dazu beitragen soll, die Versorgungslücke bei der gesetzlichen Rente zu schließen: Für Vollzeitbeschäftigte wird eine Anschubfinanzierung in Höhe von 150 Euro jährlich in die Altersvorsorge eingezahlt. Die freiwillige Entgeltumwandlung der Arbeitnehmer fördert der Arbeitgeber mit 16 Prozent.

Mit der Umsetzung wurden die Hamburg-Mannheimer Versicherungs-AG, die in diesem Jahr

umfirmierte und nunmehr ERGO heißt, und die HDI-Gerling Lebensversicherung AG beauftragt. Beide Unternehmen haben im Ausschreibungsverfahren hinsichtlich Rendite und einfacher Handhabung das beste Ergebnis präsentiert. Bislang haben circa 130.000 Arbeitnehmer mit der hogarente Vorsorge für die Zukunft getroffen.

In diesem Jahr wurden einige Neuerungen bei der hogarente auf Wunsch der Arbeitgeber wie auch der Arbeitnehmer vorgenommen, womit die hogarente auf noch mehr Akzeptanz trifft. Dem Wunsch vieler Arbeitgeber entsprechend, können die Unternehmen jetzt auch die Beiträge für die Beschäftigten monatlich abführen. Dies war in der Vergangenheit nur einmal jährlich zum 1. Dezember eines Jahres möglich. Zu weiteren Vereinfachungen führt die Möglichkeit der Arbeitgeber, die Beiträge per Lastschrift einzuziehen zu lassen.

Auf Wunsch vieler versicherter Arbeitnehmer besteht seit diesem Jahr die Möglichkeit, mit der hogarente eine Berufsunfähigkeitszusatzversicherung abzuschließen. Bei dieser Zusatzversicherung zahlt die Versicherung im Falle der Berufsunfähigkeit die Beiträge in die hogarente weiter ein, um die zusätzlichen Altersvorsorgebeträge für die Arbeitnehmer im Rentenalter abzusichern.

Nach aktuellen Informationen der Konsortialpartner Hamburg-Mannheimer und Gerling liegt der durchschnittliche Betrag der jährlichen Entgeltumwandlung bei über 750 Euro. Dies verdeutlicht, dass die Mitarbeiter die Notwendigkeit der zusätzlichen Altersvorsorge ernst nehmen.

Weitere Informationen unter www.hogarente.de.

ERGO

ERGO
Überseering 45
22297 Hamburg
Fon 040/63 76-5848
hogarente@ergo.de

HDI GERLING

HDI-Gerling Lebensversicherung AG
Vertriebsservice Leben Direkt
Charles-de-Gaulle-Platz 1
50679 Köln
Fon 0221/1 44-45 64
dehoga-service@gerling.de

Berufsbildung

Bundesausschuss für Berufsbildung

Der Bundesausschuss für Berufsbildung ist mit Sachverständigen aus den Regional- und Fachbereichen sowie vom DEHOGA-Präsidium delegierten Fachleuten besetzt und garantiert in dieser Zusammensetzung die branchenbezogene Erörterung und Aufbereitung der anfallenden Sachprobleme, um hierdurch den DEHOGA-Beschlussgremien die Entscheidung in oft schwierigen Sachfragen zu erleichtern. Vertreter des Verbands der Köche Deutschlands (VKD), des Verbands der Servier- und Restaurantmeister (VSR), der Gastronomischen Akademie Deutschlands (GAD), der Industrie- und Handelskammern und die Schulleiter der Hotelfachschulen in Berlin, Dortmund, Hamburg, Hannover, Heidelberg, Leipzig und Saarbrücken sowie der Berufsakademie Ravensburg sind als ständige Gäste im Bundesausschuss für Berufsbildung vertreten.

Ziel der Arbeit des Bundesausschusses für Berufsbildung ist es, die einheitliche Meinungsbildung auf Bundesebene innerhalb des DEHOGA sowie mit anderen befreundeten Verbandsorganisationen zu Fragen der Berufs- und -weiterbildung herbeizuführen. Im Berichtszeitraum tagte der Bundesausschuss für Berufsbildung unter Leitung der Vorsitzenden Eva Rühle, Rehabilitationsklinik Schwäbische Alb, Bad Urach, am 1. November 2009 in Königswinter und am 3./4. Mai 2010 in Friedrichshafen. Der Vorstand wird komplettiert durch die stellvertretenden Vorsitzenden Ursula Blasius, Restaurant Ratsstube in Merzig, und Armin Schumann, Café Restaurant Luisenhof in Dresden.

Gastgewerblicher Aus- und Weiterbildungsmarkt

Im Ausbildungsjahr 2009 schlug die demografische Entwicklung deutlich auf die Ausbildungszahlen in den gastgewerblichen Berufen durch. Die Gesamtzahl der Auszubildenden sank um 7,2 Prozent und damit erstmals seit vier Jahren auf unter 100.000 (96.073). Bei den neu abgeschlossenen Ausbildungsberufen lag der Rückgang sogar bei 9,1 Prozent. Bei den Auszubildenden im Bereich Industrie und Handel

insgesamt lag der Rückgang bei 10,0 Prozent. Es ist davon auszugehen, dass sich die rückläufige Entwicklung weiter verstärken wird. In diesem Jahr machten viele Ausbildungsbetriebe bereits die Erfahrung, dass sie ihre Ausbildungsplätze nicht mit geeigneten Bewerbern besetzen konnten.

Nach wie vor stellen Hotellerie und Gastronomie rund 7,5 Prozent aller neuen Ausbildungsplätze in Deutschland und sind damit eine der wichtigsten Ausbildungsbranchen überhaupt. Dabei ist die vielfach in der Branche stattfindende Ausbildung in anderen als den sechs gastgewerblichen Berufen (z.B. Veranstaltungskaufmann/-frau, Kaufmann/-frau Tourismus und Freizeit, Büroberufe und andere) noch nicht mitgerechnet. Der Wettbewerb um die besten Auszubildenden wird sich angesichts der sinkenden Schulabgängerzahlen, insbesondere in den neuen Bundesländern, verschärfen.

Ein Rückgang bei den Neuverträgen fand in allen sechs gastgewerblichen Berufen statt, am stärksten bei den Restaurantfachleuten (-10,9 Prozent). Der Kochberuf liegt in der Beliebtheitskala mit fast 15.000 neu begonnenen Auszubildenden weiterhin auf Rang eins, gefolgt von den Hotelfachleuten mit über 11.000 Neuverträgen. Der Rückgang bei den Fachkräften im Gastgewerbe ist auf – auch in der Gesamtwirtschaft zu beobachtende – deutlich rückläufige Zahlen in der außerbetrieblichen Ausbildung zurückzuführen – dieser Beruf wird vielfach durch Träger ausgebildet. Insgesamt wächst der Anteil der Hauptschüler unter den Auszubildenden, der Anteil der Abiturienten dagegen sinkt.

Einstiegsqualifizierung

Die Hoteliers und Gastronomen sorgen heute nicht nur durch Ausbildung für den Fachkräftemangel von morgen vor. Auch werden für zahlreiche, nicht ausbildungsreife Jugendliche über Einstiegsqualifizierungen Wege in Ausbildung und Beschäftigung eröffnet. Möglich sind hier Qualifizierungsmaßnahmen in den Bereichen Service, Speisenvorbereitung, Housekeeping oder Catering. Über 60 Prozent der so qualifizierten Jugendlichen finden anschließend einen regulären Ausbildungsplatz.



Eva Rühle, Vorsitzende des Bundesausschusses für Berufsbildung.

Entwicklung aller fortbestehenden und neu begonnenen gastgewerblichen Ausbildungsverhältnisse 2008 bis 2009

Beruf	2008	2009	Entwicklung 2008 zu 2009
Koch/Köchin	16.131	14.828	- 8,1 %
Restaurantfachmann/-frau	6.821	6.079	- 10,9 %
Hotelfachmann/-frau	12.349	11.192	- 9,4 %
Hotelkaufmann/-frau	434	418	- 3,7 %
Fachmann/-frau für Systemgastronomie	3.096	2.821	- 8,9 %
Fachkraft im Gastgewerbe	4.242	3.796	- 10,5 %
Summe	43.073	39.134	- 9,1 %

(DEHOGA-Statistik, Quelle: DIHK; Stand April 2010)

Aktuelle Entwicklung der neu abgeschlossenen Ausbildungsverhältnisse nach Berufen 2008 bis 2009

Beruf	2008	2009	Entwicklung 2008 zu 2009
Koch/Köchin	40.995	37.640	- 8,2 %
Restaurantfachmann/-frau	15.650	14.172	- 9,4 %
Hotelfachmann/-frau	30.803	29.067	- 5,6 %
Hotelkaufmann/-frau	1.113	1.059	- 4,9 %
Fachmann/-frau für Systemgastronomie	6.992	7.091	+ 1,4 %
Fachkraft im Gastgewerbe	8.025	7.014	- 12,6 %
Summe	103.578	96.073	- 7,2 %

(DEHOGA-Statistik, Quelle: DIHK; Stand April 2010)

Entwicklung aller fortbestehenden und neu begonnenen gastgewerblichen Ausbildungsverhältnisse 1996 bis 2009

Jahr	Ausbildungsverhältnis	Entwicklung
1996	67.064	6,7 %
1997	72.098	7,5 %
1998	78.057	8,3 %
1999	86.188	10,4 %
2000	90.645	5,2 %
2001	93.064	2,7 %
2002	91.968	- 1,2 %
2003	93.535	1,7 %
2004	97.126	3,8 %
2005	100.648	3,6 %
2006	105.042	4,4 %
2007	107.041	1,9 %
2008	103.578	- 3,2 %
2009	96.073	- 7,2 %

(DEHOGA-Statistik, Quelle: DIHK; Stand April 2010)

Entwicklung der neu begonnenen gastgewerblichen Ausbildungsverhältnisse 1996 bis 2009

Jahr	Ausbildungsverhältnis	Entwicklung
1996	28.858	7,9 %
1997	31.659	9,7 %
1998	34.617	9,3 %
1999	39.348	13,7 %
2000	40.036	1,7 %
2001	39.518	- 1,3 %
2002	38.503	- 2,6 %
2003	40.655	5,6 %
2004	42.655	4,9 %
2005	43.346	1,6 %
2006	45.598	5,2 %
2007	46.354	1,7 %
2008	43.073	- 7,1 %
2009	39.134	- 9,1 %

(DEHOGA-Statistik, Quelle: DIHK; Stand April 2010)

Fort- und Weiterbildung

Weiter nach oben weisen die Zahlen in der Weiterbildung. Mehr als 1.300 Teilnehmer haben im Jahr 2009 eine gastgewerbliche IHK-Fortbildung (z.B. Meister, Fachwirt, Diätkoch) gemacht; das ist gegenüber dem Vorjahr erneut ein Plus von 3,4 Prozent. Alle drei gastgewerblichen Meisterfortbildungen (Küchenmeister, Restaurantmeister, Hotelmeister) verzeichneten im Jahr 2009 steigende Teilnehmerzahlen (insgesamt +11,8 Prozent). Auch die Hotelfachschulen melden überwiegend stabile oder steigende Schülerzahlen in der für die Branche besonders wichtigen Weiterbildung zum/zur staatlich geprüften Betriebswirt/in.

Die Anpassung der Rahmenlehrpläne für die gastgewerblichen Meisterfortbildungen an Veränderungen beim Modul „Wirtschaftsbezogene Qualifikationen“ wurde im Jahr 2010 abgeschlossen und in Kraft gesetzt. Für 2010/2011 steht nunmehr die Modernisierung der Kammerfortbildungen „Fachwirt/in im Gastgewerbe“ und Diätkoch/Diätköchin“ an.

Initiative Ausbildungsqualität gestartet

Der DEHOGA bekennt sich klar zum dualen System der Berufsausbildung mit den Lernorten Betrieb und Berufsschule. Durch die Verankerung in der betrieblichen Praxis ist weit besser als durch schulische Ausbildungssysteme, wie sie in den meisten anderen europäischen Ländern vorherrschen, gewährleistet, dass tatsächlich für den Arbeitsmarkt und nicht am Bedarf vorbei ausgebildet wird.

Die gastgewerblichen Ausbildungsordnungen sind durch ihre offenen Lernzielformulierungen für die Zukunft gut gerüstet. Die Forderung nach der Vermittlung gemeinsamer Kernkompetenzen in einer Berufsgruppe, wie sie in der allgemeinen Reformdiskussion zur beruflichen Bildung laut wird, ist in den gastgewerblichen Berufen bereits seit der Neuordnung 1998 durch die gemeinsame berufliche Grund- und Fachbildung in den ersten beiden Ausbildungsjahren verwirklicht. Hier hat sich unsere Branche wahrhaft erfolgreich als Trendsetter erwiesen.

Die duale Berufsausbildung ist für das Gastgewerbe nach wie vor der Ausbildungsweg der Zukunft. Auch wenn die Akademisierung, insbesondere durch duale Studiengänge, auch in unserer Branche zunehmend Einzug hält, wird der weit überwiegende Teil der Fachkräfte nach Einschätzung des DEHOGA weiter aus dem dualen Ausbildungssystem hervorgehen. Für die Zukunftsfähigkeit der beruflichen Bildung ist es unabdingbar, dass alle Akteure sich aktiv der Qualitätssicherung und -verbesserung widmen.

Zum 1. August 2009 ist eine neue Ausbildereignungsverordnung (AEVO) in Kraft getreten. Seitdem müssen neue Ausbilder wieder eine Prüfung ablegen. Das allein reicht aber nicht aus, um Ausbildungsqualität sicherzustellen, denn diese ist ganz wesentlich auch eine Frage der Einstellung und der Rahmenbedingungen. Sinkende Schülerzahlen, steigende Studierneigung und zunehmender Wettbewerb der Branchen um die besten Köpfe stellen alle Ausbildungsbetriebe vor neue Herausforderungen im Ausbildungsmanagement und Ausbildungsmarketing. Jugendliche bringen



immer weniger an sozialer Kompetenz mit und sind immer häufiger nicht ausbildungsreif.

Im Mai 2010 hat der DEHOGA daher seine „Initiative Ausbildungsqualität“ gestartet. Die Ausbildungsbetriebe und Ausbilder der Branche müssen sich noch stärker als bisher der Aufgabe stellen, ihr Know-how in Bezug auf Ausbildung fit für die Zukunft zu machen, an veränderte Bedingungen anzupassen und von den Erfahrungen der Kollegen zu lernen.

Die DEHOGA Landes-, Bezirks- und Kreisverbände und die Unternehmen der Hotellerie und Gastronomie führen bereits vielfältige Aktivitäten durch, um die Bedeutung dieses Themas zu stärken: von Ausbilderschulungen und -foren bis zur Unterstützung beim Internetauftritt, von lokalen Ausbildungsberatern bis zum Messeauftritt, von der Schulpatenschaft bis zum Kinospot, vom Azubi-Wettbewerb bis zum Tag der offenen Tür. Diese Aktivitäten leben vom Engagement der Akteure vor Ort. Gute Ideen sollen aber nicht regional begrenzt bleiben. Deshalb hat sich der DEHOGA entschlossen, einige erprobte Maßnahmen bundesweit zur Verfügung zu stellen und umzusetzen. Die Initiative Ausbildungsqualität besteht zunächst aus vier Bausteinen, die sukzessive umgesetzt werden. Weitere können dazu kommen:



- Als erster Baustein steht seit Frühjahr 2010 der Azubi-Bewerber-Knigge nach dem Vorbild des DEHOGA Bayern zur Verfügung. Der Knigge kann bei Ausbildungsmessen, Informationstagen oder anderen Marketingaktivitäten der Verbände oder Unternehmen zum Einsatz kommen. Die Botschaft: Wir suchen Talente – Worauf kommt es für eine erfolgreiche Bewerbung in Hotellerie und Gastronomie an. Der Knigge kann unter www.dehoga.de angeschaut oder über den DEHOGA Shop bezogen werden.
- Als zweiter Baustein kommt ein Ausbilder-Wegweiser nach dem Vorbild des DEHOGA Baden-Württemberg dazu. Der Wegweiser soll als wertige Arbeitshilfe mit zahlreichen Mustern, Checklisten und Testimonials den Ausbildungsbetrieben Anregungen für die Verbesse-

rung ihrer Ausbildungsorganisation geben. Dazu gehören Tipps zum Führen eines Vorstellungsgesprächs oder Wissenwertes zu Freistellung, Berichtsheft oder Zeugniserstellung ebenso wie Themen, die erst in letzter Zeit mehr in den Fokus rücken wie die Einbeziehung der Eltern in die Ausbildung oder der Umgang mit fremden Kulturen.

- Eingesetzt werden kann der Wegweiser z.B. auf den Ausbilder-Seminaren, die als dritter Baustein bundesweit auf lokaler Ebene, möglichst gemeinsam mit der jeweiligen IHK und Berufsschule, durchgeführt werden sollen.
- In der Folge sollten auf allen DEHOGA-Ebenen im Internet Best-Practice-Beispiele und ergänzende Informationen sowie landesspezifische Inhalte bereit gehalten werden.

Weiter werden Differenzierungserfordernisse zwischen eher praktisch begabten Jugendlichen und besonders engagierten und leistungsfähigen Jugendlichen tendenziell zunehmen. Auch dieser Herausforderung muss sich die Branche stellen und an der Entwicklung entsprechender Instrumente wie Zusatzqualifikationen und Leistungswettbewerben einerseits, Ausbildungshilfen und Unterstützung andererseits, mitarbeiten. Schließlich wird der DEHOGA weiter aufmerksam beobachten, ob sich Neuordnungsbedarf ergibt. Insbesondere werden dabei aktuelle Diskussionen zum Thema Kompetenzorientierung und Kompetenzmessung sowie europäische Entwicklungen (Europäischer und Deutscher Qualifikationsrahmen) eine Rolle spielen.

Aus- und Weiterbildung als Schlüssel zur zukünftigen Fachkräftesicherung

Die Azubis von heute sind die Fachkräfte von morgen. Mit guter Ausbildung halten Wirtschaft und Politik daher den Schlüssel in der Hand, für den drohenden Fachkräftemangel vorzusorgen. Gefordert sind dabei alle Akteure in der Bildung, angefangen bei den Elternhäusern, die wieder ein größeres Augenmerk auf die Vermittlung von Soft Skills wie Leistungsbereitschaft, Belastbarkeit, Disziplin und Höflichkeit, legen müssen. Hotellerie

und Gastronomie nehmen ihre Verantwortung für eine „gute Ausbildung“ ernst. Es ist Aufgabe der Branche, junge Menschen für die Ausbildung im Gastgewerbe zu begeistern, sie so zu qualifizieren, dass sie für ihr Arbeitsleben gut gerüstet sind und ihnen eine attraktive berufliche Perspektive zu bieten.

Eine besonders wichtige Rolle spielen die allgemeinbildenden und beruflichen Schulen. Es kann nicht sein, dass die Gesellschaft sich einfach damit abfindet, dass immer mehr Jugendliche nicht ausbildungsreif sind. Nicht nur, dass sieben Prozent der Jugendlichen (und erschreckende 13,3 Prozent der Jugendlichen mit Migrationshintergrund) die Schule ohne Abschluss verlassen. Selbst etlichen Jugendlichen mit Schulabschluss fehlen oftmals einfachste Basiskenntnisse, z.B. in Mathematik oder Deutsch, ohne die eine erfolgreiche Berufsausbildung kaum vorstellbar ist. Für die Ausbildungsunternehmen bedeutet dies entweder, auf die eine oder andere Form „Nachhilfe“ zu organisieren. Oder sie besetzen zur Verfügung stehende Ausbildungsplätze nicht, wenn keine geeigneten Bewerber zur Verfügung stehen. An den allgemeinbildenden Schulen muss das Thema Vorbereitung auf das Arbeitsleben und insbesondere die Berufsorientierung einen deutlich höheren Stellenwert bekommen. Projekte wie ein „permanenter Praxistag“ wöchentlich in den letzten beiden Schuljahren der Hauptschule sind dabei gute Beispiele.

Studien des Bundesinstituts für Berufsbildung (BiBB) zur Ausbildungsqualität zeigen, dass in der Beurteilung vieler Auszubildender der schulische Teil der Berufsausbildung der schwache Punkt ist – hier fehlt es oftmals an Praxistauglichkeit und Aktualität der vermittelten Inhalte. Diesem Problem müssen sich die Länder in der Lehrerausbildung und -fortbildung widmen. Mit Sorge beobachtet der DEHOGA in diesem Zusammenhang auch die Tendenz, weniger Fachpraxislehrer an den Berufsschulen einzusetzen.

Der Bund, die Bundesagentur für Arbeit und die Kammern als „zuständige Stellen“ für die Berufsausbildung nach dem Berufsbildungsgesetz (BBiG) sind aufgerufen, die Unternehmen bei ihrer



© Alois Müller

Ausbildung zu unterstützen. Das gilt in der Beratung und in der praktischen Hilfe insbesondere dort, wo eher theorieschwache Jugendliche ausgebildet werden (z.B. Einstiegsqualifizierung, ausbildungsbegleitende Hilfen abH oder Ausbildung behinderter Jugendlicher).

Letztlich mindestens ebenso wichtig wie materielle Hilfen sind ein ausbildungsfreundliches Klima in der Gesellschaft, der Abbau überkommener Ausbildungshemmnisse sowie die Orientierung an den Bedürfnissen des Arbeitsmarktes. Das klare Bekenntnis der Bundesregierung im Koalitionsvertrag zum dualen Ausbildungssystem als „Herzstück“ der „weltweit hoch geschätzten“ beruflichen Bildung in Deutschland und als „Garant für gute Übergänge in den Arbeitsmarkt und eine im internationalen Vergleich geringe Jugendarbeitslosigkeit“ erfreut die Ausbildungsbranche Gastgewerbe. Die Bundesregierung hat sich selbst das Ziel gesetzt, die Attraktivität der beruflichen Bildung für alle Jugendlichen unabhängig vom Schulabschluss zu stärken. Konkret muss dies heißen, dass Berufsorientierung weit mehr ist als



Studienberatung, Berufsorientierung und Berufsberatung dürfen sich nicht einseitig am Ziel einer Erhöhung der Studierendenquote ausrichten, sondern sie müssen die Zukunftsperspektiven der Jugendlichen insgesamt und langfristig beachten. Dazu gehört auch, dass auf dem Weg einer Verbesserung der Durchlässigkeit zwischen beruflicher und akademischer Bildung weiter vorangehen wird.

Ein wichtiges Instrument zur Sichtbarmachung der prinzipiellen Gleichwertigkeit von akademischer und beruflicher Bildung wird der Deutsche Qualifikationsrahmen (DQR) sein. In diesem dürfen daher die allgemeinbildenden Schulabschlüsse, die allein für sich noch keinerlei berufliche Handlungskompetenz geben, nicht höher bewertet werden, als duale Berufsabschlüsse. Verliert der DQR das Ziel der Darstellung von Handlungskompetenz aus dem Blick, so verliert er seinen Wert.

Das Berufsprinzip muss ernst genommen werden und notwendige Modernisierungsmaßnahmen dürfen nicht dazu führen, dass Ausbildungsgänge unnötig verschult oder zergliedert werden und dadurch ihr großer Vorteil einer Orientierung am Arbeitsmarkt verloren geht. Modularisierungsbestrebungen in der Berufsausbildung (z.B. Ausbildungsbausteine) sieht der DEHOGA daher mit Skepsis. Ausbildungshemmnisse im Jugendarbeitsschutzgesetz sind abzubauen: So ist die Nachtruhezeit von 22 Uhr auf 23 Uhr zu verschieben, die Schichtzeit (inklusive Pausen) auf maximal zwölf Stunden zu verlängern. Damit erhalten die meist minderjährigen Haupt- und Realschüler bessere Chancen auf dem Ausbildungsmarkt.

Ausbildung im Gastgewerbe

Nach der 1998 erfolgten Neuordnung gibt es sechs gastgewerbliche Ausbildungsberufe im dualen System:

- Koch/Köchin
- Hotelfachmann/-frau
- Restaurantfachmann/-frau
- Hotelkaufmann/-frau
- Fachmann/-frau für Systemgastronomie
- Fachkraft im Gastgewerbe

Im ersten Ausbildungsjahr gibt es eine gemeinsame berufliche Grundbildung für alle sechs Berufe. Auch die berufliche Fachbildung vermittelt im zweiten Ausbildungsjahr für alle Berufe, mit Ausnahme des Ausbildungsberufes Koch/Köchin, identische Ausbildungsinhalte. Der Ausbildungsrahmenplan sieht hier insbesondere die Bereiche Umgang mit Gästen, Beratung und Verkauf, Warenwirtschaft, Werbung, Verkaufsförderung und Wirtschaftsdienst vor. Vermittelt werden sollen wichtige Kernqualifikationen. Erst im dritten Jahr beginnt die Spezialisierung für die Hotelfach- und Hotelkaufleute, die Restaurantfachleute und die Fachleute für Systemgastronomie.

Für interessierte Auszubildende hat der DEHOGA Bundesverband eine Informationsbroschüre aufgelegt, die anschaulich Ausbildungsvoraussetzungen und -inhalte, Berufsaussichten sowie Fortbildungsmöglichkeiten in den einzelnen gastgewerblichen Ausbildungsberufen darstellt.

Weitere Informationen enthält die Broschüre von DEHOGA Bundesverband und dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK), „Berufsausbildung im Gastgewerbe“, die bei den örtlichen Industrie- und Handelskammern erhältlich ist, sowie die „Erläuterungen zur Ausbildungsordnung“, die durch das Bundesinstitut für Berufsbildung herausgegeben werden.

Deutsche Jugendmeisterschaften

Die Deutschen Jugendmeister in den gastgewerblichen Ausbildungsberufen fanden zum nunmehr 30. Mal vom 31. Oktober bis 2. November 2009 statt. Echte Wettkampfstimmung herrschte im Steigenberger Grandhotel Petersberg. Deutschlands 51 beste angehende Köche, Hotel- und Restaurantfachleute aus 17 DEHOGA-Landesverbänden traten in Königswinter bei Bonn gegeneinander an, um die Deutschen Jugendmeister zu ermitteln. Nach schriftlichen Arbeiten und der Warenerkennung am Samstag standen am Tag darauf die praktischen Prüfungen auf dem Programm. Je nach Ausbildungsberuf zeigten die Nachwuchskräfte ihr Können beim Zubereiten und Servieren von Speisen, Cocktails Mixen, Eindecken von festlichen Tafeln, Gestalten von Speisekarten, Zimmer

Checken und Führen von Verkaufsgesprächen. Krönender Abschluss der Meisterschaften war das Prüfungssessen am Sonntagabend. Jeder Koch musste aus einem vorgegebenen Warenkorb ein Menü für zehn Personen erstellen, das anschließend von den Restaurant- und Hotelfachmännern und -frauen professionell serviert wurde. Bis zum Wettkampfsende um 22 Uhr bewiesen alle Teilnehmer trotz großen Drucks Nervenstärke und beeindruckten die Jury mit herausragenden Leistungen.

Die Besten in ihrem Fach:

- Sylvi Ketzler vom Sport & Spa Resort A-ROSA Scharmützelsee in Bad Saarow, erreichte den ersten Platz im Ausbildungsberuf Hotelfachmann/-frau.
- Jacob Frey, Gasthof zum Ochsen, Kernen-Stetten, überzeugte als bester Auszubildender im Beruf Restaurantfachmann/-frau.
- Jessica Vahlsing, Mercure Atrium Hotel, Hannover, ging als Siegerin im Ausbildungsberuf Koch/Köchin aus dem Wettbewerb hervor.

Träger der Deutschen Jugendmeisterschaften sind neben dem DEHOGA Bundesverband der Verband der Köche Deutschlands (VKD), der Verband der Serviermeister, Restaurant- und Hotelfachkräfte (VSR) sowie das Brillat Savarin Kuratorium der FBMA-Stiftung. Die Veranstaltung wird unterstützt von namhaften Industrieunternehmen und Förderern der Branche.

Die drei besten Mannschaften der Jugendmeisterschaften 2009



Platz 1 Baden-Württemberg



Platz 2 Niedersachsen



Platz 3 Bayern



Strahlende Gewinner auf dem Petersberg: Sylvi Ketzler, Jessica Vahlsing und Jacob Frey



Herausragende Preise
für glanzvolle Leistungen

Impressionen der 30. Deutschen Jugendmeisterschaften



© Alois Müller



Deutsches Seminar für Tourismus

Der DEHOGA Bundesverband ist Gründungsmitglied des Deutschen Seminars für Tourismus (DSFT) Berlin e.V., gehört seinem Trägerverein an und engagiert sich im Kuratorium des DSFT. Das DSFT ist die zentrale Weiterbildungseinrichtung der deutschen Tourismuswirtschaft. Zahlreiche Seminare werden durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie sowie den Senat von Berlin gefördert.

Das DSFT wurde 1964 mit dem Ziel gegründet, den wachsenden Tourismusmarkt mit qualifiziertem Personal zu versorgen. Dazu zählen Fachkurse für Fach- und Führungskräfte aus dem Hotel- und Gaststättengewerbe, Kur- und Fremdenverkehr, Reisebüro- und Reiseveranstalterbereich, der Freizeitwirtschaft und dem Bildungsbereich. Aufgabe der beruflichen Weiterbildung im Tourismus durch das DSFT ist insbesondere

- das Leistungsvermögen und die Wettbewerbsfähigkeit der Branche zu erhalten und zu stärken, die Existenzsicherung zu gewährleisten und die betriebliche Rentabilität zu verbessern,
- die Beschäftigungsmöglichkeiten im Tourismus zu sichern,
- die Attraktivität der touristischen Berufe zu erhalten und Anpassungsprozesse zu erleichtern,
- die Kooperation unter den Betrieben zu fördern, den fachlichen Erfahrungsaustausch sektoral und übersektoral zu ermöglichen sowie
- den Beschäftigten im Tourismus Hilfen für die berufliche Qualifizierung, für mehr Mobilität und den sozialen Aufstieg anzubieten und ihr berufliches Fachwissen zu verbessern.

Mitglieder des Trägervereins sind 15 Spitzenorganisationen des deutschen Tourismus. Den Vorsitz der Trägerversammlung des DSFT hat Armin Brysch inne, der durch den Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW) entsandt ist.

Sitzungen der Trägerversammlung des DSFT fanden im Berichtszeitraum am 25. November 2009, 25. Juni 2010 und 22. Oktober 2010 statt. Im Geschäftsjahr 2009 konnte die Anzahl der Seminare insgesamt und der dezentralen Veranstaltungen weiter erhöht werden. Es wurden 63 von 151 Seminaren außerhalb von Berlin durchgeführt. Im laufenden Jahr wurden bis zum 1. Oktober insgesamt 106 Seminare mit 1.579 Teilnehmern durchgeführt. Positiv sind insbesondere die Kooperationsreihen, z.B. mit dem DEHOGA Hamburg und verschiedenen IHK's und Schulen, zu bewerten. Vor allem die Seminare für das Hotel- und Gaststättengewerbe werden beim DSFT gut nachgefragt und haben eine hohe Auslastung. Nach der Neuausrichtung der Förderung durch das Bundeswirtschaftsministerium im Bereich Fortbildung im Tourismus bietet das DSFT zunehmend nicht-geförderte Seminare als offene sowie Inhouse-Seminare an, führt für unterschiedliche Auftraggeber Weiterbildungsprojekte durch (z.B. Workshops zum Heritage-Tourismus) und bietet in Berlin und Hamburg die ServiceQualität Deutschland an.

Deutsches Seminar
für Tourismus (DSFT) Berlin e.V.
Tempelhofer Ufer 23/24
10963 Berlin
Fon 030/23 55 19-0
Fax 030/23 55 19-25
info@dsft-berlin.de
www.dsft-berlin.dex

Urheberrecht und Rundfunkgebühren

Urheberrecht

Rechtliche Einordnung

Das Urheberrechtsgesetz gibt jedem Urheber eines künstlerischen Werkes das Recht, sein Werk zu vervielfältigen, zu verbreiten und öffentlich wiederzugeben. Will ein Dritter das Werk gewerblich nutzen, so muss er hierzu die Einwilligung des Urhebers einholen. Da es den Urhebern praktisch nicht möglich ist, ihre Urheberrechte einzeln zu vertreten, haben sie nach dem Urheberrechtsgesetz und dem Urheberrechtswahrnehmungsgesetz die Möglichkeit, ihre Rechte und Ansprüche durch Verwertungsgesellschaften geltend machen zu lassen. Auf der anderen Seite haben sich die Musikanutzer zur Bundesvereinigung der Musikveranstalter (BVMV) zusammengeschlossen, um in einer starken Gemeinschaft den mächtigen Verwertungsgesellschaften entgegen treten zu können. Als einer der größten Vertreter von Musikanutzern ist der DEHOGA Bundesverband Mitglied im BVMV. In der Mehrzahl der Cafés, Restaurants, Hotels, Bars, Discotheken etc. wird Musik gespielt, läuft das Radio oder der Fernseher.

GEMA und Bundesvereinigung der Musikveranstalter

Die GEMA vertritt in Deutschland die Aufführungs-, Vervielfältigungs- und Senderechte von über 60.000 Komponisten, Textdichtern oder Musikverlegern, die bei ihr Mitglied sind. Damit ist sie die für das Gastgewerbe bedeutendste Verwertungsgesellschaft für musikalische Werke. Die

Bundesvereinigung der Musikveranstalter verhandelt mit der GEMA die Höhe der einschlägigen Tarife und schließt entsprechende Gesamtverträge ab. Den Mitgliedern des DEHOGA wird aufgrund des bestehenden Gesamtvertrages ein Rabatt von 20 Prozent auf alle GEMA-Gebühren eingeräumt.

Mitgliederstruktur

Mitglieder der Bundesvereinigung der Musikveranstalter sind

- der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband e.V. (DEHOGA Bundesverband),
- der Internationale Fachverband Show- und Unterhaltungskunst e.V. (IFSU),
- der Bundesverband Automatenunternehmer e.V. (BA),
- der Europäische Verband der Veranstaltungs-Centren e.V. (EVVC),
- der Swinging World e.V. (SW),
- der Handelsverband Deutschland e.V. (HDE),
- die Mood Media GmbH und
- die INTERHOGA GmbH.

Seine Repräsentanz hat der BVMV seit 1981 in der Geschäftsstelle des DEHOGA Bundesverbandes. Der Vorstand der Bundesvereinigung der Musikveranstalter setzt sich zusammen aus Ernst Fischer vom DEHOGA Bundesverband als Vorsitzender sowie Wolfgang Steuer von Swinging World (SW) und Dieter Licht vom Handelsverband Deutschland (HDE) als stellvertretende Vorsitzende. Die Geschäftsführung der Bundesvereinigung der Musikveranstalter wird übernommen von Ingrid Hartges und Rechtsanwalt Stephan Büttner.

Entwicklung der Vergütungssätze

GEMA-Tarifveränderungen ab dem 1. Januar 2010

Die GEMA und die Bundesvereinigung der Musikveranstalter arbeiteten auf der Basis eines Rahmenvertrages von 1957. Nach der Kündigung dieses Rahmenvertrages durch die GEMA werden nunmehr nur noch Verträge über den Zeitraum

Vorstand und Geschäftsführer der Bundesvereinigung der Musikveranstalter kämpfen gegen weitere urheberrechtliche Belastungen: Wolfgang Steuer, Swinging World, Ernst Fischer, DEHOGA Bundesverband, Dieter Licht, HDE, RA Stephan Büttner, Geschäftsführer (v.l.).



von einem Jahr abgeschlossen. In den sehr harten Verhandlungsrunden in 2009 konnte die Bundesvereinigung zahlreiche kostenträchtige Forderungen der GEMA erfolgreich abwehren und somit einen guten, moderaten Tarifabschluss erzielen, der insbesondere der wirtschaftlichen Situation im Gastgewerbe Rechnung trägt. Es kommt daher ab dem 1. Januar 2010 nur zu einer Erhöhung um 0,5 Prozent aller vereinbarten Tarifpositionen. Die aktuellen Verhandlungen hinsichtlich eines Gesamtvertragsabschlusses für 2011 sind noch nicht abgeschlossen.

Außer mit der GEMA bestehen weitere Gesamtverträge mit der GVL (Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten), der GÜFA (Gesellschaft zur Übernahme und Wahrnehmung von Filmaufführungsrechten), der VG Wort (Verwertungsgesellschaft Wort), der ZWF (Zentralstelle zur Wiedergabe von Fernsehsendungen) und der VG Media (Verwertungsgesellschaft Media).

GEMA-Handbuch

Die Bundesvereinigung der Musikveranstalter gibt zusammen mit der GEMA aus informationspolitischen Gründen ein GEMA-Handbuch heraus. Das Handbuch soll den Mitgliedern der Bundesvereinigung, den Musikveranstaltern, den GEMA-Bezirksdirektionen und -Außenstellen die Anwendung der Tarife bzw. die Überprüfung der Verträge und Rechnungen erleichtern. In schwierigen Einzelfällen von Mitgliedern ist grundsätzlich die Hauptgeschäftsstelle des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes zur Beratung hinzuzuziehen. Mitglieder können das GEMA-Handbuch 2011 über den jeweiligen DEHOGA-Landesverband beziehen.

GVL

Die GVL ist die Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten (Interpreten, Musiker, Tonträgerhersteller, Schauspieler). Die GEMA übernimmt für die GVL das Gebühren-Inkasso. Die Gebühren für die GVL betragen grundsätzlich 20 Prozent der jeweiligen GEMA-Tarife. Für die Tarife von Hörfunk, Fernsehen und Großbildschirmen sowie für den Discothekentarif beträgt der GVL-

Aufschlag 26 Prozent. Aufgrund eines Urteils des OLG München kann die GVL seit einigen Jahren zusätzlich Vergütungssätze für Vervielfältigungen von Hörfunksendungen in Höhe von 13 Prozent des GEMA-Wiedergabetarifes sowie für Vervielfältigungen von Tonträgern in Höhe von zehn Prozent des GEMA-Wiedergabetarifes verlangen. Seit dem 1. Januar 2005 verlangt die GVL zudem von Discotheken einen Vervielfältigungszuschlag in Höhe von acht Prozent des GEMA-Wiedergabetarifes. Dem Verband ist es dabei gelungen, die ursprüngliche Forderung von 13 Prozent auf acht Prozent zu senken und zudem rückwirkende Forderungen abzuwehren.

GVL fordert Erhöhung von 400 Prozent

Die GVL hat den bestehenden Vertrag teilweise gekündigt und fordert eine Erhöhung des GVL-Zuschlages von 20 bzw. 26 Prozent auf 100 Prozent. Zur Begründung führt sie aus, die Rechte der GVL-Mitglieder seien genau so viel wert, wie die Rechte der GEMA-Mitglieder. Der DEHOGA Bundesverband und die Bundesvereinigung der Musikveranstalter haben diese utopischen Forderungen als vollkommen überzogen und unzumutbar zurückgewiesen. Derzeit befindet man sich mit der GVL im Rechtsstreit. Die urheberrechtliche Schiedsstelle hat der GVL im August 2010 eine Erhöhung des Zuschlages auf 30 Prozent zugesprochen. Beide Parteien haben diesen Einigungsvorschlag abgelehnt, sodass das Verfahren in Kürze vor dem OLG München fortgesetzt werden wird.

VG Media und CNN

Anfang 2004 sind VG Media und CNN an den DEHOGA Bundesverband herangetreten und haben ebenfalls Forderungen für das Weitersenden von Signalen auf Hotelzimmer erhoben. Hierbei handelt es sich um Sendeunternehmen, die gemäß §§ 87, 20, 20b Urheberrechtsgesetz einen eigenen Anspruch gegen die Hotellerie geltend machen.

Mit der VG Media, die 34 private TV-Sender und 59 private Rundfunksender vertritt, bestand für den Zeitraum 2005 bis 2009 mit der Bundesverei-



nigung der Musikveranstalter bzw. mit dem DEHOGA ein Gesamtvertrag bezüglich Hotelweiterleitung, wonach Mitglieder nur 4,60 Euro pro Zimmer/Jahr, Nichtmitglieder hingegen 6,80 Euro pro Zimmer/Jahr zahlen mussten.

Nach langen, schwierigen Verhandlungen konnte eine Fortsetzung dieser Vereinbarung für den Zeitraum 2010 bis 2013 getroffen werden, wobei auch im Jahr 2010 für Mitglieder nur 4,60 Euro, ab 2011 bis 2013 dann fünf Euro pro Zimmer/Jahr zu zahlen sind. Das Inkasso hat die VG Media ab 2010 auf die GEMA übertreten. Das bedeutet, dass Hotels zukünftig nur noch eine Rechnung hinsichtlich der urheberrechtlichen Nutzung für die Kabelweiterleitung von Signalen erhalten.

Ungeachtet des bestehenden Gesamtvertrages hatte die Bundesvereinigung bzw. der DEHOGA die bestehenden Zweifel an der Forderung der VG Media gegenüber den Beherbergungsbetrieben, die ihre Programmsignale – im Gegensatz zum Satellitenempfang – per Kabel ins Haus geliefert bekommen, in einem gerichtlichen Verfahren überprüfen lassen. Der BGH hat hierzu in seinem Urteil aus November 2009 festgestellt, dass sog. Kabelhotels grundsätzlich nicht Sendender und somit urheberrechtlich nicht verantwortlich sind. Der DEHOGA hat hierzu für Verbandsmitglieder ein ausführliches Merkblatt mit weiteren Informationen und Handlungsempfehlungen herausgegeben.

Die Verhandlungen mit CNN wurden Anfang 2005 abgebrochen, weil der DEHOGA die Höhe der Forderung (29,20 Euro pro Zimmer/Jahr) als unangemessen hoch und unvertretbar zurückgewiesen hat. Von CNN wurde daraufhin ein Schiedsverfahren durchgeführt, um den Rechtsgrund des

Anspruches und die aus Sicht des DEHOGA unangemessene Höhe der Forderung gerichtlich überprüfen zu lassen. Die Schiedsstelle entschied Ende 2008, dass eine Gebühr von nur einem Euro pro Zimmer/Jahr angemessen sei. Der DEHOGA hält hingegen selbst einen Euro für zu hoch und hat gegen die Entscheidung Widerspruch eingelegt. CNN hat zwischenzeitlich das Verfahren vor dem OLG München fortgesetzt und fordert nur noch einen Euro pro Zimmer/Jahr, was für den DEHOGA bereits jetzt einen riesigen Erfolg darstellt.

Rundfunkgebühren

In Zeiten der Medienkonvergenz gilt das bestehende Rundfunkgebührensysteem als zunehmend ungerecht, antiquiert und deshalb als längst überkommen. Diese Erkenntnis hat sich auch bei der Mehrzahl der Ministerpräsidenten durchgesetzt, die derzeit über eine grundlegende Reform der Rundfunkfinanzierung beraten. Nach den Plänen der Regierungschefs soll ab der Gebührenperiode 2013 ein neues System der Rundfunkfinanzierung in Deutschland eingeführt werden. Nach dem bislang bekannt gewordenen Entwurf für einen 15. Rundfunkänderungsstaatsvertrag soll ein geräteunabhängiger Rundfunkbeitrag erhoben werden, den sowohl jeder Haushalt als auch jeder Betrieb zu zahlen hat.

Bei Betrieben soll eine Staffelung eingeführt werden, nach der abhängig von der Anzahl der Beschäftigten mindestens ein Drittel einer vollen Rundfunkgebühr (bei bis zu vier Beschäftigten) bis hin zu 150 Rundfunkbeiträgen bei 20.000 oder mehr Beschäftigten zu zahlen ist. Ein Rundfunkbeitrag soll dabei, wie bisher, bei 17,98 Euro liegen. Nachstehend die Staffelung laut „Entwurf des Staatsvertrages“:

Ein Rundfunkbeitrag beträgt 17,98 Euro	Beitrag in Euro
ein bis vier Beschäftigte (ein Drittel des Rundfunkbeitrags)	5,99 Euro
fünf bis 14 Beschäftigten (einen Rundfunkbeitrag)	17,98 Euro
15 bis 49 Beschäftigten (zwei Rundfunkbeiträge)	35,96 Euro
50 bis 249 Beschäftigten (vier Rundfunkbeiträge)	71,92 Euro
250 bis 499 Beschäftigten (acht Rundfunkbeiträge)	143,84 Euro
500 bis 999 Beschäftigten (zwölf Rundfunkbeiträge)	215,76 Euro
1.000 bis 4.999 Beschäftigten (20 Rundfunkbeiträge)	359,60 Euro
5.000 bis 9.999 Beschäftigten (60 Rundfunkbeiträge)	1.078,80 Euro
10.000 bis 19.999 Beschäftigten (100 Rundfunkbeiträge)	1.798,00 Euro
20.000 oder mehr Beschäftigten (150 Rundfunkbeiträge)	2.697,00 Euro
	(Maximalbeitrag)

Beschäftigte im Sinne dieser Staffelung sind alle zum vorangegangenen Jahresende sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Jahresdurchschnitt. Hat ein Inhaber mehrere Betriebsstätten, gilt als Beschäftigtenzahl jeder einzelnen Betriebsstätte der Quotient aus der Zahl der Gesamtbeschäftigten und der Zahl der Betriebsstätten. Darüber hinaus ist jeweils ein Drittel einer Rundfunkgebühr für jedes Hotel- und Gästezimmer zu zahlen.

Auch wenn die Umstellung auf einen geräteunabhängigen Rundfunkbeitrag aus Sicht des DEHOGA richtig ist, würde das neue Finanzierungsmodell zu erheblichen Verwerfungen führen. Es ist falsch und systemwidrig, neben allen Haushalten, die einen Rundfunkbeitrag zu zahlen haben, auch Betriebe in die Beitragspflicht einzubeziehen. Denn Rundfunknutzer können letztlich nur die einzelnen Bürger sein. Daher wäre es konsequent, die Unternehmen bzw. Betriebsstätten von der Zahlungspflicht auszunehmen. Denn die Mitarbeiter und die Inhaber in den Betrieben entrichten bereits als Bürger einen Rundfunkbeitrag.

Der DEHOGA hat sich in der Vergangenheit für die Umstellung auf einen geräteunabhängigen Rundfunkbeitrag eingesetzt. Damit können künftig Nachforschungen der GEZ zu Anzahl und Art der Empfangsgeräte entfallen. Dies führt zu einer Minimierung der Verwaltungskosten und damit zu erheblichen Einsparungen bei den Rundfunkanstalten.

Ein Gastronomiebetrieb mit 50 Beschäftigten zahlt heute, wenn ein Fernseher im Gastraum aufgestellt und ggf. noch ein Radio vorhanden ist, insgesamt knapp 24 Euro pro Monat an Rundfunkgebühren. Dieser Betrieb müsste nach dem neuen Modell zukünftig knapp 72 Euro pro Monat bezahlen. Das sind pro Jahr ca. 580 Euro mehr an Rundfunkgebühren, was eine Gebührenerhöhung von 200 Prozent bedeutet!

Noch schlechter gestellt wären die Filialbetriebe, die für jede einzelne Betriebsstätte, auch wenn keine Rundfunkgeräte vorhanden sind, Gebühren zahlen müssten. Nach einer Abfrage des DEHOGA bei Filialbetrieben würde die Anwendung des neuen Modells zu erheblichen Mehrbelastungen bis hin zu einem Vielfachen der heutigen Rundfunkgebühren führen!

Sollte an der Gebührenpflicht für Betriebe festgehalten werden, müsste die Beitragsstaffelung nach Beschäftigten in jedem Fall so ausgestaltet sein, dass sowohl bei Einzelbetrieben, als auch im Besonderen bei Filialbetrieben, keine höhere Rundfunkgebührenbelastung als bislang entsteht. Gerade in der personalintensiven Gastronomie, in der auch viele Teilzeitkräfte beschäftigt sind, muss gewährleistet sein, dass bei der Berechnung der Anzahl der Mitarbeiter diese hochgerechnet werden auf sozialversicherungspflichtige Vollzeitstellen.



© Hotelverband Deutschland (IHA)/Mercure Hotel Aachen Europaplatz

Ebenso regt der DEHOGA an, dass auf die Beschäftigtenzahl des Unternehmens insgesamt und nicht auf die der einzelnen Betriebsstätten abgestellt wird. Eine zusätzliche Belastung der Hotellerie mit Rundfunkgebühren ist darüber hinaus systemwidrig, wenn das neue Finanzierungssystem geräteunabhängig ausgestaltet ist und dennoch für jedes Hotelzimmer zusätzlich ein Drittel einer Rundfunkgebühr, zusätzlich zum Grundbeitrag nach der Beitragsstaffel, gezahlt werden soll. Auch hier gilt, dass sowohl durch die Gebührenpflicht aller Haushalte die Gäste, die die Hotelzimmer bewohnen, als auch die Mitarbeiter und der Hotelier bereits ihren Beitrag zur Rundfunkfinanzierung geleistet haben.

Rundfunkabgaben für Hotels und Gaststätten sind systemwidrig.

Eine Vervielfachung des Beitrages insbesondere in gastronomischen Betrieben ab 50 Beschäftigte ist weder sachgerecht noch zumutbar. Richtig und konsequent wäre es, die Betriebe gänzlich von Rundfunkgebühren zu befreien. Sollte dies nicht durchsetzbar sein, bedarf die Beitragsstaffel einer grundlegenden Korrektur, um Verwerfungen in Form von Gebührenerhöhungen von 100 Prozent und mehr auszuschließen.

Umweltschutz und Nachhaltigkeit

Wie kaum eine andere Branche ist der Tourismus – und damit sein Hauptleistungsträger das Gastgewerbe – auf eine intakte Umwelt angewiesen. Bereits frühzeitig hat der DEHOGA zudem die besondere Verantwortung der Branche erkannt und seine Mitglieder bei allen Fragen rund um das Thema Energiesparen und Umweltschutz unterstützt. So entwickelte der Arbeitskreis Umwelt des DEHOGA gemeinsam mit dem Bundesumweltministerium schon in den 90er Jahren den 40-Punkte-Katalog und die CD „Kosten senken durch Umweltschutz“. Die heutige „Energiekampagne Gastgewerbe“ setzt vergangene Initiativen des DEHOGA Bundesverbandes zu einer umweltorientierten Betriebsführung fort.

Energiekampagne Gastgewerbe weiterhin auf Erfolgskurs

Ziel der von allen DEHOGA Landesverbänden und vom Hotelverband Deutschland (IHA) unterstützten Kampagne ist die Reduzierung des Energieverbrauches in Hotels und Restaurants und somit die Senkung der stetig steigenden Energiekosten. Gleichzeitig ist mit dieser Initiative das Gastgewerbe die erste Dienstleistungsbranche in Deutschland, die einen wesentlichen Beitrag zum Klimaschutz leistet.



Die Anzahl der teilnehmenden Betriebe konnte auch im Berichtszeitraum weiter gesteigert werden: Rund 5.000 Hoteliers und Gastronomen nutzen bisher die Handlungsempfehlungen und Tipps der Energiekampagne, um ihren Energieverbrauch zu senken und Kosten zu sparen. Die Hotels machen mit 44 Prozent den größten Anteil aus, gefolgt von den Gaststätten (32 Prozent) und den Gasthöfen (10 Prozent). Damit liegt die Beteiligung weit über den Planzahlen der Zielvereinbarung, die 3.000 Teilnehmer nach drei Jahren vorsieht.

Das zentrale Element der Kampagne bleibt weiterhin die Internetseite www.energiekampagne-

gastgewerbe.de. Sie stellt für die teilnehmenden Betriebe eine Informationsplattform rund um das Thema Energiesparen und Energieeffizienz in Hotellerie und Gastronomie dar. Mit Hilfe des Energiesparprogramms können die Betriebe ihre Energiedaten eingeben und kontrollieren. Darüber hinaus erhalten alle registrierten Teilnehmer vierteljährlich kostenlos per Post Energiesparblätter für die verschiedenen Betriebs – und Technikbereiche, um die Energiekosten gezielt und nachhaltig reduzieren zu können. Mittlerweile sind 25 dieser Energiesparblätter zu Themen wie Küche, Beleuchtung oder Heizung erschienen.

Die Energiekampagne bietet zusätzlich eine regelmäßige wöchentliche Telefon-Hotline an. Jeden Dienstag in der Zeit von 10 bis 14 Uhr steht ein Energieexperte telefonisch für Fragen rund um das Thema Energiesparen, zur Energiekampagne und zum Energie-Sparprogramm zur Verfügung (Fon 0700/72 62 52 42 für 12 Cent/Minute). Ergänzt wird die allgemeine Hotline durch regelmäßig stattfindende Experten-Hotlines, die sich großer Nachfrage erfreuen. Im Berichtszeitraum wurden sechs dieser Experten-Hotlines durchgeführt.

Interessierte Hoteliers und Gastronomen können sich kostenlos unter www.energiekampagne-gastgewerbe.de oder direkt über den DEHOGA Bundesverband, Fon 0700/72 62 52 42 (12 Cent/Minute), bei der Energiekampagne anmelden.

Viabono – Die Umweltdachmarke im Tourismus

Der DEHOGA Bundesverband setzte schon früh Akzente für einen ökologischen Tourismus und unterstützte die Einführung der bundesweiten Dachmarke „Viabono“. Unter dem Motto „Reisen natürlich genießen“ stellte sich Viabono im Jahr 2001 der Öffentlichkeit vor. Unter der Marke Viabono wird die Nachfrage nach umweltorientierten Reiseangeboten gebündelt und verstärkt. Kernaufgabe von Viabono ist die professionelle Vermarktung von umweltorientiertem und qualitätsbewusstem Tourismus aus Deutschland.





Über 350 Betriebe aus Hotellerie und Gastronomie, aber auch Tourismusgemeinden oder Naturparks setzen die Idee des nachhaltigen Reisens heute in die Tat um.

Interessierte Hoteliers und Gastronomen finden weitergehende Informationen zu Viabono wie die Teilnahmebedingungen und den Kriterienkatalog unter www.viabono.de.

Viabono GmbH
 Hauptstraße 230
 51503 Rösrath-Hoffnungsthal
 Fon 02205/9 19 83-50
 02205/9 19 83-55
info@viabono.de
www.viabono.de

Arbeitskreis Umwelt

Am 23. November 2009 traf sich im Hotel InterContinental in Berlin der Arbeitskreis Umwelt des DEHOGA. Der bisherige Arbeitskreis-Vorsitzende, Jürgen Mädger, stellte sich nach acht Jahren erfolgreicher Amtszeit nicht mehr zur Wiederwahl. Als Nachfolger wurden der stellvertretende Vorsitzende des AK Umwelt, Ullrich Langhoff, und als sein Stellvertreter Thomas Langhauser gewählt.

Zwischen den Teilnehmern aus den DEHOGA-Landesverbänden und Fachverbänden fand wieder ein reger Austausch zu den verschiedensten Umweltthemen statt. Im Mittelpunkt der Diskussion stand diesmal ein von Langhoff vorgestellter Entwurf eines Umweltsiegels, das sowohl der Hotellerie, als auch der Gastronomie die Möglichkeit bieten soll, ihre Umweltschutzaktivitäten nach außen sichtbar zu machen.

Die Mitglieder des Arbeitskreises Umwelt einigten sich darauf, ihre Bemühungen fortzusetzen, insbesondere den mittelständisch geprägten Betrieben der Branche adäquate Lösungen zur Erlangung eines Umweltsiegels anzubieten.



Vorsitzender des Viabono-Trägervereins:
 Ullrich Langhoff.

Klassifizierungen

Deutsche Hotelklassifizierung

Markenprodukt

Bereits seit 1996 bietet der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband auf freiwilliger Basis die Deutsche Hotelklassifizierung an, die nach bundesweit einheitlichen Kriterien durchgeführt wird. Die Sterne ermöglichen dem Gast Transparenz und Sicherheit und eröffnen den teilnehmenden Beherbergungsbetrieben durch ein einschlägiges Marketing verbesserte Absatzchancen.

Die Deutsche Hotelklassifizierung ist ein Markenprodukt von internationalem Standard, das regelmäßig an die sich ändernden Gästeerwartungen und Markttrends angepasst wird. Dadurch wird garantiert, dass beispielsweise technische Neuerungen und neue Urlaubstrends aufgegriffen und in die Anforderungen eingearbeitet werden. Die letzte Fortschreibung der Kriterien erfolgte im Sommer 2009, so dass die Hotelbetriebe nunmehr nach 270 gästeorientierten und aktuellen Aspekten bewertet werden. Es werden Kriterien wie Zimmerausstattung und Dienstleistungsangebot bewertet, die ein aussagekräftiges Raster über Beherbergungsbetriebe legen. Dank der Sterne weiß der Gast, welche Angebote und Leistungen geboten werden und kann sich individuell darauf einstellen.

Die fünf international anerkannten Kategorien der Deutschen Hotelklassifizierung

Tourist	★
Standard	★★
Komfort	★★★
First Class	★★★★
Luxus	★★★★★

(Quelle: www.hotelsterne.de)

Der Fachbereich Hotellerie des DEHOGA legt die Bewertungskriterien und -modalitäten der Deutschen Hotelklassifizierung verbindlich fest und sorgt für deren bundesweit einheitliche Anwendung. Die Klassifizierung selbst wird von den Bundesländern durch eigene Klassifizierungsgesellschaften durchgeführt.

Die Kriterien der Deutschen Hotelklassifizierung unterteilen sich in Mindest- und fakultative Kriterien. Die Mindestkriterien müssen von jedem Betrieb für eine bestimmte Sternekategorie erfüllt werden und stellen den Standard dar, der für die jeweilige Kategorie in jedem Fall gegeben sein muss. Zudem werden Punkte mit fakultativen Kriterien gesammelt. Hier kann das Hotel seinen Schwerpunkt, wie zum Beispiel einen Wellness- oder Tagungsbereich, in Punkte umsetzen. Die Betriebe, die deutlich mehr Punkte erhalten haben, als für ihre Sternekategorie notwendig, erhalten den Zusatz „Superior“. Es gilt: Je höher die Sternekategorie, desto mehr Mindestanforderungen und zusätzliche Leistungen müssen erfüllt werden.

Mindestkriterien und Mindestpunktzahlen der Deutschen Hotelklassifizierung

	Anzahl Mindestkriterien	Punkte
★	44	90
★★	53	170
★★★	83	250
★★★★	104	380
★★★★★	121	570

(Quelle: www.hotelsterne.de)

Die Klassifizierung erfolgt anhand eines vom Hotelier ausgefüllten Erhebungsbogens, der per elektronischer Datenverarbeitung vorläufig ausgewertet wird. Anschließend wird jeder einzelne Betrieb von einer Klassifizierungskommission vor Ort überprüft. Erst dann werden die Sterne verliehen, die für drei Jahre gültig sind. Um die Neutralität der Bewertung zu gewährleisten, gehören den entsprechenden Kommissionen in der Regel sowohl Vertreter der



Ein Schild der Deutschen Hotelklassifizierung

zuständigen Tourismusorganisationen als auch des Gastgewerbes an. Verbleibende Unstimmigkeiten werden letztendlich in einem Schiedsstellen- oder Schlichtungsverfahren bei den Industrie- und Handelskammern ausgeräumt. Einer illegitimen Eigenvergabe von Sternen durch die Beherbergungsbetriebe selbst wird durch die Deutsche Hotelklassifizierung ein wirksamer Riegel vorgeschoben.

Die Klassifizierung erfolgt nur auf freiwilliger Basis. Da die Kriterien im Internet zum Download zur Verfügung stehen (siehe www.hotelsterne.de), ist das System vollkommen transparent. Jeder Betrieb hat die Möglichkeit, seine voraussichtliche Einstufung zu ermitteln. An der Deutschen Hotelklassifizierung können sich alle Beherbergungsbetriebe mit mehr als acht Betten beteiligen.

Wenn eine Klassifizierung erfolgreich durchgeführt wurde, erhält der Betrieb eine Urkunde sowie die Erlaubnis zur Anbringung eines Messingschildes in seinem Außenbereich, die das Ergebnis der Klassifizierung dokumentiert.

Sachstand

Die Deutsche Hotelklassifizierung stellt eine Erfolgsgeschichte dar. In den bald fünfzehn Jahren des Bestehens zählt die Deutsche Hotelklassifizierung heute über 8.000 gültig klassifizierte Betriebe, Tendenz steigend. Insgesamt sind mittlerweile rund 35 Prozent aller Hotels und Hotels garnis nach den Kriterien der Deutschen Hotelklassifizierung ausgezeichnet. Die meisten Betriebe sind im mittleren Segment, dem 3-Sterne-Bereich, zu finden.

Deutsche Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen

Das Reiseland Deutschland verfügt neben dem Hotelmarkt auch über viele kleinere Beherbergungsbetriebe, die durch einen fehlenden Tagungs-, Wellness- oder Restaurantbereich unbillige Ergebnisse bei einer Einstufung gemäß Deutscher Hotelklassifizierung erzielen würden. Um auch diesen Häusern eine auf sie zugeschnittene Klassifizierung bieten zu können, wurde die Klassifizierung für Gasthäuser, Gasthöfe und Pensionen vom Deutschen Hotel- und

Gaststättenverband (DEHOGA Bundesverband) in Kooperation u.a. mit dem Deutschen Tourismusverband (DTV) zum 1. Juli 2005 eingeführt. Die Resonanz auf die G-Klassifizierung ist äußerst positiv: Bis Mitte des Jahres 2010 haben sich bereits an die 800 Betriebe klassifizieren lassen.

Die Deutsche Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen wendet sich an Beherbergungsbetriebe mit nicht mehr als 20 Gästezimmern, die keinen Hotelcharakter aufweisen. Zur Unterscheidbarkeit der Klassifizierungssysteme für den Gast wird den Sternen stets ein „G“ vorangestellt. Wie bei ihrer „großen Schwester“, der Deutschen Hotelklassifizierung, sorgt eine strenge und regelmäßige Überprüfung der Häuser und Kriterien für eine hohe Akzeptanz der neuen Sterne am Klassifizierungshimmel in Deutschland. Fünf Jahre nach Markteinführung der Deutschen Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen („G-Klassifizierung“) trafen sich am 8. und 9. Juli 2010 in Berchtesgaden Vertreter der DEHOGA-Landesverbände, des Hotelverbandes Deutschland (IHA), des Deutschen Tourismusverbandes (DTV), der Wirt-



Passen die Kriterien der G-Klassifizierung an die Gästewünsche an. Erste Reihe v.l.: Josef Hasenknopf (Zweckverband Tourismusregion Berchtesgaden-Königssee) und Matthias Koch (Wirtschaftskammer Österreich), zweite Reihe v.l.: Luzius Kuchen (Hotelleriesuisse), Renate Mitulla (DEHOGA Niedersachsen), Wilhelm Schofer (DEHOGA Baden-Württemberg), Markus Luthé (Hotelverband Deutschland), Astrid Stoiber (BTG/DEHOGA Bayern), Lizzie Herzog (Hotelverband Deutschland), Randolph French (Deutscher Tourismusverband), Herbert Sidler (Hotelleriesuisse) und Gregor Maihöfer (DEHOGA Hamburg) bei ihrem Arbeitstreffen am 8. und 9. Juli 2010 in Berchtesgaden.

Ergebnisse der Deutschen Hotelklassifizierung nach Bundesländern

Bundesland	★	★★	★★★	★★★★	★★★★★	Anzahl
Baden-Württemberg	4	82	911	312	19	1.328
Bayern	12	156	1.048	474	22	1.712
Berlin	2	29	109	89	10	239
Brandenburg	4	17	106	54	4	185
Bremen	1	15	28	18	2	64
Hamburg	3	17	54	41	7	122
Hessen	5	57	286	137	15	500
Mecklenburg-Vorpommern	2	6	123	137	9	277
Niedersachsen	6	88	515	217	10	836
Nordrhein-Westfalen	15	87	551	316	10	979
Rheinland-Pfalz	6	93	415	119	1	634
Saarland	1	13	29	17	1	61
Sachsen	5	17	193	95	7	317
Sachsen-Anhalt	3	3	140	65	1	212
Schleswig-Holstein	5	39	207	96	12	359
Thüringen	2	15	150	74	4	244
Summe	76	733	4.865	2.261	134	8.069
Relative Häufigkeit	0,9%	9,1%	60,3%	28,0%	1,7%	100%

(Quelle: www.hotelsterne.de, Stand Juli 2010)

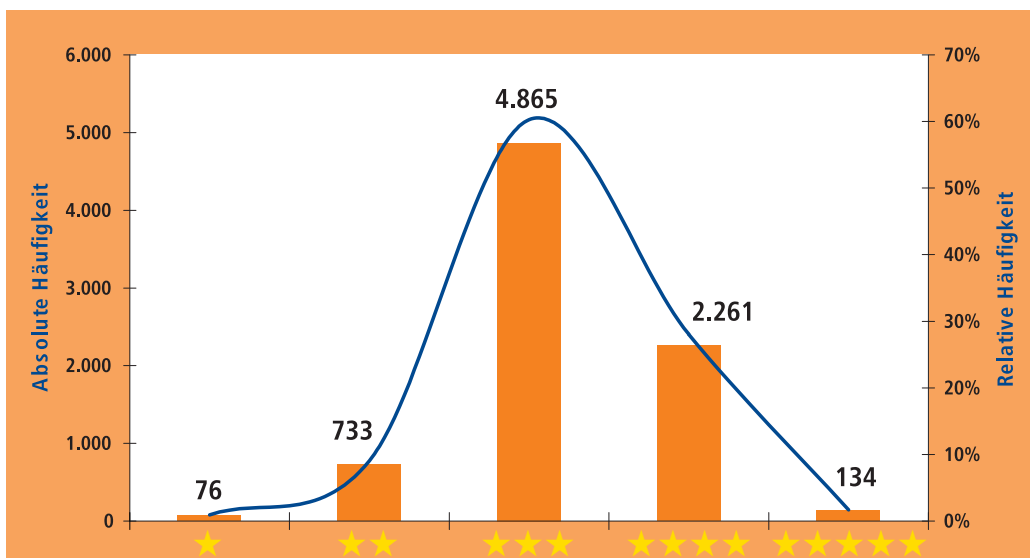


Ein Schild der Deutschen Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen.

schaftskammer Österreich – Fachverband Hotellerie, von Hotelleriesuisse und der Tourismusregion Berchtesgadener Land als Gastgeber, um routinemäßig die Klassifizierungskriterien an sich verändernde Gästeerwartungen anzupassen. Alle Krite-

rien der Deutschen Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen, hilfreiche Definitionen und Musterseiten zur Darstellung in Gastgeberverzeichnis sind im Internet unter der Adresse www.g-klassifizierung.de verfügbar.

Ergebnisse der Deutschen Hotelklassifizierung



(Quelle: www.hotelsterne.de, Stand Juli 2010)

Ergebnisse der Deutschen Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen nach Bundesländern

Bundesland	G★	G★★	G★★★	G★★★★	Anzahl
Baden-Württemberg	0	33	109	1	143
Bayern	10	63	191	2	266
Berlin	0	0	2	0	2
Brandenburg	0	5	9	0	14
Bremen	0	0	0	0	0
Hamburg	0	0	0	0	0
Hessen	0	7	30	0	37
Mecklenburg-Vorpommern	0	0	11	2	13
Niedersachsen	0	11	42	3	56
Nordrhein-Westfalen	2	12	43	0	57
Rheinland-Pfalz	1	14	49	5	69
Saarland	0	2	3	0	5
Sachsen	1	17	25	2	45
Sachsen-Anhalt	0	3	9	0	12
Schleswig-Holstein	0	2	11	0	13
Thüringen	0	11	35	0	46
Summe	14	180	569	15	778
Relative Häufigkeit	1,8%	23,1%	73,1%	1,9%	100%

(Quelle: www.g-klassifizierung.de, Stand Februar 2010)

Einheitliche Hotelsterne

Die Hotelverbände aus Deutschland, den Niederlanden, Österreich, Schweden, der Schweiz, Tschechien und Ungarn gründeten im Dezember 2009 die „Hotelstars Union“. Unter der Schirmherrschaft von HOTREC – Hotels, Restaurants & Cafés in Europe – haben die Mitglieder ein gemeinsames Klassifikationssystem in ihren Ländern eingeführt.

Bereits seit Januar 2010 setzen Deutschland, Österreich, Schweden und Tschechien die gemeinsamen Kriterien um. Ungarn setzt nach Schaffung der gesetzlichen Grundlagen auf einen Startschuss noch im Laufe des Jahres 2010. Die Schweiz wird ihrem fünfjährigen Klassifikationsrhythmus folgend im Jahr 2011 gleichziehen. In den Niederlanden gilt ein ähnlicher Zeitplan.

Mit den Hotelsternen wird den Gästen nun auch grenzüberschreitend eine zuverlässige Leitlinie für die Auswahl des Hotels geboten. Der einheitliche Kriterienkatalog bietet ein hohes Maß an Transparenz für den Gast. Die teilnehmenden Länder

eröffnen dem Gast die Chance, seine Anforderungen an ein Hotel nicht dem jeweiligen Land anpassen zu müssen, sondern sich auf einen Standard ohne Grenzen verlassen zu können. Das Fundament der einheitlichen Hotelsterne bilden die 21 Prinzipien von HOTREC, dem europäischen Dachverband für Hotels, Restaurant und Cafés in Europa, die einen Grundstandard für Hotelklassifizierungen in Europa festlegen.

Darauf aufbauend wurde der Kriterienkatalog optimiert und mit Hilfe der Ergebnisse einer repräsentativen Gästebefragung, die im Auftrag des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes (DEHOGA) und des Fachverbandes Hotellerie der Wirtschaftskammer Österreich von TNS Infratest durchgeführt wurde, modernisiert. Die Studie gab Aufschluss über sich verändernde Gästewartungen und belegte den hohen Stellenwert der Sterne für die Hotelauswahl.

Weitere Informationen finden sich unter www.hotelstars.eu. Eine Übersicht über die europäischen Hotelklassifizierungssysteme bietet www.hotelstars.org.

STR Global HotelBenchmark Survey



STR Global ist der Marktführer im weltweiten Hotel Benchmarking. Das Unternehmen geht aus einem Zusammenschluss des in London ansässigen HotelBenchmark Survey von Deloitte und The Bench, sowie dem in Nordamerika operierende Unternehmen Smith Travel Research (STR) aus dem Jahre 2008 hervor.

Der Hotel Survey von STR Global hat sich in den letzten Jahren zu einem der weltweit größten seiner Art entwickelt und umfasst derzeit rund 40.000 Hotels mit über fünf Millionen Zimmern. Allein in Deutschland nehmen rund 800 Hotels teil. Der Betriebsvergleich entspringt dem Bedürfnis der Hotellerie nach objektiven und verlässlichen Hotelkennzahlen und Marktindikatoren.

Detaillierte Informationen über Hotelmarktdaten, Industriestatistiken und weltweite Trends sind auch für die laufende Arbeit des Fachbereichs Hotellerie im DEHOGA von größter Bedeutung. Aus diesem Grund unterstützt der Hotelverband Deutschland (IHA) bereits seit Jahren den Hotel Survey von STR Global für Deutschland. Auch die Fachgruppen Hotels aller Landesverbände im DEHOGA werben für eine möglichst breite Teilnahme am Betriebsvergleich von STR Global unter ihren Mitgliedern.

Welche Vorteile bietet den Hoteliers eine aktive Teilnahme, welche für die Hotellerie in Deutschland kostenlos ist?

- Über die interaktive Internetseite www.strglobal.com bietet STR Global den Teilnehmern online eine große Auswahl spezieller Datenanalysen für deren Regionen und Städte an. So kann täglich, wöchentlich und monatlich die Entwicklung von Zimmerauslastung, Durchschnittspreisen und Durchschnittserträgen verfolgt werden.
- Darüber hinaus stehen bei einer Teilnahme jährliche Rentabilitätsstudien zur Entwicklung der Betriebsergebnisse zur Verfügung.
- Ein Hotelmarkt Forecast, bestehend aus einer Hoteldatenprognose für ausgewählte deutsche Städte, ist ebenso im Produktportfolio zu finden.
- Ferner können als weitere Option auch individuelle Vergleiche mit mindestens vier unmittel-

baren Wettbewerbern angefertigt werden. Hotelsergebnisse werden hierbei in einem zusammengefassten Format erstellt. Hierbei gibt es spezielle Angebote für Mitglieder.

Der Erhebungsbogen erfasst in der Minimalversion lediglich die monatlichen individuellen Hotelangaben über verfügbare und belegte Zimmer sowie den Logisumsatz (nach Abzug der Umsatzsteuer und des Frühstücks) und ist auch im Internet als elektronisches Formular erhältlich (www.strglobal.com).

Um ein Hotel mit sofortiger Wirkung in den Betriebsvergleich einbeziehen zu können, benötigt STR Global lediglich einmalig zusätzlich zu den laufenden Monatsdaten auch die monatlichen Betriebsergebnisse für den Zeitraum Januar bis Dezember des vergangenen Jahres.

Selbstverständlich wird allen Teilnehmern strengste Vertraulichkeit ihrer Daten garantiert. Individuelle Hotelsergebnisse werden unter keinen Umständen preisgegeben. Nur aufgrund der strikten Verschwiegenheitsgarantie konnte sich STR Global zu dem führenden Informationspool für die Hotellerie entwickeln.

Interessierte Hoteliers wenden sich bitte an Carolin Bischof, Sales Manager, E-Mail: cbischof@strglobal.com. (gerne auch auf deutsch)

Für Rückfragen steht darüber hinaus auch Markus Luthe vom Hotelverband Deutschland (IHA) in Berlin (E-Mail: office@hotellerie.de, Fon 030/59 00 99 69-0) zur Verfügung.

Deutscher Hotelführer

Der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA Bundesverband) gibt jährlich den Deutschen Hotelführer heraus, in dem alle Hotels farbig und mit Bild präsentiert werden. Zudem bildet der Deutsche Hotelführer die Leistungen der Hotels sowie die offiziellen Sterne der Deutschen Hotelklassifizierung ab.



Das gebundene Buch und die Internet-Version machen den Deutschen Hotelführer zu einem topaktuellen und multimedialen Produkt. Die enge Zusammenarbeit mit Unternehmen und Verbänden der Tourismusbranche wirkt sich positiv auf die Verbreitung der Produkte aus und steigert den Bekanntheitsgrad.

Über die Hotelsuche des Deutschen Hotelführers im Internet unter www.hotelguide.de können sich Reisende aus der ganzen Welt kostenlos in deutscher und englischer Sprache informieren und eine passende Unterkunft finden.

Als umfassendster Hotelführer Deutschlands bietet er für jeden Anspruch das richtige Haus – sei es die gemütliche Pension auf dem Land oder das luxuriöse Hotel in der Stadt. Dank seiner Vielfalt ist er ein unverzichtbares Hilfsmittel für jeden, der zuverlässig und schnell eine Übernachtungsmöglichkeit finden möchte.



Weitere Informationen sind erhältlich bei:

Matthaes Verlag GmbH
 Silberburgstraße 122
 70176 Stuttgart
 Fon 0711/21 33-334
 Fax 0711/21 33-377
hotelguide@matthaes.de
www.hotelguide.de

Beirat Gastronomie

Der Beirat Gastronomie kam am 3. und 4. Mai 2010 auf Einladung des DEHOGA Mecklenburg-Vorpommern unter dem Vorsitz von Waldemar Fretz in Fleesensee zusammen. Im Beirat Gastronomie sind alle Landesverbände sowie die Fachverbände und Fachabteilungen aus dem Fachbereich Gastronomie vertreten. Regelmäßig findet in den Sitzungen ein umfassender Erfahrungsaustausch zur wirtschaftlichen Situation der Branche sowie zu aktuellen Problemstellungen statt.

Auch in diesem Gremium wurde die Reduzierung der Mehrwertsteuer für die Hotellerie diskutiert. Kritisch gesehen wurden die aktuellen Berichte über die Einführung einer Bettensteuer. Bereits zu diesem Zeitpunkt plante die Stadt Köln von den



Waldemar Fretz, Vorsitzender des Beirates Gastronomie im DEHOGA

Hoteliers eine Abgabe in Höhe von fünf Prozent des Übernachtungspreises als Bettensteuer, in der Satzung als „Kulturförderabgabe“ genannt, zu erheben. Weiterer Gesprächsgegenstand war auch das Thema Rauchverbote in den Bundesländern. Über die aktuellen Entwicklungen in den Bundesländern Hamburg, Saarland und Bayern wurde ausführlich berichtet.

Weiteres aktuelles Thema der Beiratssitzung war die Kennzeichnung loser Ware. Am 16. März hat der Unterausschuss des Europäischen Parlaments (ENVI) über den so genannten „Sommer-Report“ zu einer neuen Verbraucherinformationsverordnung abgestimmt. Danach soll die lose Ware ganz von einer Lebensmittelkennzeichnung ausgenommen sein (Herkunft, Nährwerte etc.). Eine Ausnahme bildet die Allergenkennzeichnung: hier reicht es jedoch,

wenn im Verkaufsraum oder in der Speisekarte darauf hingewiesen wird, dass Kunden Informationen zu allergenen Stoffen im Verkaufsgespräch oder durch ausliegendes Informationsmaterial bekommen können. Dies ist ein Erfolg und vom DEHOGA auch immer so gefordert worden!

Schließlich wurde das Smiley-System hinsichtlich der zu befürchtenden Auswirkungen erörtert (*mehr dazu im Kapitel 5.4*).

Neben den Sachthemen wurde die Beiratssitzung durch Fachvorträge bereichert. Klaus Dörsam von der BGN referierte über „Rechtsvorschriften für Sicherheit und Hygiene bei Getränkeschankanlagen“, die hinsichtlich der Gefahrenquellen bei Getränkeschankanlagen einige Beiratsmitglieder in Erstaunen versetzte. Ein Vertreter der Servanti GmbH erklärte, wie man als Unternehmer neue Gäste gewinnen kann. Mit seinem Vortrag „Neue Gäste über das Internet gewinnen! Erfolgreiche Vermarktungsansätze in der Gastronomie“ zeigte er den Beiratsmitgliedern neue Wege auf. Interessant fanden die Anwesenden auch den Vortrag des Unternehmens JARD Lichtdesign mit „Appetit auf Licht? – Innovative Lichtatmosphäre und Lichtarchitektur in der Gastronomie“.

Natürlich waren auch die aktuellen GEMA-Verhandlungen Thema auf der Beiratssitzung sowie die Lizenzvergaben für die Fußball WM 2010 seitens der FIFA. Diese ließen in diesem Jahr einige Fragen aufkommen, da die FIFA erstmals die Lizenzen selbst vergab. Sie verlangte sowohl für kommerzielle als auch für nicht-kommerzielle öffentliche Vorführungen von WM-Spielen die Einholung einer Lizenz. Der DEHOGA konnte jedoch mit der FIFA eine Pauschal-Lizenz für nicht-kommerzielle Veranstaltungen aushandeln.

Höhepunkt der Beiratssitzung war die auf Einladung des DEHOGA Mecklenburg-Vorpommern organisierte Rundfahrt durch das Land Fleesensee sowie ein anschließendes Abendessen im Restaurant „Zur Schmiede“ in Roetz. Hans-Jürgen Pingel, Inhaber des Restaurants und Präsidiumsmitglied des DEHOGA Mecklenburg-Vorpommern, führte die Mitglieder durch die Mecklenburger Kartoffelgerichte mit musikalischer Begleitung von Willy Freibier.



Otto Wolter, Stellvertretender Vorsitzender des Beirates Gastronomie im DEHOGA

Alkoholpolitik und Jugendschutz

Das Gastgewerbe steht in der Verantwortung, die Vorschriften des Jugendschutzes zu achten. Jugendschutz hat in unserer Branche Priorität!

Jugendschutz – Wir halten uns daran!

Seit 2005 unterstützt der DEHOGA Bundesverband aktiv die Informationskampagne „Jugendschutz – Wir halten uns daran“ des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. Viele tausend Flyer und Plakate wurden über den DEHOGA in der Branche verteilt. Im Sommer 2009 hat das Ministerium den unter Mithilfe des DEHOGA entstandenen Schulungsfilm „Die Wette – Jugendschutz konsequent umsetzen“ veröffentlicht. Der Film kann unter www.jugendschutzaktiv.de downgeloadet oder beim DEHOGA Bundesverband kostenlos auf DVD bestellt werden.

Weiter stellt der DEHOGA über seine Landesverbände sowie über den DEHOGA Shop hochwertige A3-Plakate „Jugendschutz geht alle an!“ zur Verfügung. Auch der Verpflichtung eines jeden Gastronomen zum Aushang des Jugendschutzgesetzes kann im DEHOGA-Shop unter www.dehoga-shop.de kostengünstig nachgekommen werden.

Jugendschutz und Alkoholprävention

Der DEHOGA Bundesverband verkennt nicht, dass wegen eines teilweise ausufernden Alkoholkonsums Jugendlicher Handlungsbedarf besteht. Jedem muss klar sein: Wer gegen das Jugendschutzgesetz verstößt, muss mit Bußgeldern und im Wiederholungsfall mit dem Konzessionsentzug rechnen. Der DEHOGA hat daher bereits frühzeitig an die Betriebe appelliert, Flatrate-Partys oder „All you can drink“-Angebote zu unterlassen. Die Unternehmer haben sich damit deutlich zu ihrer Verantwortung bekannt, wenn es darum geht, Alkoholmissbrauch bei jungen Menschen wirksam zu bekämpfen.

Der DEHOGA arbeitet seit Jahren eng mit anderen Verbänden der betroffenen Branchen, wie der Bundesvereinigung der deutschen Ernährungsindustrie, dem Hauptverband des Deutschen Einzelhandels, dem Deutschen Brauer-Bund, der Deutschen Wein-Akademie und dem Bundesverband

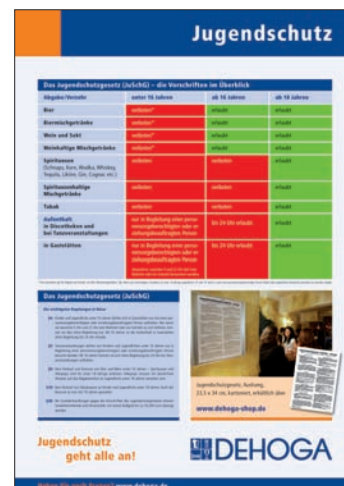
Auszug aus einem Beschluss des Großen Vorstands vom 29. März 2007:

„Wer glaubt, seine Geschäfte mit der Abgabe von Spirituosen an Jugendliche machen zu können, denkt kurzfristig, handelt illegal, riskiert seine berufliche Existenz und schädigt das Image der Branche.“

der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure zusammen, um konstruktiv seinen Beitrag zu geeigneten Maßnahmen der Alkoholprävention zu leisten.

Seit der Begründung der „Schulungsinitiative Jugendschutz“ (SchuJu) im Oktober 2007 ist der DEHOGA Kooperationspartner dieser Kampagne des Bundesverbandes der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure (BSI). Über zeitgemäße Informationsmaterialien und deren Integration in die Aus- und Weiterbildung stärkt SchuJu das Bewusstsein für einen verantwortungsvollen Umgang mit Alkohol und vertieft das Wissen der Mitarbeiter in Handel und Gastronomie. Der DEHOGA empfiehlt den Einsatz von SchuJu in Berufsschulen, Weiterbildungseinrichtungen und in der betrieblichen Unterweisung von Auszubildenden, Hilfs- und Fachkräften. Denn qualifizierte und sensibilisierte Mitarbeiter sind die Voraussetzung dafür, dass Alkohol nicht unberechtigt an Kinder und Jugendliche abgegeben wird.

Neu im Jahr 2010 stellte die SchuJu die Alterskontrollscheibe vor. Mit deren Hilfe können Mitarbei-





terinnen und Mitarbeiter in Tankstellen, Handel oder in der Gastronomie mit nur einem kurzen Blick feststellen, ob der Kunde die entsprechende Altersgrenze von 16 Jahren für den Verkauf von Bier, Wein und Sekt bzw. 18 Jahren für den Verkauf von Spirituosen erreicht hat. Die Alterskontrollscheibe zeigt tagesaktuell das Geburtsdatum an, das mindestens auf dem Personalausweis stehen muss, damit ein Kunde 16 bzw. 18 Jahre alt ist. Dazu muss der Mitarbeiter nur einmal täglich den aktuellen Tag einstellen und danach nie wieder rechnen.

Aufklären statt neuer Verbote

Die Drogenbeauftragte der Bundesregierung, Mechthild Dyckmans, MdB, weist darauf hin, dass Alkohol zu unserer Kultur dazugehört. Sie setzt auf die Einhaltung des Jugendschutzes und auf die Vorbild- und Erziehungsfunktion der Eltern. Wer dagegen nach dem Gesetzgeber ruft, der löst nicht das Problem des übermäßigen Alkoholkonsums Jugendlicher. Denn Verstößen gegen geltendes Recht und Kontrolldefiziten bei den Ordnungsbehörden kann man nicht mit schärferen Gesetzen wirksam begegnen.

Konzentration auf Alkoholmissbrauch

Wer Problemverhalten in Bezug auf Alkohol – wie Alkoholkonsum im Straßenverkehr oder in der Schwangerschaft, das so genannte Binge-Drinking oder eben jugendlichen Alkoholkonsum – effektiv reduzieren will, der muss seine Aktivitäten auf den Alkoholmissbrauch konzentrieren. Der Fokus auf eine Reduzierung des Pro-Kopf-Verbrauchs ist dagegen nicht der richtige Indikator für eine erfolgreiche Alkoholprävention. Denn schon seit Jahren sinkt der durchschnittliche Alkoholkonsum (Erwachsener wie Jugendlicher) in Deutschland, während missbräuchliches Verhalten Einzelner nicht weniger wird. Seit Jahren haben aufgrund eines wachsenden Gesundheits- und Problembewusstseins alkoholfreies Bier und Softdrinks Konjunktur im Gastgewerbe. Daher fordert der DEHOGA insbesondere:



Jugendschutz geht alle an!

Die allermeisten Gastronomen wissen um ihre besondere Verantwortung. Klar ist aber auch, dass Alkoholmissbrauch Jugendlicher oftmals außerhalb der konzessionierten Gastronomie stattfindet. Alle gesellschaftlichen Gruppen (Eltern, Lehrer, Ausbilder und Trainer in Vereinen) sind aufgerufen, einen verantwortlichen Umgang mit Alkohol zu vermitteln.

- Keine Preis- und Steuererhöhungen: Sie führen nicht zum gewünschten moderaten Konsum, sondern erhöhen Schwarzhandel und illegale Produktion.
- Keine weitere Absenkung der Promillegrenze: Die bestehende 0,5-Promille-Grenze gewährleistet bereits die Verkehrssicherheit. Alkoholbedingte Verkehrsunfälle werden zum allergrößten Teil von Fahrern mit weit höheren Blutalkoholwerten verursacht. Eine weitere Absenkung trifft dagegen die große Mehrheit der verantwortungsvollen Konsumenten, die nach dem moderaten Konsum von Bier auf das Auto als Verkehrsmittel angewiesen sind.

Rauchverbote

Wirtschaftliche Auswirkungen der Rauchverbote

Seit Inkrafttreten der ersten Rauchverbote in der zweiten Jahreshälfte 2007 in Baden-Württemberg, Hessen und Niedersachsen hat kein anderes Thema die DEHOGA-Geschäftsstellen so intensiv beschäftigt. Während die speisegeprägte Gastronomie sowie Hotels überwiegend gut mit den neuen Regelungen zum Nichtraucherschutz zurechtkamen, wuchs der wirtschaftliche Druck auf die Betreiber getränkegeprägter Kleinbetriebe und Diskotheken innerhalb kurzer Zeit immens. Der DEHOGA hat in der Folgezeit mit erheblichem Aufwand Umfragen unter den Betrieben zu den Auswirkungen der Rauchverbote durchgeführt. Die Ergebnisse, insbesondere für die „kleine Eckkneipe“, waren alarmierend. Das Aussterben eines ganzen Branchensegments war nicht mehr von der Hand zu weisen. Während der DEHOGA im Übrigen sein Augenmerk auf die Unterstützung der Unternehmer bei der Umsetzung der neuen Gesetze in den Ländern richtete und zur bundesweiten Anlaufstelle für Fragen und Hilfestellungen selbst seitens der Behörden wurde, bestand klarer Handlungsbedarf zugunsten der wirtschaftlich stark betroffenen kleinen Gaststätten.

DEHOGA ruft das Bundesverfassungsgericht an – mit Erfolg!

Der DEHOGA hat im Interesse zahlreicher, massiv betroffener Kneipen, Bars und Diskotheken nach sorgfältiger gutachterlicher Prüfung Verfassungsbeschwerden betroffener Gastronomen aus Baden-Württemberg und Berlin beim Bundesverfassungsgericht unterstützt. Die renommierten Verfassungsrechtler Prof. Rupert Scholz und Prof. Christoph Moench von der Kanzlei Gleiss Lutz haben die beispielhaften Verfahren vor dem höchsten deutschen Gericht begleitet. Die verfassungsrechtlichen Bedenken und die spürbare unverhältnismäßige Belastung der getränkegeprägten Einraumgaststätten wurden von den Bundesverfassungsrichtern geteilt – vor allem im Hinblick auf das Recht auf Berufsfreiheit und den Grundsatz der Gleichbehandlung. DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges hat allerdings immer betont: „Unsere Klagen sind kein



© Bundesverfassungsgericht

Der Erste Senat des Bundesverfassungsgerichts.

Nein zum Nichtraucherschutz. Sicher gibt es viele Restaurants und Cafés, die keine Probleme mit dem Rauchverbot haben. Wir können die Probleme der Kleinen und der Diskotheken aber nicht ignorieren.“

In Folge des Urteils des Bundesverfassungsgerichts waren alle Länder aufgefordert, gesetzliche Neuregelungen zum Nichtraucherschutz bis Ende des Jahres 2009 zu finden. Fast alle verabschiedeten Nichtraucherschutzgesetze orientieren sich an den Vorgaben des Bundesverfassungsgerichts.

Die Gesetzgeber in Hamburg und im Saarland haben sich dagegen für ein ausnahmsloses Rauchverbot entschieden. In Hamburg darf in den Restaurants, in denen Speisen angeboten werden, generell nicht mehr geraucht werden. Nur in der getränkegeprägten Gastronomie, die über einen separaten Raucherraum verfügt, darf in Hamburg noch geraucht werden.

Im Saarland wurde das absolute Rauchverbot durch eine einstweilige Verfügung des Saarländischen Verfassungsgerichtshofs bis auf weiteres ausgesetzt.

In Bayern wurde durch einen Volksentscheid am 4. Juli 2010 das absolute Rauchverbot ohne jegliche Ausnahmen eingeführt. Ab dem kommenden Jahr darf auch nicht mehr auf dem Münchner Oktoberfest in den Bierzelten geraucht werden.

Service des DEHOGA: Frage-und-Antwort-Katalog

Der Flickenteppich der Nichtraucherschutzgesetze hinterlässt nach wie vor viele offene Fragen. Daher hat der DEHOGA Bundesverband einen Frage-und-Antwort-Katalog erarbeitet, der ausführliche Antworten auf viele praxisrelevante Fragen zu den Nichtraucherschutzgesetzen gibt. Dieser Katalog wird laufend aktualisiert und kann unter www.dehoga.de heruntergeladen werden. Auch ist hier ein Frage-und-Antwort-Katalog zum Urteil des Bundesverfassungsgerichts verfügbar. Weiterhin ist dort eine Synopse zu den einzelnen Nichtraucherschutzgesetzen und dem Verfahrensstand der Gesetzgebung in den Bundesländern zu finden.



Lebensmittelkennzeichnung und -hygiene

Lebensmittelhygienerecht

Leitlinie für eine gute Hygienepraxis

Seit dem 1. Januar 2006 kommt in Europa ein für alle EU-Mitgliedstaaten neues, verbindliches und unmittelbar geltendes Hygienerecht zur Anwendung. Die neue EU-Lebensmittelhygieneverordnung schreibt Maßnahmen der Basishygiene vor, wie auch die Einführung eines HACCP-Konzeptes mit entsprechender Dokumentation. Vor diesem Hintergrund hat der DEHOGA Bundesverband zusammen mit allen zuständigen Behörden und insbesondere mit den Lebensmittelkontrollbehörden die so genannte „Leitlinie für eine gute Hygienepraxis in der Gastronomie“ entwickelt. Sie ist für Gastronomen eine wertvolle Hilfestellung bei der Umsetzung der neuen gesetzlichen EU-Vorschriften. Die Leitlinie stellt die wichtigsten und maßgeblichen Hygieneanforderungen dar, die in jedem gastronomischen Betrieb in Deutschland beachtet werden müssen.

Broschüre zur Hygieneschulung für Mitarbeiter

Zudem bietet der DEHOGA den Gastronomen mit der im Herbst 2008 neu herausgegebenen „Schulungsbroschüre für eine gute Hygienepraxis in der Gastronomie“ eine wertvolle Hilfestellung bei der Durchführung der gesetzlich vorgeschriebenen, betrieblichen Mitarbeiterschulung. Sie kann den Mitarbeitern zum Selbststudium übergeben oder auch als Unterlage bei Gruppenschulungen unter Einbeziehung der jeweiligen betrieblichen Besonderheiten durchgesprochen werden. Die Broschüre enthält die wichtigsten Hygieneregeln, die in der betrieblichen Praxis von Bedeutung sind. Durch

ihre leicht verständliche Sprache, ihre übersichtliche Darstellung und ihre umfangreiche Bebilderung ist sie eine geeignete Schulungsunterlage für Mitarbeiter mit unterschiedlichen Qualifikationen.

Lebensmittelkennzeichnung

Die EU-Kommission hat im Januar 2008 den Entwurf einer „Verordnung betreffend die Information der Verbraucher über Lebensmittel“ veröffentlicht (Lebensmittelinformationsverordnung). Ziel der Verordnung ist es, das Lebensmittelkennzeichnungsrecht infolge der geänderten Erwartungshaltung der Verbraucher EU-weit zu modernisieren. Danach sollen dem Gast vor seiner Kaufentscheidung und ohne gesonderte Nachfrage wichtige Informationen über die Zutaten einer Speise vorliegen. Der Entwurf sieht u.a. auch eine verpflichtende Kennzeichnung für lose Ware vor.

Der DEHOGA lehnt eine über § 9 Zusatzstoffzulassungsverordnung hinausgehende Kennzeichnung für lose Ware ab. Diese ist in der Gastronomie aufgrund der täglich wechselnden Gerichte nicht umzusetzen und wäre mit einem erheblichen finanziellen Aufwand verbunden. Der DEHOGA hat daher gegenüber dem Entwurf der EU-Kommission Stellung bezogen und sich gegen jegliche neue Kennzeichnungspflichten einschließlich der Allergen Kennzeichnung ausgesprochen.

Das Europäische Parlament hat sich in seiner Abstimmung am 16. Juni 2010 nun erfreulicherweise gegen eine Kennzeichnungsverpflichtung für lose Ware ausgesprochen. Der geänderte Verordnungsvorschlag der EU-Kommission wird im Herbst 2010 erwartet. Parallel dazu wird das Thema im Europäischen Rat erörtert. Mit einer Einigung auf einen gemeinsamen Standpunkt ist im Rat nicht vor Ende des Jahres zu rechnen. Es ist davon auszugehen, dass es dann aufgrund neuer Änderungsvorschläge zu einer zweiten Abstimmung im Europäischen Parlament kommen wird. Auch bei der Verwendung von Schinken- oder Käseimitaten (teilweise auch als „Mogelschinken“ und „Analogkäse“ bezeichnet) sind strengere Gesetze völlig überflüssig. Entscheidend ist vielmehr die Einhaltung der bestehenden gesetzlichen Regeln, also eine klare und verständliche



Kennzeichnung der Produkte im Einzelhandel und nachfolgend eine eindeutige, irrtumsfreie und täuschungssichere Kenntlichmachung der verwendeten Zutaten in der Gastronomie. Wo Schinken drauf steht, muss auch Schinken drin sein!

Allergiebroschüre

Das Gastgewerbe nimmt das Anliegen von Allergikern nach Aufklärung und Information sehr ernst. Deshalb hat der DEHOGA Bundesverband Ende 2008 zusammen mit dem Deutschen Allergie- und Asthmabund (DAAB) sowie dem Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) im Zuge der Umsetzung des „Aktionsplanes gegen Allergien“ eine Allergiebroschüre für die Hotellerie und Gastronomie herausgegeben. Dieser Leitfaden soll den Gastronomen und seine Mitarbeiter für die Allergieproblematik sensibilisieren, sie schulen und sie beispielsweise darüber informieren, was Allergiker von Gastronomen wünschen und benötigen. Mittlerweile sind über 20.000 Exemplare dieser Broschüre vergriffen. Eine Überarbeitung und Neuauflage des Leitfadens ist im Frühjahr 2011 geplant.

Als Ergänzung zur Broschüre wurden 2009 vom Deutschen Allergie- und Asthmabund die Restau-

rantkarten „Eine Bitte an den Koch“ entwickelt. Die Karte, die der Lebensmittelallergiker beim Besuch eines Restaurants vorzeigt, enthält alle wichtigen Informationen, die der Koch für eine sichere Lebensmittelauswahl und Zubereitung des Gerichtes für seinen Gast braucht. Zu beziehen sind die Restaurantkarten direkt über den DAAB (www.daab.de).

Veröffentlichung der Ergebnisse von Lebensmittelkontrollen („Hygiene-Smiley“)

Mit dem am 1. Mai 2008 in Kraft getretenen Verbraucherinformationsgesetz (VIG) haben Behörden die Möglichkeit, von sich aus Informationen über Verstöße gegen Hygienevorschriften im Internet oder in sonstiger öffentlich zugänglicher Weise zu veröffentlichen. Das Bezirksamt Berlin-Pankow hat diese Möglichkeit im März 2009 ergriffen und im Zuge der Einführung des „Hygiene-Smileys“ nach dänischem Vorbild Positiv- und Negativlisten im Internet veröffentlicht.

Auf der Verbraucherschutzministerkonferenz am 17. September 2010 haben sich Bund und Länder nun über eine bundesweit einheitliche Veröffentlichung der Hygienestandards in Restaurants verständigt. Bis Jahresende soll eine Arbeitsgruppe einen ersten Entwurf vorlegen, wie solch ein System zur Veröffentlichung der Ergebnisse der Lebensmittelkontrollen inhaltlich ausgestaltet werden soll.

Der DEHOGA Bundesverband spricht sich ausdrücklich für einen guten und nachhaltigen Verbraucherschutz aus; dieser muss jedoch zielführend, sachgerecht und rechtskonform ausgestaltet sein. Betriebe dürfen nicht leichtfertig an den öffentlichen Pranger gestellt werden. Existenzen und damit Arbeits- und Ausbildungsplätze stehen auf dem Spiel. Regelmäßige Lebensmittelkontrollen sind hingegen richtig und wichtig – aber auch ausreichend.

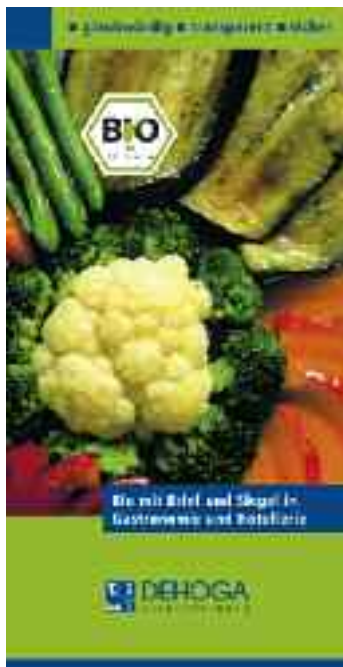
Sofern die Notwendigkeit einer Veröffentlichung der Kontrollergebnisse gesehen wird, begrüßt der DEHOGA das Ziel der Verbraucherminister, ein bundesweit einheitliches System zu schaffen. Der DEHOGA wird sich auf Länder- und Bundesebene konstruktiv in die aktuelle Debatte einbringen.



Bio-Zertifizierung

Wo Bio drauf steht, muss auch Bio drin sein

Jeder Gastronom, der heute in Deutschland Bio- oder Ökolebensmittel anbietet und diese auf seinen Speisekarten oder seiner Werbung dementsprechend kennzeichnet, muss am Kontrollverfahren nach der EG-Öko-Verordnung teilnehmen.



Denn die Gäste und die Kunden sollen sich darauf verlassen können, dass Lebensmittel, die mit dem Wort „Bio“ oder „ökologisch“ beworben werden, auch tatsächlich biologisch oder ökologisch nach den einschlägigen Vorschriften hergestellt wurden. Als die zuständigen Behörden die Bio-Zertifizierung im Jahr 2003 auch für Gastronomen zur Pflicht machten, stieß die neue Regelung bei vielen Gastronomen auf große Skepsis. Mittlerweile erreichen den DEHOGA immer mehr positive Rückmeldungen gastgewerblicher Unternehmer, die

nach einer erfolgten Zertifizierung mit Bio-Produkten gute Erfahrungen gemacht haben und das Bio-Siegel als Gütesiegel gerne nutzen.

Derzeit gibt es 16 so genannte „Bio-Mentoren“ aus bio-zertifizierten Küchen, die mit großer Fachkompetenz, fundiertem Sachverstand und einem reichen Erfahrungsschatz ihren an „Bio“ interessierten Kollegen mit Rat und Tat zur Seite stehen. Was zu tun und zu beachten ist, wenn man mit dem Einsatz von Bio-Produkten werben will, und sei es nur die Verwendung des Wortes „Bio“ oder „Öko“ in der Speisekarte, ist in einer Kurzbroschüre „Bio mit Brief und Siegel in Gastronomie und Hotellerie“ nachzulesen, die DEHOGA-Mitglieder kostenlos bei den Landesverbänden beziehen können.

Neues Bio-Logo auf europäischer Ebene in einem Wettbewerb gefunden

2008 beschloss die Europäische Kommission die Durchführung eines EU-weiten Bio-Logo-Wettbewerbs, mit dem ein neues Design gefunden werden sollte. Teilnehmen konnten Kunst- und Design-



Das neue EU-weite Bio-Logo.

Studenten aus allen EU-Staaten. Ziel war es, ein Logo für vorverpackte Bioprodukte zu entwerfen und auszuwählen. Es nahmen insgesamt 3.422 Design-Studenten an dem Wettbewerb teil. Diese überwältigende Anzahl an Beiträgen wurde anschließend von einer professionellen Jury bewertet, die die schwierige Aufgabe hatte, die besten zehn Logos auszuwählen. Nach Prüfung des Urheberrechts qualifizierten sich drei Kandidaten zur Teilnahme an einer offenen Online-Abstimmung zur Wahl des Gewinners. Vom 6. Dezember 2009 bis 31. Januar 2010 wurden fast 130.000 Stimmen für das neue EU-Bio-Logo abgegeben. Sieger wurde der deutsche Design-Student Dušan Milenkovi mit seinem Entwurf „Euro-Blatt“, für das 63 Prozent aller teilnehmenden EU-Bürger stimmten. Die Europäische Kommission hat das neue Logo für Bioprodukte im Amtsblatt der Europäischen Union (ABl. L 84/19 vom 31.03.2010, S. 19) veröffentlicht. Seit dem 1. Juli 2010 darf das alte EU-Logo nicht mehr verwendet werden, sondern nur noch das neue Logo, das in einem Übergangszeitraum von zwei Jahren auf dem Markt eingeführt wird. Das deutsche Biosiegel, das den Verbrauchern bestens bekannt ist, kann auf nationaler Ebene weiter verwendet werden.



© Alois Müller

Gaststättenrecht



Durch die Föderalismusreform im Jahr 2006 ist das Gaststättenrecht in die Gesetzgebungskompetenz der Länder gefallen. Jedes Bundesland wird nun ein eigenes Gaststättengesetz erlassen. Bis es soweit ist, gilt in den einzelnen Bundesländern das Bundesgaststättengesetz fort.

In Sachen Gesetzgebung hat Brandenburg im September 2008 die Vorreiterrolle übernommen und in enger Abstimmung mit dem DEHOGA Brandenburg das erste Gaststättengesetz auf Länderebene verabschiedet. Die Forderungen des DEHOGA nach effektivem Bürokratieabbau wurden erfüllt. So wurde in Brandenburg die Erlaubnispflicht völlig abgeschafft und durch ein personenbezogenes Anzeigeverfahren ersetzt. Wird Alkohol ausgeschenkt, gibt es eine nachgelagerte Zuverlässigkeitsprüfung.

Gestattungen für kurzfristige gastronomische Veranstaltungen gibt es dort künftig ebenfalls nicht mehr. Stattdessen muss die Veranstaltung mindestens zwei Wochen vorher angezeigt werden. Diese Anzeige wird auch der Finanzverwaltung zu Kontrollzwecken übermittelt.

Dieser Liberalisierung ist auch Thüringen in einem Landesgaststättengesetz mit nahezu gleichlautenden Regelungen gefolgt. Bremen hat ebenfalls ein Landesgaststättengesetz verabschiedet, das allerdings an einer Erlaubnispflicht für Gastronomen festhält, die Alkohol ausschenken. Das IHK-Unterrichtungsverfahren gibt es in diesen drei Bundesländern allerdings nicht mehr.

Der DEHOGA fordert, dass nach dem Vorbild Brandenburgs und Thüringens in allen Gaststättengesetzen die Erlaubnispflicht entfällt. In Deutschland könnten so jährlich rund 80 Millionen Euro an Konzessionsgebühren eingespart werden.

Mit der Erlaubnispflicht fallen auch die Gestattungen für kurzfristige gastronomische Veranstaltungen sowie das IHK-Unterrichtungsverfahren weg. Die Gestattungen sollten wie in Brandenburg und Thüringen durch eine Anzeigepflicht mindestens zwei Wochen vor der geplanten Veranstaltung samt Weitergabe der Anzeige an das Veterinär- und Finanzamt ersetzt werden, was auch zu einer effektiveren Kontrollmöglichkeit der Straßen- und Scheunenfeste führen würde.

Die Streichung des IHK-Unterrichtungsverfahrens in seiner jetzigen Form, der reinen Anwesenheitspflicht ohne Prüfung, stellt keinen Verlust dar. Ein qualifizierter Sachkundenachweis – wie vom DEHOGA immer gefordert – wäre jedoch aus verfassungsrechtlichen Gründen auch auf Landesebene nicht realisierbar.

Der Wegfall des Unterrichtungsverfahrens sollte deshalb zum Anlass genommen werden, eine bundesweite Qualifizierungsoffensive zu starten. Für diejenigen, die sich professionell durch die Teilnahme an DEHOGA-Seminaren und DEHOGA Akademie-Veranstaltungen vorbereiten, könnte es dann bevorzugt Banken- oder Brauereigeld zum Start in die Selbstständigkeit geben.

Fachabteilung Systemgastronomie

Stark für die Interessen der Systemgastronomen

Auch nach fast 20 Jahren des Bestehens präsentiert sich die Fachabteilung Systemgastronomie als dynamische Plattform des Wachstumssegments Systemgastronomie auf Bundesebene. So bunt gemischt wie die Welt der System- und Markengastronomie ist, so vielfältig sind auch die Mitglieder der Fachabteilung. 54 Unternehmen stehen jetzt, im Herbst 2010, hinter ihrer Interessenvertretung. Die bunte Palette reicht vom alteingesessenen, mittelständischen Familienunternehmen bis zur deutschen Tochtergesellschaft eines internationalen Konzerns, von Verkehrsgastronomen bis zu Handelsgastronomen, von Steakhaus-Ketten über Fastfood-Spezialisten bis hin zu trendigen Konzepten aus der Kommunikationsgastronomie.



Starke Stimmen für die Systemgastronomie – der Vorstand und die Geschäftsführung der Fachabteilung Systemgastronomie: Vorsitzender Thomas Hirschberger (M.) mit Stellvertreter Uwe Büscher (2.v.r.), Beisitzer Stefan Fehr (r.) und Schatzmeister Dierk Kraushaar (l.) sowie Sandra Warden, Geschäftsführerin der Fachabteilung.

Lobbying und Networking – Die Säulen der täglichen Arbeit

Die Fachabteilung bringt die wachsende Bedeutung des gastronomischen Spezialsegments hinsichtlich Wirtschaftskraft und Arbeitsplatzangebot in das DEHOGA-Verbandsgeschehen und in Politik und Öffentlichkeit ein. Die Erfahrungen aus der

betrieblichen Praxis der Mitglieder fließen direkt in die Lobbyarbeit des Verbandes ein. Die Fachabteilung hat den satzungsmäßigen Zugang zu allen Entscheidungsgremien des DEHOGA. Ihre Vertreter arbeiten seit Jahren engagiert in den DEHOGA-Bundesausschüssen für Arbeitsmarkt- und Tarifpolitik, Berufsbildung und Steuern mit. Auch in den Gremien der Berufsgenossenschaft BGN sind zahlreiche Systemer vertreten.

Die Fachabteilung Systemgastronomie im DEHOGA

Vorstand

- Thomas Hirschberger (Sausalitos Holding GmbH), Vorsitzender
- Uwe Büscher (Maredo Restaurants Holding), stellv. Vorsitzender
- Stefan Fehr (McDonald's Deutschland Inc.), Beisitzer
- Dierk Kraushaar (Stockheim GmbH & Co. KG), Schatzmeister

Geschäftsführung

- Sandra Warden, DEHOGA Bundesverband

Lösungsorientierte Angebote für Mitglieder

Ein regelmäßiger Rundschreibendienst hält die Mitgliedsfirmen permanent über Aktivitäten und neue Gesetze sowie deren Konsequenzen für die betriebliche Praxis auf dem Laufenden. Problemthemen, die sich im Alltagsgeschäft eines Systemers ergeben, werden aufgegriffen und entsprechende Lösungsangebote entwickelt.

Zum tarifpolitischen Geschehen in den DEHOGA-Landesverbänden wird nicht nur informiert, sondern konkret Einfluss genommen. Zahlreiche Mitglieder der Fachabteilung sind in den Tarifkommissionen der Landesverbände vertreten. Als bundesweite tarifliche Alternative wurde 1997 von einer eigens gebildeten Tarifgemeinschaft der Spezialtarifvertrag Systemgastronomie geschaffen. Auf den mindestens zweimal jährlich stattfindenden Mitgliederversammlungen steht der Erfahrungsaustausch zur Geschäftsentwicklung und zur Personalsituation im Vordergrund.

Nachwuchssicherung heißt Zukunftssicherung

Von wahrhaft vitaler Bedeutung ist das Thema Aus- und Weiterbildung. Denn die Sicherheit des Managementnachwuchses bedeutet Zukunftssicherung – für das Einzelunternehmen genauso wie für die gesamte Branche. Dass es der Fachabteilung Systemgastronomie als Initiator und treibender Kraft im Jahre 1998 gelang, gemeinsam mit vielen engagierten Mitstreitern aus Firmen und Berufsbildungswesen den Fachmann/die Fachfrau für Systemgastronomie als Ausbildungsberuf zu etablieren, kann sie sich als einen ihrer größten Erfolge auf die Fahnen schreiben. Die Ausbildung erfährt Lob von allen Seiten. So würdigte die Wirtschaftsfachzeitschrift „food-service“ vom Deutschen Fachverlag in Frankfurt am Main dieses Gemeinschaftswerk im Jahr 2002 mit der Verleihung des „Hamburger Preises“ und im Februar 2009 mit dem Special „Fit for the Future“ zum Jubiläum. Zufriedenheit und Optimismus der Azubis und der Ausbildungsunternehmen lassen wenig Wünsche offen.

Auch zahlenmäßig hat sich die Ausbildung zum Fachmann/Fachfrau für Systemgastronomie geradezu phänomenal entwickelt. Während im allerersten Ausbildungsjahr 395 Azubis an den Start gingen, sind wir heute bei rund 3.000 neuen Azu-

bis jährlich. Über 7.000 junge Menschen befinden sich aktuell in der Ausbildung.

Ausbildungsinitiative www.gast-star.de

Die Systemer-Ausbildung dokumentiert auf breiter Front Attraktivität und Wachstumschancen dieses Branchensegments. Die Unternehmen der Systemgastronomie sind großartige Ausbilder und Arbeitgeber – nur weiß das noch nicht jeder. Um dies zu ändern und um das Image der Systemgastronomie zu verbessern, haben sich 23 Ausbildungsunternehmen der Fachabteilung zur Ausbildungsinitiative www.gast-star.de zusammengesetzt.



www.gast-star.de

Ausbildungsverhältnisse Fachmann/-frau für Systemgastronomie in allen drei Ausbildungsjahren



Quelle: DIHK; Stand April 2010



Broschüre „Systemgastronomie in Deutschland 2010“

Welche Unternehmen halten den gastronomischen Wachstumsmotor am Laufen? Welche Firmen bringen den wirtschaftlichen Erfolg? Welche Potenziale können ausgeschöpft werden? Was zeichnet die Systemgastronomie aus? Wo liegen die Probleme, Möglichkeiten und Chancen für Unternehmer, Mitarbeiter und Azubis? Das sind Fragen, die immer wieder gestellt werden – von Politikern, der Presse und von interessierten Menschen, die ihre Zukunft in der Gastronomie sehen.

Die Broschüre der Fachabteilung „Systemgastronomie in Deutschland 2010“ hält die passenden Antworten parat. Geschichte, wirtschaftliche Entwicklung, Ausbildungsleistung und Karrierechancen: Die Mitgliedsunternehmen der Fachabteilung lassen keine Frage offen und unterstreichen so das positive Image der Branche.



Forum Systemgastronomie mit Nationalem Azubi-Award

Am 14. September 2010 trafen sich im CCD.Ost Congress Center Düsseldorf 700 Gäste aus Gastronomie, Hotellerie und Zulieferindustrie zum 20. Forum Systemgastronomie des Initiativkreises Gastgewerbe im DEHOGA Bundesverband. Die Veranstaltung im Rahmen der hogatec 2010 erwies sich einmal mehr als Wissensplattform und zukunftsweisendes Trendbarometer.

Nach der Begrüßung durch Hans Werner Reinhard, dem stellvertretenden Geschäftsführer der Messe Düsseldorf, sprach DEHOGA-Präsident Ernst Fischer. In seinem Bericht aus Berlin gab er einen Überblick über die aktuellen Brennpunkthemen wie Mehrwert- oder Bettensteuer, Rundfunkgebühren oder Jugendarbeitsschutz und forderte von der Politik faire und verlässliche Rahmenbedingungen für die Branche.

Als Key-Note-Speaker trat mit Uli Veigel von der renommierten Düsseldorfer Werbeagentur Grey G2 Group der CEO einer der erfolgreichsten Agenturen des Landes auf. In seinem Vortrag „Begeisterung gewinnt! Was Marken mit Erfolg anders



© Matthias Richter



© Matthias Richter

DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges und DEHOGA-Pressesprecherin Stefanie Heckel begrüßen die 700 Entscheider aus der Branche in Düsseldorf.



© Matthias Richter

Fordert faire und verlässliche Rahmenbedingungen von der Politik: DEHOGA-Präsident Ernst Fischer in seinem Bericht aus Berlin.



© Matthias Richter

Hans Werner Reinhard heißt als Vertreter der Messe Düsseldorf und Hausherr die Gäste in der Rheinmetropole willkommen und lobt die erfolgreiche Kooperation zwischen der Messe und dem DEHOGA.

machen.“ ging der Werbeprofi auf die verschiedensten Kampagnen bekannter Marken ein und legte dar, was sie von der Konkurrenz unterscheidet.

Jochen Pinsker von der npdgroup deutschland GmbH/Foodservice Europe stellte in seiner aktuellen Gastronomiebilanz 2010 die neuesten Zahlen vor und sah einen „Silberstreif am Horizont“.



© Matthias Richter

Erfolgreiche Gastroprofis unter sich: Kerstin Schwan (l.) zusammen mit ihrem Bruder und Geschäftspartner Axel Schwan (r.) von Schwan & Schwan, Marcellino Hudalla (2.v.l.) von Marcellino's, Frank Buchheister von Road Stop und Kathrin Hauser von Maredo.



© Matthias Richter

Zentraler Treffpunkt der Gastronomie, Hotellerie und der Zulieferindustrie: Das 20. Forum Systemgastronomie anlässlich der hogatec 2010.



© Matthias Richter

Spricht über die Bedeutung und die verschiedenen Möglichkeiten der Mitarbeitermotivation: Inhaber und Geschäftsführer der Klejbor's Entertainment Factory Marc Klejbor.



© Matthias Richter

Michael Kuriat erläutert die Zukunftsformel für moderne Wohlfühl- und Lifestylegastronomie und macht deutlich, warum Essen im Liegen bei den Gästen ankommt.



© Matthias Richter

Uli Veigel, CEO Grey G2 Group, berichtet über aktuelle Kommunikationsstrategien und erklärt, was Marken mit Erfolg anders machen.



© Matthias Richter

Ein Silberstreif am Horizont? Jochen Pinsker von der npdgroup deutschland referiert über die neuesten Zahlen des Gastgewerbes in seiner Gastronomiebilanz 2010.

Wie in den Vorjahren kamen auch beim 20. Forum Systemgastronomie im Anschluss erfolgreiche junge Gastronomen zu Wort. Marc Klejbor, Inhaber und Geschäftsführer von Klejbor's Entertainment Factory/Marc Klejbor Marketing & Merchandising GmbH, erläuterte die Konzepte der KBO Group. In seinem Vortrag „Neue Wege, neues Denken, neue Chancen? Die Menschen machen den Unterschied. Das Erfolgs- und Expansionskon-

zept der KBO Group.“ verdeutlichte er, was das Besondere an seinem Unternehmen ist und unterstrich die Bedeutung von Mitarbeitermotivation.

Die Zukunftsformel für moderne Wohlfühl- und Lifestylegastronomie beschrieb Michael Kuriat, Geschäftsführender Gesellschafter der TNC Group, und informierte über die aktuellen Herausforderungen der Sol y Mar-Betriebe.



© Matthias Richter

Stammgäste des wichtigsten Branchentreffs im Herbst: Dr. Stefan Küntzle von der Backhaus Bäckerei, Karl Roemmele von WMF, Hans-Günter Borchers von Develey und Axel Fassbach von Hallo Pizza (v.l.).



© Matthias Richter

Das Forum Systemgastronomie – Plattform für Infos und Kontakte: Uwe Büscher (M.) und Rita Hans von Maredo beim Fachsimpeln mit Franz-Bernd Schrage von Gastronomie Consult.

Pionier, Visionär, Gründer der Fachabteilung Systemgastronomie und DEHOGA-Ehrenpräsident Dr. Erich Kaub (l.) zu Gast beim Forum Systemgastronomie und hier im Gespräch mit einem echten Top-Partner der Branche: Peter Häusler von Nestlé Schöllern.



Branchentalk: Peter Weckesser (l.) von Pro Mensch im Unternehmen und DEHOGA-Präsident Ernst Fischer.



Stuttgarter in Düsseldorf: Dr. Clemens Knoll (l.) vom Matthaes Verlag und Jürgen Kirchherr vom DEHOGA Baden-Württemberg.

Der Höhepunkt des 20. Forums Systemgastronomie am 14. September 2010 anlässlich der hoga-tec in Düsseldorf war einmal mehr die Siegerehrung der zehn besten Teilnehmer des 9. Nationalen Azubi-Awards Systemgastronomie. 43 angehende Fachleute für Systemgastronomie, die sich entweder bei Landesmeisterschaften oder in ihren Unternehmen qualifiziert hatten, nahmen an diesem Wettbewerb der großen Markengastronomen aus der Fachabteilung Systemgastronomie des DEHOGA Bundesverbandes teil. Sie kämpften zwei Tage lang mit Können, Kreativität und Durchhaltevermögen um die Spitzenplätze.

In einer rund zweistündigen schriftlichen Prüfung wurde jede Menge Wissen verlangt. Die Teilnehmer mussten 60 Fragen, u.a. zu Personalwesen, Controlling und Marketing, beantworten und etliche Fachrechnungen lösen. Ausgangspunkt der Konzeptaufgabe war ein innovatives Self-Service-Konzept, das hochwertige Brotspezialitäten mit besonderen Belägen anbietet. Die Azubis, die sich in die Rolle des Betriebsleiters zu versetzen hatten, mussten Lösungen für entstehende Wareneinsatzabweichungen entwickeln. In der anschließenden simulierten Präsentation vor der Geschäftsleitung konnte nach Wahl entweder ein Verkaufstraining entwickelt, geplant und kontrolliert werden, oder die Teilnehmer entwickelten und kalkulierten einen neuen saisonalen Brotbelag. Natürlich stand auch wieder die Warenerkennung auf dem Programm. Hier mussten verschiedene frische Gemüse- und Obstsorten, Kräuter und Gewürze sowie Gerätschaften identifiziert werden.

Jury-Vorsitzender Dierk Kraushaar, Stockheim, der gemeinsam mit DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin



Volle Konzentration mussten die Teilnehmer beim Nationalen Azubi-Award aufbringen, wie hier bei der Warenerkennung (oben) oder bei der Vorbereitung auf die Präsentation ihres Konzeptes.



© Matthias Richter

43 Azubis – 43 Sieger, denn alle haben sich bereits in regionalen Meisterschaften oder in ihren Ausbildungsunternehmen für die Teilnahme am 9. Nationalen Azubi-Award qualifiziert.



© Matthias Richter



© Matthias Richter



© Matthias Richter

Strahlende Gewinner mit ihren Preisen: Die Zweitplatzierte Sarah Mager, hier mit dem Juryvorsitzenden Dierk Kraushaar, (Foto links), Sieger Dennis Grünewald (Foto Mitte) und Bronzemedallientragende Mona Lehmann.

Ingrid Hartges und dem Gründungsvorsitzenden der Fachabteilung Systemgastronomie, Dr. Erich Kaub, die Preise überreichte, freute sich über einen fairen und kollegialen Wettbewerb. Die großartigen Leistungen der Teilnehmer wurden neben Medaillen mit attraktiven Reise- und Sachpreisen

prämiert. So kann sich der Sieger über ein von Hallo Pizza gesponsertes iPad, einen Weiterbildungsgutschein zum Fachwirt im Gastgewerbe beim IST-Studieninstitut im Wert von 3.000 Euro sowie eine Reise nach Chicago, gesponsert von McDonald's, freuen.



© Matthias Richter

Dr. Erich Kaub zeigt sich beeindruckt von den Nachwuchstars der Branche. Hier gratuliert der Gründungsvorsitzende der Fachabteilung Systemgastronomie der Drittplatzierten Mona Lehmann.

Die Platzierungen:

1. Platz: Dennis Grünewald, Hallo Pizza
2. Platz: Sarah Mager, Maredo
3. Platz: Mona Lehmann, Konzil Gaststätten
4. Platz: Stefanie Kröger, Hallo Pizza
5. Platz: Susann Zimmermann, Joey's Pizza Service
6. Platz: Janin Krüger, Hallo Pizza
7. Platz: Carina Gumpp, Nordsee
8. Platz: Ulf Lemke, Sausalitos
9. Platz: Florian Dannenberg, McDonald's
10. Platz: Anna Katharina Prauß, IKEA

Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie



Axel Fischer,
Vorsitzender
der Fachabteilung
Gemeinschafts-
gastronomie.

Kenner der Branche

Als Sprachrohr der Gemeinschaftsgastronomie setzt sich die Fachabteilung seit März 1999 für die Verbesserung der politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ein. Die Fachabteilung garantiert, dass den spezifischen Bedürfnissen der gemeinschaftsgastronomischen Unternehmen optimal Rechnung getragen wird. Sie bietet die geeignete Plattform zum Erfahrungsaustausch unter Kollegen und für den Aufbau tragfähiger Beziehungen auf Bundesebene.

Die Wahrnehmung der ideellen, beruflichen, wirtschaftlichen und steuerlichen Belange der Gemeinschaftsgastronomie ist das erklärte Ziel der Fachabteilung. Von vitaler Bedeutung ist darüber hinaus die Förderung der beruflichen Aus- und Weiterbildung. Hierbei geht es vor allem um lückenlose Kommunikation und bestmögliche Abstimmung in allen Fragen rund um die Qualifikation des Nachwuchses.

Mit vereinten Kräften etwas bewegen, den Anliegen der Branche Gewicht verleihen – über 40 erfolgreiche Gemeinschaftsgastronomen haben sich entschieden und sind Mitglied der Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie im DEHOGA Bundesverband geworden. Denn nur bei gleicher – und auch nach außen erkennbarer – Marschrichtung kann es gelingen, die zum Erreichen der gesetzten Ziele notwendige Präsenz in den Medien und bei der Politik zu erhalten.

Der professionellen Lobby- und Öffentlichkeitsarbeit kommt in diesem Zusammenhang die maßgebliche Bedeutung zu, ergänzt durch Imagebrochüren, Informationsflyer und Messeauftritte. Zehn Jahre nach ihrer Gründung ist die Fachabteilung unter Vorsitz von Axel Fischer, dem Leiter der Bayer Gastronomie GmbH in Leverkusen, fester Bestandteil der Welt der Gemeinschaftsgastronomie in Deutschland. Nach Verabschiedung des langjährigen Vorstands- und Gründungsmitglieds Ralf Hergel, Siemens Real Estate Restaurant Services, in den verdienten Ruhestand, wurde anlässlich der letzten Mitgliederversammlung Andreas Voßmöller von der Hüls Service GmbH als Beisitzer in den Vorstand gewählt.

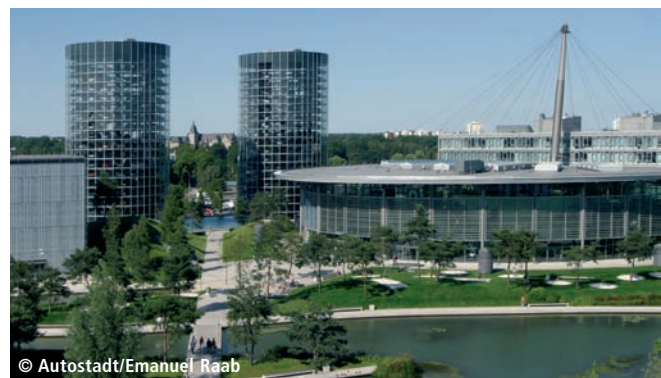
Axel Fischer mit dem „Frankfurter Preis 2010“ ausgezeichnet

Das Engagement des Fachabteilungsvorsitzenden wurde im Rahmen der diesjährigen hogatec in Düsseldorf gewürdigt. Die Fachzeitschrift gv-praxis verlieh den Frankfurter Preis 2010, den Branchen-Award der deutschen Gemeinschaftsverpflegung, in der Kategorie „Persönlichkeitspreis Business“ an Axel Fischer. Die Jury urteilte einhellig, kein anderer Unternehmensgastronom habe mehr Facetten der Vermarktung entwickelt und imagefördernd gewirkt. Zusätzlich wird mit der Auszeichnung Fischers Engagement für das deutsche Gastgewerbe gewürdigt.

Erfolgsfaktor Kommunikation

Branchenkommunikation steht im Vordergrund, wenn sich die Mitglieder der Fachabteilung zu Mitgliederversammlungen treffen. Hierbei im Fokus: umfassender Erfahrungsaustausch zur aktuellen Geschäftsentwicklung, Diskussion drängender Fragestellungen sowie die Entwicklung innovativer Konzepte und zeitgemäßer Strategien. Trendtouren, Seminare und andere offizielle wie informelle Treffen bieten weitere Chancen zur wichtigen Netzwerkbildung.

Die diesjährige Mitgliederversammlung fand im April in Wolfsburg auf Einladung der Volkswagen Service Factory Gastronomie statt. Bereits am Vortag trafen sich die Gemeinschaftsgastronomen zunächst im Soccer Cafe direkt im Stadion des VfL Wolfsburg. Hans-Ulrich Stieb, der den Lei-



© Autostadt/Emanuel Raab

Die Mitglieder der Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie trafen sich zu ihrer Mitgliederversammlung in der Autostadt Wolfsburg.

ter des Bereichs Gastronomie und Verkauf der Volkswagen Service Factory Gastronomie, Martin F. Cordes, an diesem Tag vertrat, präsentierte den anderen Kollegen und Mitgliedern der Fachabteilung die Betriebsrestaurants, SB-Shops, Bistros und Automatenstationen des Volkswagenwerkes.

Es folgte eine Erlebnisführung durch die Autostadt Wolfsburg, die spannende Einblicke in die Geschichte und aktuellen Innovationen der Volkswagen AG ermöglichte. Ein gemeinsames Abendessen im Restaurant Awilon des Kunstmuseums von Wolfsburg rundete das kommunikative Miteinander des diesjährigen Treffens der Fachabteilung ab.

Bei der Mitgliederversammlung am Folgetag wurde eine Kooperation mit der ARD zur diesjährigen ARD-Themenwoche „Essen ist Leben“ beschlossen. Weitere interessante Vorträge und Diskussionen über Fachthemen prägten auch die diesjährige Mitgliederversammlung.

Einen bedeutenden Informationsvorsprung erhalten die Mitgliedsfirmen darüber hinaus mit dem regelmäßigen, aktuellen Newsletterdienst der Fachabteilung. Über sämtliche Gesetzesänderungen, tarifvertragliche Regelungen und deren Konsequenzen für die betriebliche Praxis sind die Mitglieder damit immer auf dem neuesten Stand. Branchenspezifische Themen werden prompt aufgegriffen und entsprechende Lösungsangebote umfassend und verständlich aufbereitet.

Stark im DEHOGA

Die Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie besitzt den satzungsmäßigen Zugang zu allen Entscheidungsgremien des DEHOGA Bundesverbandes und damit die Möglichkeit zur Mitgestaltung des Verbandsgeschehens. Seit November 2004 ist die Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie durch ihren Vorsitzenden Axel Fischer erstmalig auch direkt im Präsidium des DEHOGA Bundesverbandes vertreten.

Weiterhin engagieren sich Vertreter der Gemeinschaftsgastronomie im Bundesausschuss für Arbeitsmarkt und Tarifpolitik, im Berufsbildungs-

und im Steuerausschuss sowie im Großen Vorstand des DEHOGA.

Der Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie im DEHOGA steht die gesamte Infrastruktur und das Know-how eines großen und etablierten Branchenverbandes zur Verfügung. Gemeinsam mit dem DEHOGA sichert die Fachabteilung in Berlin und Brüssel Gegenwart und Zukunft der Gemeinschaftsgastronomie und streitet für eine Politik, die unternehmerisches Handeln am Ende auch belohnt.

Gute Gründe für die Mitgliedschaft in der Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie im DEHOGA:

- Politische Interessenvertretung, wie zum Beispiel in Fragen der Steuergesetzgebung, des Arbeits- und Tarifrechts, des Hygienerechts usw.,
- Lobbyarbeit auf EU- und Bundesebene sowie Koordination auf Landes- und kommunaler Ebene,
- Öffentlichkeitsarbeit für die Gemeinschaftsgastronomie,
- tarifpolitische Interessenvertretung und entsprechender Erfahrungsaustausch,
- Informationsvorsprung durch aktuellen Rundschreibendienst,
- Plattform für Informations- und Erfahrungsaustausch,
- Förderung der Aus- und Weiterbildung für die gemeinschaftsgastronomische Branche sowie Zusammenarbeit mit Hotelfachschulen und Fachhochschulen,
- zentrale Anlauf- und Auskunftsstelle am Sitz der Bundesregierung in Berlin,
- Koordination der Zusammenarbeit mit anderen Organisationen,
- Kräftebündelung und Synergieeffekte unter dem Dach des DEHOGA Bundesverbandes,
- Rückgriff auf Spezialisten im DEHOGA, wie zum Beispiel auf das Referat für Steuern und Recht
- und ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis.



Fachabteilung Bahnhofsgastronomie

UNION Deutscher Bahnhofsbetriebe

Für die UNION Deutscher Bahnhofsbetriebe ist 2010 das 34. Jahr der Zusammenarbeit zwischen dem Verband des Deutschen Bahnhofhandels (VDB) und der Fachabteilung Bahnhofsgastronomie (FAB) im DEHOGA Bundesverband.

Bei beiden reicht die Tradition deutlich weiter zurück in die Vergangenheit. Der VDB wurde vor 85 Jahren gegründet und die FAB geht auf den über 100 Jahre alten Verband der Bahnhofswirte zurück.

In der UNION sind rund 200 Unternehmen zusammengeschlossen, die den Löwenanteil des an deutschen Bahnhöfen getätigten Umsatzes erwirtschaften und für deren Interessen die UNION gegenüber der Politik, den Medien und der Öffentlichkeit sowie der Deutschen Bahn (DB) eintritt.

Die Mitgliederstruktur im VDB weist eine große Bandbreite auf – von der Apotheke über den Dienstleister bis zum Fachgeschäft in den Bereichen Süßwaren, Bäckereien, Friseurhandwerk, Kleidung, Schuhe, Tabak sowie Presse und Buchhandel. Die UNION pflegt gleichzeitig eine enge Kooperation mit dem Verband Deutscher Bahnhofsbuchhändler.

Die FAB vereint ebenfalls alle Angebotsformen, die an deutschen Bahnhöfen anzutreffen und zugleich ein Spiegelbild des von einem schnellen Strukturwandel gekennzeichneten Marktes sind:

vom einfachen Imbiss, einer Milch-, Saft- oder Kaffeebar bis zu einer vielfältigen Systemgastronomie, und vom Anbieter ausländischer Imbiss-spezialitäten bis zur anspruchsvollen Speise- und Konferenzgastronomie.

Alle Mitglieder der UNION haben eine Gemeinsamkeit: Sie befinden sich in einem miet- oder pachtvertraglichen Verhältnis mit der Deutschen Bahn Station&Service AG (DB S&S).

Deutsche Bahn AG

Die Deutsche Bahn Station&Service AG ist eine 100-prozentige Tochter der Deutschen Bahn und für den Betrieb von 5.718 aktiven Bahnhöfen zuständig – und zwar sowohl für die Verkehrsinfrastruktur als auch für die Vermarktung der Flächen in 1.600 Bahnhofsgebäuden.

Der Vermarktungsbereich ist zuständig für mehr als 1,2 Millionen Quadratmetern Geschäftsfläche in deutschen Bahnhöfen, die selbstverständlich in Konkurrenz zum Einzelhandel und zur Gastronomie in den Innenstädten und Einkaufszentren stehen. Insgesamt 4,1 Milliarden Reisende und Besucher strömen jährlich – und mehr als 11 Millionen täglich – durch deutsche Bahnhöfe und sind somit potenzielle Kunden und Gäste.

Im Jahr 2008 hat die Deutsche Bahn ihren Umsatz um sieben Prozent auf 33,5 Milliarden Euro steigern können. Bei der Umsatzentwicklung nach Unternehmensbereichen erzielten die von der Vermarktung profitierenden Personenbahnhöfe (externe Umsatzerlöse) ein Ergebnis von 344 Millionen Euro – ein Plus von 4,9 Prozent.

Rahmenbedingungen und Arbeitsschwerpunkte

Die bereits vor mehreren Jahren verlängerten Ladenöffnungszeiten hatten dem Bahnhof bereits Standortvorteile genommen, die inzwischen noch weiter zusammengeschmolzen sind. Im Rahmen der beschlossenen Föderalismusreform mit einer Neuverteilung von Gesetzgebungskompetenzen haben die Länder inzwischen die Hoheit über die Ladenöffnungszeiten erhalten. Von dieser neuen



Gesetzgebungskompetenz haben die Bundesländer unterschiedlich, aber alle mit großer Freizügigkeit Gebrauch gemacht.

Damit hat sich dieser früher wesentliche Standortvorteil für Bahnhofsbetriebe jetzt nur noch auf den offenen Sonntag reduziert. Mit „Sonntags immer“ lässt sich dies kurz und treffend beschreiben.

Für die Bahnhöfe ist damit erst recht eine Herausforderung und Veränderung ihres Branchenmixes verbunden, die die UNION aus Gründen notwendiger Vielfalt und Qualität ohne ruinöse Preisstrategien seit Jahren gefordert hat. Weg von der Food-Lastigkeit und hin zu einer interessanten Mischung des Angebotes, möglichst mit Alleinstellungsmerkmalen, die sie im Vergleich zu den Innenstädten wettbewerbsfähig machen.

Um gemeinsam mit der Deutschen Bahn über neue Wege nachzudenken, welche Marketingstrategien und Werbekonzepte bestehende Kunden binden und wie neue Kunden gewonnen werden können, wurde ein Arbeitskreis Werbegemeinschaften gegründet, der sich aus Vertretern der UNION und der Deutschen Bahn zusammensetzt und in diesem Jahr bereits mehrfach erfolgreich getagt hat.

So wurde ein neues Kundenbindungssystem in Kooperation mit dem Marktführer solcher Aktionen zunächst an zwei „Testbahnhöfen“ eingeführt. Der Test hat gezeigt, dass es noch Verbesserungsbedarf im Detail gibt, damit eine solche Treuekampagne auch in den Bahnhöfen erfolgreich durchgeführt werden kann.

Das Thema „Betriebs- und Nebenkostenabrechnungen“ steht seit Jahren auf der Tagesordnung und hat die Fachabteilung auch im Berichtszeitraum erneut beschäftigt. Das Deutsche Bahn-Projekt „Maschinelle Nebenkostenabrechnungen mit SAP RE“ als Mittel zur Prozessoptimierung wurde Anfang 2006 gestartet und sollte möglichst bis Ende 2007 auf die TOP 144 Bahnhöfe angewendet werden, um mehr Transparenz und Einheitlichkeit für alle Beteiligten zu schaffen. Das Thema wird auf der Tagesordnung bleiben, solange die



© Allianz pro Schiene/Gerd Kittel

Großstadtbahnhof 2010: Darmstadt.



© Allianz pro Schiene/Gerd Kittel

Kleinstadtbahnhof 2010: Baden-Baden.

Abrechnungsbelege nicht den gesetzlichen Anforderungen entsprechen und die notwendige Klarheit und Nachvollziehbarkeit aufweisen. Die aktuellen Gespräche mit der Deutschen Bahn zu diesem Thema lassen jedoch auf eine endgültige, zeitnahe Lösung hoffen.

Im Jahre 2004 wurde auf Anregung der UNION erstmals eine Auszeichnung „Bahnhof des Jahres“ für große Bahnhöfe und in der Kategorie kleinerer Stationen vorgenommen. Diese Preisverleihung unter der Federführung der Allianz pro Schiene-Jury fand auch in 2010 wieder statt. Zum siebten Mal in Folge zeichnet die Allianz pro Schiene die kundenfreundlichsten Bahnhöfe



Bundesverkehrsminister Dr. Peter Ramsauer (M.) und Bahnchef Dr. Rüdiger Grube (l.) bei der Preisverleihung „Bahnhöfe des Jahres“ in Berlin mit Dr. André Zeug, Vorsitzender DB Station&Service AG.

Deutschlands aus. In der Kategorie „Großstadtbahnhof“ gewann der Darmstädter Hauptbahnhof, dessen Innen- und Außenaustritt bei der Jury eine „heiter gelassene Grundstimmung“ erzeugte. In der Kategorie „Kleinstadtbahnhof“ gewann Baden-Baden, das – so das Votum der Jury – „seine Reisenden mit offenen Armen empfängt“.

Einen Sonderpreis für die Wiederkehr des Bahnhofs in die Stadt bekam die hessische Stadt Eschwege. Nach 24 Jahren auf dem Abstellgleis eröffnete Eschwege im Dezember 2009 eine neue Strecke samt Bahnstation.

Die Preisverleihung fand in diesem Jahr im Hauptbahnhof von Berlin statt. Anlass war die Eröffnung einer Bilderausstellung, in der alle Siegerbahnhöfe von 2004 bis 2010 gezeigt wurden. Zur Ausstellungseröffnung kamen Bundesverkehrsminister Dr. Peter Ramsauer und Bahnchef Dr. Rüdiger Grube.

Die Erstellung des Bildmaterials der diesjährigen Siegerbahnhöfe wurde durch die UNION Deutscher Bahnhöfebetriebe gesponsert.

Mitgliederversammlung 2010 UNION Deutscher Bahnhöfebetriebe

Wichtige Termine im Verbandsleben sind ganz sicher die jährlichen Zusammenkünfte, die alternierend als Mitgliederversammlung oder zusätzlich in Verbindung mit einem Kongress stattfinden. Hier wird Rechenschaft abgelegt, über Trends referiert und diskutiert und nicht zuletzt werden in entspannter Atmosphäre unternehmerische Erfahrungen mit Verbandskollegen ausgetauscht.

Die diesjährige Mitgliederversammlung, die am 10. September 2010 in Fulda stattfand, war geprägt von einer Vielzahl interessanter Themen, über den Erfahrungsaustausch zu den politischen Aktivitäten hinaus. Externe Referenten berichteten beispielsweise über erfolgreiche Maßnahmen zur Verbesserung des Convenience-Verkaufs. Daneben stand die strategische Ausrichtung der UNION zusammen mit der Deutschen Bahn im Vordergrund der Diskussionen.

Fachabteilung Discotheken

Bundesverband deutscher Discotheken und Tanzbetriebe e.V. (BDT)

Porträt der Fachabteilung

Der Bundesverband deutscher Discotheken und Tanzbetriebe (BDT) ist der bundesweit agierende Berufsverband der Discothekenunternehmer und bildet die Fachabteilung Discotheken im DEHOGA Bundesverband. Der BDT vertritt die, von der traditionellen Gastronomie oftmals abweichenden, spezifischen Interessen der Discothekenbranche in der Öffentlichkeit und auf politischer Ebene.

Mit circa 2.000 Betriebsstätten, 30.000 Beschäftigten und einem Umsatz von über 720 Millionen Euro stellt die Discothekenbranche innerhalb des Gastgewerbes nur einen kleinen, aber dennoch bedeutsamen Wirtschaftsfaktor dar.

Als ein wesentlicher Teil der Nachtgastronomie sind Discotheken aus dem heutigen Erscheinungsbild vieler Städte und Gemeinden nicht mehr wegzudenken. Ein pulsierendes und faszinierendes Nachtleben gehört zum Flair und zu den besonderen Attraktionen einer Stadt. Die hohen Gästezahlen bestätigen dies in eindrucksvoller Weise. Discothekenbesuche nehmen im Freizeitverhalten der Jugendlichen einen sehr hohen Stellenwert ein.

Wirtschaftliche Entwicklung

Die Umsatzentwicklung in der Discothekenbranche ist nach wie vor rückläufig. Nach Aussage des Statistischen Bundesamtes mussten Discotheken in 2008 Rückgänge von 9,6 Prozent und in 2009 von 12,5 Prozent verkraften. Das Budget der Gästen für Ausgaben im Freizeitbereich wie Discothekenbesuch ist deutlich weniger geworden. Die Gäste geben weniger aus. Der Pro-Kopf-Umsatz hingegen ist relativ konstant geblieben.

Zudem ist festzustellen, dass das größer gewordene Freizeitangebot für die klassischen Discotheken-Gäste (zum Beispiel Fitnessstudios, das Internet oder Multiplex-Kinos) sowie der starke Konkurrenzdruck durch Veranstaltungen in Szene-, Tanz-, Event- und Erlebniskneipen sich negativ auf die Umsatzentwicklung in der Discothekenbranche auswirkt. Hinzu kommt die ausufernde Zahl von schwarzgastronomischen

Konkurrenzveranstaltungen auf der grünen Wiese, in Scheunen, Bauernhöfen oder Gemeindehallen, die vielfach ohne Beachtung der Sperrzeit, der gesetzlichen Hygiene-, Brandschutz- und Jugendschutzvorschriften etc. durchgeführt werden.

Rauchverbote

Mit den gesetzlichen Rauchverbotsregelungen und der Möglichkeit, einen Raucherraum einzurichten, haben sich die meisten Discotheken grundsätzlich arrangiert und zum Teil kreative Lösungen gefunden. Dennoch haben viele Discotheken hierdurch Umsatzeinbußen hinnehmen müssen. Wie sich das ab 1. August 2010 geltende, absolute Rauchverbot in Bayern auswirken wird, muss abgewartet werden. Discotheken ohne Außenbereich werden es vermutlich sehr schwer haben.

Alkoholpolitik: BDT appelliert an die Branche

Die in der Presse bekannt gewordenen Fälle von Alkoholmissbrauch von Jugendlichen nimmt der BDT nun schon seit Jahren zum Anlass, eindringlich an alle Discothekenunternehmer und Clubbetreiber zu appellieren, die gesetzlichen Abgabeverbote von Alkohol, vor allem an Jugendliche, einzuhalten und die aufenthaltsrechtlichen Bestimmungen zu beachten. Wer glaubt, seine Geschäfte mit der Abgabe von Spirituosen an Jugendliche machen zu können, denkt kurzfristig, handelt illegal, riskiert seine berufliche Existenz und schädigt das Image der Branche. Weitere Reglementierungen in diesem Bereich lehnt der BDT allerdings als nicht problemlösend ab. Hier hilft nur Aufklärung und Prävention!

GEMA-Discothekentarif

Die Discotheken sehen sich enormen finanziellen Belastungen durch die von der GEMA erhobenen Gebühren ausgesetzt. Ungeachtet dessen ist die GEMA der Ansicht, dass Clubs und Discotheken zu wenig GEMA-Gebühren zahlen. So hat die GEMA in 2010 erneut eine deutliche Erhöhung des Discothekentarifes gefordert.



Seit 18 Jahren an der Verbandsspitze: Henning Franz, Präsident des BDT.

Der BDT hingegen fordert eine Absenkung des Tarifes, da die Anzahl der Öffnungstage und damit auch die Musikknutzung in den letzten Jahren deutlich zurückgegangen ist. Kaum eine Discothek kommt mehr an die tariflich vorgesehenen 16 Öffnungstage pro Monat heran. Der Durchschnitt liegt hier bei gerade einmal acht Tagen.

Vervielfältigungszuschläge für GEMA und GVL

Neben dem allgemeinen Disco-Wiedergabetarif erheben GEMA und GVL so genannte Vervielfältigungszuschläge für die Musikknutzung von selbst gebrannten CDs oder über PC/Laptop. Dem BDT ist hier in harten Verhandlungen ein großartiger Erfolg gelungen: der von der GEMA seit dem 1. Januar 2003 erhobene Vervielfältigungszuschlag konnte von ursprünglich 50 Prozent auf 30 Prozent, der Zuschlag für die GVL von zehn Prozent auf acht Prozent reduziert werden.

GVL fordert Verfünfachung des Zuschlages

Die GVL hat bereits einen Teil der bestehenden Rahmenverträge gekündigt und verlangt eine Erhöhung des GVL-Zuschlages auf 100 Prozent in allen Tarifen. So auch auf den Discotarif, der zurzeit bei 26 Prozent liegt. Als Argument führt die GVL an, dass die Rechte der GVL-Mitglieder (Künstler, Sänger, Musiker, Tonträgerhersteller) genau so viel wert seien, wie die Rechte der GEMA-Mitglieder (Komponisten, Textdichter). Der BDT wird sich mit aller Kraft gegen diese gewaltigen und Existenz bedrohenden Forderungen zur Wehr setzen. Es wird bereits ein gerichtliches Verfahren geführt, in dem die Schiedsstelle eine Erhöhung des Zuschlages um 50 Prozent für angemessen angesehen hat. Hiergegen hat der Verband Widerspruch erhoben, so dass das Verfahren nun vor dem Oberlandesgericht München fortgesetzt wird.

Schallpegelbegrenzung/ DJ-Führerschein erfolgreich platziert

Der BDT wehrt sich massiv gegen eine gesetzliche Lärmpegelbegrenzung für Discothekengäste auf einen Höchstwert von nur 95 dB(A). Die Discothe-

kenunternehmer in Deutschland sind sich ihrer Verantwortung für ihre meist jugendlichen Gäste bewusst. Nach Auffassung des BDT sollten nicht alle Lebenssachverhalte mit starren, unflexiblen gesetzlichen Verboten reglementiert werden. Der Weg, die Verantwortlichen (Disc Jockeys und Discothekenunternehmer) auf freiwilliger Basis zu einer nachhaltigen Bewusstseinsänderung und somit zu niedrigeren Schallpegeln zu bewegen, ist sicherlich effektiver und Erfolg versprechender als Gesetze, deren flächendeckende Kontrolle schwierig sein würde. Auf Initiative des BDT wurde in den letzten fünf Jahren in der Discothekenbranche eine große Aufklärungs- und Informationskampagne betrieben und der so genannte DJ-Führerschein eingeführt. Mit Unterstützung fast aller Bundesländer und der Techniker Krankenkasse wurden in bisher bundesweit 26 Fortbildungsseminaren fast 2.500 DJs über gesundheitliche Folgen lauter Musik und vor allem über haftungsrechtliche Konsequenzen aufgeklärt.

Antiquierte Tanzverbote an Feiertagen

Viele Discothekenunternehmer leiden unter den Belastungen und Beschränkungen der antiquierten Feiertagsgesetze der einzelnen Bundesländer. Es ist nicht nachvollziehbar, warum am Gründonnerstag vor Ostern, am Ostersonntag oder an Allerheiligen keine Discoververanstaltungen durchgeführt werden dürfen, wo doch zum Beispiel im Fernsehprogramm der „ernste Charakter“ des Feiertages auch nicht gewahrt wird. Der BDT fordert daher mit Nachdruck eine Liberalisierung und Freigabe der Öffnungszeiten.

Künstlersozialkasse – DJ ist grundsätzlich kein Künstler oder Musiker!

Bei Clubs und Discotheken stellt sich immer wieder die Frage, ob für die Beschäftigung eines selbstständigen DJs Abgaben an die Künstlersozialkasse zu entrichten sind. Dies ist grundsätzlich nicht der Fall! Die Künstlersozialkasse hat in einem dem BDT vorliegenden Schreiben nochmals klargestellt, dass ein DJ nur dann ein Künstler/Musiker ist, wenn er unter Verwendung von Tonträgern und technischen Hilfsmitteln verschiedene Musikstücke zu neuen Klangbildern und Kompositionen zusammenmischt.



Ein Muster des DJ-Führerscheins.

Veranstaltungen

BDT-Mitgliederversammlung

Die Mitgliederversammlung des BDT fand am 12./13. April 2010 in Erfurt statt. Über 100 Discothekenunternehmer aus ganz Deutschland diskutierten über discospezifische Themen, wie zum Beispiel Nichtraucherschutz, Alkoholpolitik und Jugendschutz, Schallpegelbegrenzung, DJ-Führerschein, GEMA-Gebühren, Künstlersozialabgaben und Markenschutz.

30-jähriges Jubiläum des BDT



Der 1980 von Discothekenunternehmern in Münster gegründete BDT feierte im Jahr 2010 sein 30-jähriges Verbandsjubiläum. Zu diesem Anlass zeichnete der BDT den wohl erfolgreichsten Discothekenunternehmer für seine außerordentlichen Verdienste mit dem Ehrenpreis der Discothekenbranche aus: Erich Schramm. Seit über 40 Jahren in der Branche tätig, war Schramm der Gründer der Discothekenketten „Gastronomie & Tanz“ sowie der „MPC“ (der so genannten A-Kette) mit heute fast 40 Discotheken in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Schramm hat bisher weit über 200 Discotheken eröffnet.



Für seine Verdienste in der Discothekenbranche ausgezeichnet: Erich Schramm (M.) mit BDT-Präsident Henning Franz (l.) und Geschäftsführer Stephan Büttner.

9. Branchentreffen „Disco Contact 2010“

Deutschlands Discotheken- und Club-Szene traf sich am 12. Oktober 2010 im nunmehr neunten Jahr zum bedeutendsten Meeting der Branche, dem nationalen Branchentreff „disco contact“ in

den Räumen der Großdiscothek „Aura“ in Ibbenbüren. Unter dem Motto „Information, Kommunikation und Entertainment“ wurde den über 2.500 Fachbesuchern ein interessantes Seminarprogramm, eine ideale Kommunikationsplattform sowie ein hochkarätiges Unterhaltungsprogramm mit weiteren 3.000 Gästen bis in die frühen Morgenstunden geboten. Bis Mitternacht präsentierten in einem separaten, rund 2.000 qm großen Messezelt mehr als 70 Premiumunternehmen und innovative, kreative Firmen aus den Bereichen Getränke, Event- und Booking sowie Licht- und Tontechnik ihre neuesten Produkte und Serviceangebote. Ein großartiger Erfolg, der mit dem zehnten Branchentreffen im Oktober 2011 seine Fortsetzung finden wird.

Discothekenunternehmerpreis 2010

Der Bundesverband deutscher Discotheken und Tanzbetriebe e.V. (BDT im DEHOGA Bundesverband) hat Mitte Oktober 2010 auf dem Branchentreff „disco contact“ die höchste Ehrung der Branche, den Discothekenunternehmerpreis für das Jahr 2010, verliehen. BDT-Präsident Henning Franz zeichnete Heiko van Vliet und Hannes Hirsch, Inhaber der Discothekenkette „Sax Clubzone“ mit Betrieben in Sachen, Sachsen-Anhalt und Thüringen, mit dem begehrten Branchen-Award aus. Der BDT als Berufsverband der Discothekenunternehmer verleiht jedes Jahr den Discotheken-Unternehmerpreis an Personen, die sich um das Ansehen des Deutschen Discothekengewerbes in hervorragender Weise verdient gemacht haben und mindestens 15 Jahre in der Discobranche tätig sind.



Erhielten 2010 den Discothekenunternehmerpreis: Heiko van Vliet (2.v.l.) und Hannes Hirsch (2.v.r.), Inhaber der Discothekenkette „Sax-Clubzone“, nehmen den begehrten Preis von BDT-Präsident Henning Franz (l.) und Stephan Büttner, Geschäftsführer des BDT, entgegen.

Initiativkreis Gastgewerbe



Gemeinsam für die Zukunft der Branche

Seit fast 15 Jahren weiß der DEHOGA Bundesverband einen starken Partner an seiner Seite – den Initiativkreis Gastgewerbe. „Wenn es dem Gastgewerbe gut geht, dann profitiert auch die Zulieferindustrie“ – unter diesem Motto schlossen sich 1996 die führenden Unternehmen der gastgewerblichen Zulieferindustrie im Initiativkreis Gastgewerbe zusammen. Der Initiativkreis ist ein exklusiver Kreis von ausgewählten Markenfirmen. Das Zusammenwirken von DEHOGA und Initiativkreis ist der erfolgreiche und einzigartige Schulterschluss von Gastgewerbe und Zulieferindustrie auf Bundesebene.

Die Fördermitglieder werden in einem Förderbeirat zusammengefasst, der das Präsidium des



Gemeinsam für die Zukunft der Branche ist das Motto des Initiativkreises, der im Frühjahr 2010 zu Gast ist bei seinem Mitglied, der Vectron Systems AG: Dr. Claus Stauder (2.v.l.), Vorsitzender des Initiativkreises, DEHOGA-Präsident Ernst Fischer (l.), DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges, Jochen Fischer (2.v.r.), Director Marketing & Communications der Vectron Systems AG, und RA Christian Ehlers, Aufsichtsratsvorsitzender des Kassenherstellers.



Starke Partner des Gastgewerbes: Die Initiativkreismitglieder Christiane Pretz vom Deutschen Fachverlag, Helmut Rittner vom Service-Bund (M.) und Joachim Eckert vom Matthaes Verlag bei der 60-Jahrfeier des DEHOGA Bundesverbandes am 24. November 2009 in Berlin.



Die Mineralbrunnen AG, Mitglied im Initiativkreis Gastgewerbe, gratuliert dem DEHOGA zum 60. Geburtstag: Maik Schumacher (l.) und Heinz Breuer (r.) übergeben DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges und DEHOGA-Präsident Ernst Fischer zwei einzigartige Glasflaschen.



Gedankenaustausch zwischen Zulieferindustrie und Gastronomie: Initiativkreismitglied Jörg Herrmann (l.) von Coca-Cola mit Michael Berghammer, Bezirksvorsitzender im DEHOGA Bayern.



Die Initiativkreismitglieder unterstützen den DEHOGA bei diversen Veranstaltungen tatkräftig wie hier Nestlé Schöllner beim Forum Systemgastronomie 2010.

DEHOGA auf Bundesebene in allen branchenpolitischen Fragen berät. Dr. Claus Stauder, Inhaber der gleichnamigen Privatbrauerei in Essen und ehemaliger Präsident des Deutschen Tennis Bundes, steht dem Initiativkreis Gastgewerbe vor. Der Initiativkreis Gastgewerbe wird als feste Größe in der Welt der Gastronomie und Hotellerie wahrgenommen. Heute engagieren sich mehr als 40 Top-Unternehmen im Initiativkreis und wirken an der

Verbesserung der politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen mit. Durch ihren Einsatz tragen die Mitglieder zum Gelingen politischer Veranstaltungen und Initiativen des Verbandes bei. Die Zukunft gemeinsam mitgestalten, heißt die Devise.

Tagung des Initiativkreises

Neben individuellen Gesprächen und Begegnungen auf Messen und Branchenveranstaltungen traf sich der Initiativkreis Gastgewerbe vom 29. bis 30. April 2010 in Münster. Die Tagung fand im traditionsreichen familiengeführten Hotel Kaiserhof statt, das beste Voraussetzungen für eine erfolgreiche Sitzung und einen kreativen Gedankenaustausch bot. Wie gewohnt, erwarteten die Mitglieder des Initiativkreises Gastgewerbe spannende Vorträge zu aktuellen Themen von Brancheninsidern, Marktbeobachtern sowie Wirtschafts- und Marketingexperten.



Traditionsreiche herzliche Gastlichkeit im Hotel Kaiserhof Münster genießt der Initiativkreis bei seiner Tagung am 29./30. April 2010: Gastgeber Peter Cremer (2.v.r.), Eigentümer und Betreiber des Hotel Kaiserhof, mit dem Vorsitzenden des Initiativkreises Dr. Claus Stauder (l.), DEHOGA-Präsident Ernst Fischer und DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges.



Aktuelles Managementwissen, Information und Inspiration bei der Tagung des Initiativkreises Gastgewerbe in Münster.



Marc Schnerr



Sebastian Gruetz



Christoph Wefers



Malte Wienbreyer



Rainer Maaß



Stephan Gerhard



Manuel Mataré



Marcellino Hudalla



Tosin A. David

Die Tagung eröffnete der Initiativkreisvorsitzende Dr. Claus Stauder. DEHOGA-Präsident Ernst Fischer und DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges informierten anschließend über die aktuelle politische Arbeit des DEHOGA. Die Idee einer „DEHOGA Online-Akademie“ als Qualifizierungsoffensive Gastgewerbe stellte DEHOGA-Geschäftsführer Marc Schnerr vor.

Können wir uns den Kunden überhaupt noch leisten, fragte Sebastian Gruetz, ehemaliges Vorstandsmitglied der BP AG und heute Dozent, Berater und Venture Capitalist, und führte in seinem Vortrag die Chancen und Risiken „kleiner Kunden“ für „große Unternehmen“ aus.

In guter Tradition kommen bei den Tagungen des Initiativkreises erfolgreiche Gastromacher zu Wort. In Münster präsentierten sich und ihre Erfolgskonzepte Christoph Wefers, Geschäftsführer der CE Franchise GmbH/Cafe Extrablatt, und Malte Wienbreyer, Geschäftsführender Gesellschafter der Eigelstein GmbH.

Rainer Maaß, Executive Creative Director von Ogilvy & Mather, gab seinen Zuhörern einen spannenden Einblick in moderne Werbewelten. Er erklärte, warum „Gummibärchen immer gehen“ und wie man „Appetit auch in Saure-Gurkenzeiten“ macht.



Der Initiativkreis wirft anlässlich seiner Tagung in Münster einen Blick hinter die Kulissen der Vectron Systems AG, langjähriges Mitglied des Initiativkreises.



Kommunikation und Genuss bei der Gastro-Tour des Initiativkreises durch Münster – hier zu Gast im Romantik-Hotel Hof zur Linde bei Familie Löffken.



Berichten über den Aufstieg des innovativen Kassenherstellers: Thomas Stümmler (l.), Vectron-Vorstand, und Jochen Fischer, Director Marketing & Communications der Vectron Systems AG.



Westfälische Spezialitäten in Münsters ältester Gaststätte gibt es bei Josef Horstmüller vom Altes Gasthaus Leve. DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges bedankt sich für die hervorragende Gastfreundschaft.

„Hotelinvestments 2010 – News aus der Hotellerie“ standen im Fokus des zuversichtlich stimmenden Vortrages von Stephan Gerhard, President and Chairman of the Board von der TREUGAST Solutions Group.

Manuel Mataré, Projektleiter hogatec bei der Messe Düsseldorf, hob die Bedeutung der Messe als Plattform für Branchendialog und Best Practice, für Newcomer und Keyplayer hervor.

Mit Marcellino Hudalla kam ein neues Initiativkreismitglied zu Wort. Der Allein-Vorstand der Marcellino's AG Guides & Services stellte seinen Initiativkreiskollegen das Portfolio und die Ziele seines Unternehmens vor. Die Angebote der Marcellino's Academy erläuterte Academy-Leiterin Tosin A. David.

Neben dem impulsgebenden Vortragsprogramm bot die Tagung allen Teilnehmern reichlich Gelegenheit für einen offenen und konstruktiven

Gedanken- und Erfahrungsaustausch und persönliche Gespräche.

Im Anschluss an den ersten Tag der Sitzung lud das langjährige Initiativkreismitglied, die Vectron Systems AG, zur Werkbesichtigung. Danach ging es in guter Tradition weiter mit der Gastro-Tour durch die gastronomisch sehr lebendige Universitäts- und Hansestadt. Auf dem Tourplan standen die Betriebe Eigelstein, Altes Gasthaus Leve und das Romantik-Hotel Hof zur Linde.

Der Initiativkreis als Gütesiegel

Wo immer sich der DEHOGA Bundesverband politisch äußert, stehen die Mitglieder des Initiativkreises Gastgewerbe in der ersten Reihe und werden als die starken Partner des Gastgewerbes wahrgenommen. Ob in Anzeigen zu wichtigen Brancheneignissen oder Anzeigen zu politischen Themen – die Mitglieder des Initiativkreises Gastgewerbe werden stets an prominenter Stelle positioniert.

Der Initiativkreis Gastgewerbe ist Veranstalter des Forums Systemgastronomie (*mehr dazu im Kapitel 6.1*) und tritt als Mitherausgeber verschiedener DEHOGA-Produkte in Erscheinung, so zum Beispiel bei Broschüren der Fachabteilungen, Teilnehmermappen bei Veranstaltungen oder Info-Flern.

Über die gemeinsamen Auftritte bei Messen und Branchenveranstaltungen des DEHOGA hinaus nutzen die Mitglieder das Initiativkreislogo auch für ihre eigene Kommunikation. So findet sich das markante Motiv mittlerweile auf vielen Messeständen, auf Briefbögen und in Anzeigen der einzelnen Mitglieder. Ein Gütesiegel hat sich entwickelt und etabliert.



Engagiert für die Branche: Die Initiativkreismitglieder Gerhard Franzen (l.) von der hoga Unternehmensversorgung und Manfred Sussmann von Convotherm (r.) zusammen mit Hans G. Platz von HGP Consult (2.v.l.) und Martin Rahmann von der Unternehmensberatung AGERE und Präsident des Internationalen Verbandes der Planer und Berater FSCI beim Forum Systemgastronomie anlässlich der hogatec 2010.



Leidenschaft für Gastronomie und Hotellerie: Initiativkreismitglied Wolfgang Schmidt von der H.G.K. im Gespräch mit Eva Rühle, Vorsitzende des DEHOGA-Bundesausschusses für Berufsbildung, ebenfalls beim Forum Systemgastronomie in Düsseldorf.

Hotelverband Deutschland (IHA)



Profil

Dem Hotelverband Deutschland (IHA) gehören mehr als 1.100 führende Hotels des vorwiegend mittleren und oberen Marktsegments aus Individual-, Kooperations- und Kettenhotellerie an. Zusammen verfügen die IHA-Mitglieder über 150.000 Hotelzimmer und repräsentieren damit einen Anteil von 20 Prozent des gesamten Hotelmarktes in Deutschland. Der Hotelverband ist zugleich Fachverband im Deutschen Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA Bundesverband). Gemeinsam vertreten die Verbände die Interessen der Hotellerie in Deutschland gegenüber Politik und Öffentlichkeit.

Politische Schwerpunktthemen

Das Top-Thema im Berichtszeitraum war ohne Zweifel die Einführung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes für Übernachtungen zum 1. Januar 2010. Damit wurde eine langjährige Forderung des Hotelverbandes erfüllt. Die Mehrwertsteuersenkung für Übernachtungen stellt die längst überfällige Steuergerechtigkeit in Europa her und ist ein wichtiger Impuls für den heimischen Tourismus. Wie die Ergebnisse der Verbandsumfrage beweisen, nutzen die Hoteliere die finanziellen Spielräume für Investitionen in ihre Häuser und Mitarbeiter. Mit einem noch besseren Preis-Leistungs-Verhältnis wird die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Hotellerie im internationalen Vergleich gestärkt (*mehr dazu im Kapitel 3.1*).

Die Wachstumsbeschleunigung der steuerlichen Maßnahme wird jedoch durch die unsägliche Bettensteuer-Debatte in zahlreichen Kommunen gehemmt. Dabei kann es nicht angehen, dass Bund und Länder die Hoteliere entlasten und die Kommunen im gleichen Atemzug die Hotels mit neuen Abgaben belasten. Die Hotellerie braucht Planungssicherheit und Vertrauen in eine verlässliche Politik. Nur dann können die erhofften Investitionen und Beschäftigungszuwächse aufgrund der Mehrwertsteuersenkung auch realisiert werden. Zusammen mit dem DEHOGA wird sich der Hotelverband mit allen juristischen Mitteln gegen diese politische Wegelagerung zur Wehr setzen (*mehr dazu im Kapitel 3.1*).

Die Reform des Rundfunkgebührensystems gehörte zu den weiteren Schwerpunktthemen der politischen Arbeit des Hotelverbandes in den letzten Monaten. Dabei begrüßt der Verband die von den Länderchefs beschlossene Abkehr von der Gebührenerhebung „je bereit gehaltenem Gerät“ hin zu einem Rundfunkbeitrag pro Haushalt bzw. pro Betriebsstätte. Mit Blick auf die rasante Medienkonvergenz hatte sich die IHA seit Jahren für die Einführung einer Medienabgabe und damit für eine materielle Entlastung der Beherbergungsbetriebe stark gemacht. Inakzeptabel für die Branche ist indes der geplante Rundfunksonderbeitrag in Höhe von rund 50 Millionen Euro jährlich, der im Vergleich zu allen anderen Wirtschaftsbereichen zusätzlich von den Beherbergungsbetrieben gezahlt werden soll. Vor diesem Hintergrund sieht der Hotelverband beim jetzt vorliegenden Entwurf zur Neuregelung, die ab 2013 gelten soll, dringenden Nachbesserungsbedarf (*mehr dazu im Kapitel 3.5*).

Auf der Agenda des Hotelverbandes ganz oben stehen darüber hinaus Wettbewerbsbeschränkungen im Bereich der Online-Reiseplattformen und die Steigerung der Qualität und Verlässlichkeit von Hotelbewertungsportalen.

Veranstaltungen

IHA-Hotelkongress

Vom 10. bis 11. Juni 2010 kamen Deutschlands führende Hoteliere, Hoteldirektoren und Hotelmanager im Best Western Premier Castanea Resort Hotel in Adendorf anlässlich des IHA-Hotelkongresses zusammen, um über Zukunftsstrategien und Märk-



Volle Konzentration auf die Zukunftsthemen der Hotellerie beim IHA-Hotelkongress 2010.



Verteidigt die Mehrwertsteuersenkung für Übernachtungen und appelliert an die Hoteliers, ihre Investitionen transparent zu machen. IHA-Vorsitzender Fritz G. Dreesen beim Branchentreff im Juni 2010.

te von morgen zu diskutieren. Im Fokus des zentralen Branchentreffs standen die Weiterentwicklung des Internets und seiner ungeahnten Dimensionen und die damit einhergehenden aktuellen Herausforderungen für erfolgreiches Hotelmarketing.

Nach der Ansprache des IHA-Vorsitzenden Fritz G. Dreesen zur Lage der Hotellerie erklärten Hotellerie-Insider und Online-Experten die Faktoren des Channelmanagements, zeichneten die Trends vom Bewertungs- zum Empfehlungsmarketing nach, berichteten über die Chancen des zunehmend mobiler werdenden World Wide Web und illustrierten, wie sich soziale Netzwerke für den Vertrieb nutzen lassen. Referenten des IHA-Hotelkongresses 2010 waren:

- Marcus Smola, Geschäftsführer, Best Western Hotels Deutschland („Was hat ein Goldfisch mit Check-in zu tun?“)
- Wilfried Dreckmann, Inhaber, spa project („Verkaufen Sie noch Zimmer oder bieten Sie schon Lifestyle?“)
- Stefan Möhler, Inhaber, netz|vitamine – Agentur für Online-Marketing („Tourismusweb 3.0 – von Bewertungs- zu Empfehlungssystemen“)



Marcus Smola



Wilfried Dreckmann



Stefan Möhler



Prof. Dr. C. Lange



Katrin Ohlmer



Malte Siewert

- Prof. Dr. Constantin Lange, Inhaber, publoCity GmbH & Co. KG („Online Gäste gewinnen mit Google, aber richtig“)
- Katrin Ohlmer, Geschäftsführerin, Hotel Top-Level-Domain GmbH („hotel Domains – Neue Chancen für Marketing & Vertrieb im Internet“)
- Malte Siewert, Geschäftsführer, trivago GmbH („Mit der Metasearch zur Direktbuchung“)
- Georg Ziegler, Marketing Manager, Holiday-Check AG („HotelManager: Spiegeln Sie Ihre Leistung im Internet“)
- Michael Jarugski, Vertriebsleiter GIATA mbH („Mehr Buchungen für ein App und ein Ei“)
- Sascha Hausmann, CEO, eRevMax International Ltd. („Challenging Channelmanagement: Strategische Weichenstellungen für den erfolgreichen Vertrieb“)
- und Tobias Ragge, Geschäftsführer, HRS – Hotel Reservation Service („Internet to go“)

Darüber hinaus bot der IHA-Hotelkongress mit dem traditionellen IHA-Get-Together den 200 hochrangigen Gästen aus der Privat- und Kettenhotellerie reichlich Gelegenheit zum Meinungs- und Erfahrungsaustausch mit Kollegen und Referenten.

An das Forum der Hotellerie schloss sich am Folgetag die IHA-Mitgliederversammlung an, in der der IHA-Vorsitzende Fritz G. Dreesen und der Hauptgeschäftsführer Markus Luthe über die politischen Entwicklungen und die aktuelle Verbandsarbeit informierten und den IHA-Mitgliedern Rede und Antwort standen. Zudem analysierte der Medienexperte Michael Cramer, ehemaliger Chefredakteur von Sat.1 sowie Redaktionsleiter der Talkshow „Sabine Christiansen“ und heutiger Geschäftsführender Gesellschafter von Alt&Cramer, die Kommunikationsmechanismen der Presse im Zusammenhang mit der Mehrwertsteuer-



Tobias Ragge



Sascha Hausmann



Michael Jarugski



Georg Ziegler



Verstärkung für den Beirat des Hotelverbandes: Marco Nussbaum (l.) vom prizeotel Bremen und Wilhelm Luxem (r.) vom Excelsior Hotel Ernst in Köln zusammen mit dem IHA-Vorsitzenden Fritz G. Dreesen am 11. Juni 2010 beim IHA-Hotelkongress in Adendorf/Lüneburg.

senkung für Übernachtungen. Die Konsequenzen der Einführung des reduzierten Satzes für die betriebliche Praxis standen im Mittelpunkt des Vortrags von Ralf Bombita von der Accor Hotellerie Deutschland. Manfred Krüger von ConCardis und Dr. Christian Janssen von Micros Fidelio sprachen über Datensicherheit beim Kreditkarteneinsatz.

Bei Nachwahlen zum Beirat des Hotelverbandes wurden Wilhelm Luxem, Geschäftsführender Direktor des Hotels Excelsior Ernst in Köln, und Marco Nussbaum, Geschäftsführender Gesellschafter des prizeotel Bremen, neu in das höchste Verbandsgremium gewählt. Dreesen dankte den ausgeschiedenen Mitgliedern Horst Mayer und Wolfgang Dieckmann für ihr langjähriges erfolgreiches Wirken in dem Verbandsgremium und freute sich auf die Zusammenarbeit mit den neuen Beiratsmitgliedern Luxem und Nussbaum.

Jahrespressekonferenz

Auf reges Medieninteresse stieß auch die diesjährige Jahrespressekonferenz, die am 15. April 2010 im Grand Hotel Esplanade Berlin stattfand.

Der IHA-Vorsitzende Fritz G. Dreesen und IHA-Hauptgeschäftsführer Markus Luthé berichteten über die Auswirkungen der weltweiten Wirtschafts- und Finanzkrise auf die verschiedenen Marktsegmente der Hotellerie, erklärten die Perspektiven der Branche und formulierten die Erwartungen der Hoteliers an die Politik. Im Fokus der politischen



Brancheninfos aus erster Hand: Der IHA-Vorsitzende Fritz G. Dreesen (M.) und Hauptgeschäftsführer Markus Luthé informieren über die Lage der Hotellerie und erklären die Forderungen der Branche auf der Jahrespressekonferenz am 15. April 2010, hier zusammen mit Pressesprecherin Stefanie Heckel.



„Die Mehrwertsteuersenkung wirkt“, berichten IHA-Vorsitzender Fritz G. Dreesen (r.) und IHA-Hauptgeschäftsführer Markus Luthé dem Deutschlandradio Kultur anlässlich der Jahrespressekonferenz des Verbandes.

Brennpunkthemen standen die Reduzierung des Mehrwertsteuersatzes für Übernachtungen und die damit verbundenen Impulse für eine Branche, die im Zuge der Krise eine Milliarde Euro Jahresnettoumsatz verlor. Der Hotelverband forderte ein Ende der populistischen Debatte und Planungssicherheit für die Unternehmer. Kommunalen Bettensteuern erteilte er eine klare Absage.

Services und Publikationen

Neben wirkungsvoller Lobbyarbeit für die Branche bietet der Hotelverband seinen Mitgliedern exklusiv professionelle und spezialisierte Dienstleistungen wie Fachseminare, aktuell zum Beispiel zu den Themen Webmarketing, Datenschutz oder Arbeitsrecht, Publikationen und Rahmenabkommen.

Wichtigste Publikation des Hotelverbandes und unentbehrliches Nachschlagewerk für alle an der

Branche Interessierten ist der jährlich erscheinende IHA-Branchenreport „Hotelmarkt Deutschland“. Hierin untersucht der Hotelverband aktuelle Prozesse, Strategien und Strukturen auf dem heimischen Beherbergungsmarkt und beleuchtet detailliert die konjunkturelle Entwicklung. Die Studie, die in dieser Form 2010 bereits zum neunten Mal erschienen ist, ist ein profunder Indikator des Branchengeschehens und liefert belastbare Rahmendaten für alle Marktteilnehmer. Der IHA-Branchenreport 2010 wurde am 15. April 2010 anlässlich der Jahrespressekonferenz des Verbandes der Öffentlichkeit vorgestellt.

Zusammen mit dem Erich Schmidt Verlag in Berlin startete 2010 die Buchreihe des Hotelverbandes „IHA-Edition Hotellerie“. Die IHA-Edition umfasst Fachinformationen für Führungskräfte der Hotellerie, deren Zulieferer und für Interessierte der Aus- und Weiterbildung. Mit dem ersten Band „Management-Ausbildung in der Hotellerie“, einer aktuellen und umfassenden Orientierungshilfe für die Aus- und Weiterbildung in der Hotellerie, widmen sich die Herausgeber dem dringendsten Zukunftsthema.



Gebündelte Information zur Hotellerie in Deutschland: Fritz G. Dreesen (2.v.l.), IHA-Vorsitzender, und Markus Luthé, IHA-Hauptgeschäftsführer, präsentieren zusammen mit Anke Kleiner (l.) und Lizzy Herzog, IHA-Referentinnen und Mit-Autorinnen, den IHA-Branchenreport 2010 auf der Jahrespressekonferenz des Verbandes.

Neben Lobbying und speziellen Dienstleistungen für seine Mitglieder initiiert und fördert der Hotelverband Marketingmaßnahmen und Kooperationen. Als Beispiele für sein Engagement seien hier der Hotelführer unter www.hotellerie.de mit Direktbuchungsmöglichkeit genannt, die Dialog-



initiative mit allen relevanten Hotelbewertungsportalen (siehe www.hotelreviewsites.hotrec.eu), die europäische Qualitätsinitiative European Hospitality Quality (EHQ) oder die Gründung der Hotelstars Union zur Harmonisierung der Hotelklassifizierungssysteme (*mehr dazu im Kapitel 4.1 und unter www.hotelstars.eu*).

Zentrale Informations- und Kommunikationsplattform des Hotelverbandes ist das Internetportal www.hotellerie.de. Neben aktuellen Brancheninformationen, Veranstaltungshinweisen und Karrieretipps bietet die Website den Nutzern unter anderem einen Einkaufsberater, eine Bilddatenbank sowie einen Blog zu aktuellen Hotelleriethemem.

Hotelverband Deutschland (IHA)
Am Weidendamm 1A
10117 Berlin
Fon 030/59 00 99 69-0
Fax 030/59 00 99 69-9
office@hotellerie.de
www.hotellerie.de

UNIPAS – Union der Pächter von Autobahn-Service-Betrieben



Die UNIPAS – Union der Pächter von Autobahn-Service-Betrieben e.V. – ist der Interessenzusammenschluss der Pächter von Autobahnbetrieben, d.h. von Autobahn-Raststätten und -Tankstellen. Eigentümer der Autobahnbetriebe ist die Autobahn Tank & Rast GmbH & Co. KG, die im Jahre 2004 von dem britischen Investor Terra Firma gekauft wurde. Mitte 2007 hat die Infrastrukturgesellschaft Rreef, eine Tochter der Deutschen Bank, rund 50 Prozent der Anteile von Terra Firma gekauft.

Das Jahr 2010 war für die Autobahnbetriebe ein ereignisreiches und nicht immer unproblematisches Jahr. Die Umsätze insbesondere in der klassischen Gastronomie sind seit Jahren kontinuierlich rückläufig. Hier ist dringend Handlungsbedarf im Hinblick auf Sortiment und Angebot angesagt.

Anfang des Jahres wurden die ersten B&B-Hotels an der Autobahn gebaut bzw. umgestellt. Auch hier gab es erhebliche Probleme, so dass UNIPAS sich gezwungen sah, neutrale Gutachter einzuschalten, die die Wirtschaftlichkeit dieser Hotels überprüften. Nachdem auch die prognostizierten Umsätze nicht realisiert werden konnten, wurde das Projekt zunächst einmal ruhend gestellt.

Zu öffentlichen Diskussionen hat die testweise Erhöhung der Sanifair-Gebühren von 50 Cent auf 70 Cent geführt, wobei die Kunden nur noch 50 Cent beim Wareneinkauf oder im Gastronomiebereich einlösen können. Die Pächterschaft ist sehr skeptisch, ob dieser Schritt zielführend ist.

Terrasse der Raststätte Rhyern Nord



© Tank & Rast GmbH

Zu erheblichen Unruhen im Pächterkreis hat die Einführung von EPOS, einem gemeinsamen Wareneinkauf und Warenwirtschaftssystem, geführt. Grundsätzlich wird die Notwendigkeit von EPOS seitens UNIPAS bejaht. Die ersten Praxismonate haben aber auch die mit dem System verbundenen Probleme deutlich gemacht. Hier sind dringend Nachbesserungen notwendig.



Außenansicht der Raststätte Brohltal-Ost

Besonders problematisch für die Unternehmer an der Autobahn sind jedoch die hohen Pacht- und Gebührenbelastungen, die weit über den Pachtbelastungen von Betrieben außerhalb der Autobahn liegen. Ein wirtschaftlicher Betrieb ist bei der aktuellen Pacht- und Gebührenstruktur kaum möglich. Insofern kann die Zukunft nur in der Umstellung auf ein Pachtsystem liegen, das die Eigentümer der Tank & Rast in wirtschaftlich guten Zeiten stärker an den Umsatzsteigerungen beteiligt, den Pächtern in schwierigen Konjunkturlagen aber eine Überbrückung ermöglicht.

Die Autobahn-Servicebetriebe sind ein strategischer Bestandteil der Autobahninfrastruktur. Dies umso mehr, als Deutschland das wichtigste Transitland in Europa ist. Die Unternehmer an der Autobahn werden auch künftig ihren Beitrag für eine zukunftsfähige Ausrichtung der Servicebetriebe leisten.

UNIPAS – Union der Pächter
von Autobahn-Service-Betrieben
Stiftstraße 35, 32427 Minden
Fon 0571/8 86 08-0
Fax 0571/8 86 08 20
info@unipas.de
www.unipas.de

Verband der Internationalen Caterer in Deutschland (V.I.C.)

Der Verband der Internationalen Caterer in Deutschland (V.I.C.) ist ein Zusammenschluss von derzeit vier Caterern. Dazu gehören die Compass Group, Sodexo, apetito catering und die SV (Deutschland) GmbH.

Der V.I.C. wurde im Oktober 2000 gegründet, um die Kräfte der Wachstumsbranche Contract Catering in einer politischen Interessenvertretung zu bündeln und die Anliegen der Branche auf nationaler und europäischer Ebene fachlich kompetent zu vertreten. Seit Januar 2003 ist der V.I.C. als Fachverband Mitglied im DEHOGA Bundesverband. Die Mitgliedsunternehmen beschäftigen derzeit rund 24.000 Mitarbeiter und erwirtschaften einen Anteil von 35 Prozent am Gesamtumsatz des deutschen Contract Cateringmarktes in Höhe von circa drei Milliarden Euro. Im Jahr 2009 betrug der Nettoumsatz der V.I.C.-Mitglieder rund 1,2 Milliarden Euro.

Die Aufgabenschwerpunkte des V.I.C. auf nationaler Ebene sind die Aufklärungsarbeit in Fragen des Contract Catering und der Betriebsgastronomie sowie der Aus- und Weiterbildung in spezifischen Berufen der Gemeinschaftsgastronomie. Ein Schwerpunktthema ist im Berichtszeitraum die umsatzsteuerliche Abgrenzung von Lieferungen zu sonstigen Leistungen. Nach einem Urteil des Bundesfinanzhofs vom Dezember 2008 müssten nahezu alle Cateringleistungen umsatzsteuerlich als sonstige Leistungen versteuert werden. Anderer Auffassung ist das Bundesfinanzministerium, welches im Erlasswege eine liberale Abgrenzung vorgenommen hat. Im September 2009 hat es ein diesbezügliches Gespräch des V.I.C. im Bundesfinanzministerium gegeben, in dem die Caterer die Rechtsunsicherheit bemängelt und eine schnellstmögliche Klärung gefordert haben. Nachdem jedoch der Bundesfinanzhof in diesem Jahr vier Abgrenzungsfälle dem Europäischen Gerichtshof zur Klärung vorgelegt hat, wird bis zu einer Entscheidung des EuGH und in dessen Folge des BFH mit keiner Klarstellung des Bundesfinanzministeriums zu rechnen sein und damit keine Rechtsklarheit herrschen.

Auf europäischer Ebene sieht der V.I.C. seinen Schwerpunkt in der Schaffung einheitlicher

Sicherheitsstandards und Qualitätsmaßstäbe sowie in der Harmonisierung der Mehrwertsteuersätze im Bereich Contract Catering.



Dem V.I.C. ist die Ungleichbehandlung bei der umsatzsteuerlichen Bemessungsgrundlage der Mitarbeiterbeköstigung ein Dorn im Auge. Während die Eigenregiebetriebe hier die Werte der Sachbezugsverordnung heranziehen können, wird bei den Contract Caterern der Wert der Mahlzeit zu Grunde gelegt. Hier fordert der V.I.C., dass auch die Contract Caterer die Werte der Sachbezugsverordnung bei der Bemessung der Umsatzsteuer anwenden können. Der V.I.C. hat in persönlichen Gesprächen mit Finanzpolitikern auf Bundesebene auf diese Ungleichbehandlung hingewiesen und entsprechenden Änderungsbedarf angemahnt.

Ein weiterer positiver Effekt des Zusammenschlusses der großen Caterer im V.I.C. ist bei Betriebsübergängen zu verzeichnen. Wurden früher noch rechtliche Meinungsverschiedenheiten, beispielsweise zum Personalübergang, über Anwälte geführt, gibt es nun innerhalb der V.I.C.-Mitgliedsunternehmen keinerlei gerichtliche Auseinandersetzungen mehr. Diese Entwicklung hat in erheblichem Umfang zur Beruhigung der Catering-Branche beigetragen.



Vorsitzender: Jürgen Thamm
Compass Group

Geschäftsführerin: Ingrid Hartges
Deutscher Hotel- und Gaststättenverband
(DEHOGA Bundesverband)
Am Weidendamm 1A
10117 Berlin
Fon 030/72 62 52-46
Fax 030/72 62 52-42
benad@dehoga.de

Baden-Württemberg

Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Baden-Württemberg e.V.

Erfolgreiche INTERGASTRA und starke Dienstleistungen

Eine erfolgreiche INTERGASTRA in Stuttgart und das engagierte Eintreten für die Mehrwertsteuer-senkung waren 2010 wichtige Schwerpunkte der Verbandsarbeit des DEHOGA Baden-Württemberg. Darüber hinaus hat der Landesverband die Dienstleistungen für seine Mitglieder weiter ausgebaut und Maßnahmen zur Neumitgliedergewinnung nachhaltig verstärkt.

Mit über 80.000 Messebesuchern und einer Rekordzahl von Ausstellern hat die Branchenfachmesse INTERGASTRA in Stuttgart ihre erfolgreiche Entwicklung 2010 fortgesetzt. Als ideeller Träger der Messe präsentierte der DEHOGA Baden-Württemberg gemeinsam mit den DEHOGA-Partnerverbänden aus Hessen, Rheinland-Pfalz und dem Saarland sowie mit renommierten Branchenvereinigungen auf rund 2.500 Quadratmetern in Messehalle 5 ein hochkarätiges Fach- und Showprogramm. Rekordverdächtig war auch die Zahl der DEHOGA-Busfahrten zur Messe, die aus Baden-

Württemberg und benachbarten Bundesländern in Zusammenarbeit mit METRO Cash & Carry organisiert wurden: Insgesamt transportierten rund 140 Busse über 10.000 DEHOGA-Mitglieder nach Stuttgart zur INTERGASTRA.

Überzeugungsarbeit ProSiebenProzent

Eine Herausforderung für die Branche und damit auch für den DEHOGA stellte im Jahresverlauf 2010 die kontroverse Diskussion um die Senkung der Hotel-Mehrwertsteuer dar. Durch intensive Öffentlichkeitsarbeit, zu der unter anderem mehrere Regionalpressekonferenzen gehörten, gelang es, die positiven Auswirkungen der Steuersenkung glaubwürdig zu belegen. Eine Verbandsumfrage erbrachte zudem, dass sich das Investitionsvolumen der baden-württembergischen Hotellerie 2010 gegenüber den vorangegangenen Jahren mehr als verdoppelt hat. Nicht zuletzt aufgrund dieser positiven Entwicklung plädiert der Landesverband mit Nachdruck dafür, die Chancen eines reduzierten Mehrwertsteuersatzes auch in der Gastronomie zu nutzen (*mehr dazu im Kapitel 3.1*).



Starke Plattform für Branche und Verband: Die INTERGASTRA in Stuttgart setzte mit über 80.000 Messebesuchern ihre erfolgreiche Entwicklung auch 2010 fort.



In mehreren regionalen Pressekonferenzen hat der DEHOGA Baden-Württemberg die positiven Auswirkungen der Mehrwertsteuersenkung für Beherbergungsleistungen konkret und nachvollziehbar belegt. Das Ergebnis: Ein positives Echo in den lokalen und regionalen Medien. Im Bild die Regionalpressekonferenz in Pfullingen (Kreis Reutlingen) an der neben DEHOGA-Mitgliedern auch die Bundestagsabgeordneten Ernst-Reinhard Beck (CDU) und Pascal Kober (FDP) teilnahmen.

Im Bereich der politischen Arbeit konnte der DEHOGA 2010 noch einen weiteren wichtigen Erfolg verbuchen: Zu Jahresbeginn wurde die Sperrzeitregelung des Landes liberalisiert: Überall dort, wo Kommunen keine abweichenden Regelungen getroffen haben, beginnt die Sperrzeit unter der Woche um 3 Uhr (vormals 2 Uhr), am Wochenende gilt lediglich die „Putzstunde“ zwischen 5 und 6 Uhr als Sperrzeit. Mit dieser Erweiterung des Rahmens für gastgewerbliche Öffnungszeiten wurde eine seit vielen Jahren erhobene DEHOGA-Forderung weitgehend erfüllt.

Dienstleistungen stark gefragt

Auf sehr gute Nachfrage stießen im gesamten Jahresverlauf die Dienstleistungen, die der Verband seinen Mitgliedern anbietet. Neben der DEHOGA-Rechtsberatung war die Unterstützung

in betriebswirtschaftlichen Fragen durch die DEHOGA Beratung stark gefragt. Dass dies nicht nur an der konjunkturbedingt starken Inanspruchnahme der Krisenberatung lag, zeigt die positive Entwicklung in weiteren Beratungsfeldern, wie z.B. der Energieberatung, der Nachfolgeberatung sowie der Langzeitberatung (Coaching).

Steigende Teilnehmerzahlen meldete erneut die verbandseigene DEHOGA Akademie in Bad Überkingen, die rund 100 Seminarthemen für Profis aus Hotellerie und Gastronomie anbietet.

Deutlich intensiviert hat der DEHOGA Baden-Württemberg die Anstrengungen zur Neumitglieder-Gewinnung: Ergänzend zu den Außendienstmitarbeitern des DEHOGA-Versicherungspartners ERGO sind mittlerweile vier Mitarbeiter in der neu geschaffenen DEHOGA-Vertriebsabteilung tätig.

Bayern

Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern e.V.

Das bayerische Gastgewerbe – eine Branche mit Zukunft.

Ökonomisch betrachtet hatte sich Bayern in den letzten Jahren und Jahrzehnten von einem Agrarstaat hin zu einem anerkannten High-Tech-Standort entwickelt. Doch der Strukturwandel hat sich fortgesetzt. Denn mittlerweile gilt der weiß-blaue Freistaat als Paradebeispiel für einen idealen Produktionsstandort für Dienstleistungen. Und wenn in Bayern von rund 4,5 Millionen Arbeitnehmern mittlerweile 560.000 ihr Einkommen vollständig aus dem Tourismus beziehen, wenn nunmehr fast jeder zehnte Ausbildungsplatz allein in Hotellerie und Gastronomie zu finden ist, wenn über 24 Milliarden Euro touristisch bedingt umgesetzt werden, belegt dies eindrucksvoll die Prosperität der Leitökonomie Tourismus. Hotellerie und Gastronomie stellen dabei mit 315.000 Erwerbstätigen in 42.000 Betrieben und zwölf Milliarden Euro Umsatz den Hauptleistungsträger des Tourismus dar.

Folgerichtig gilt es trotz – oder vielleicht gerade wegen – der Wirtschaftskrise in diese standorttreue Branche mit Zukunft zu investieren. Der DEHOGA Bayern hat dies getan. Er hat eine neue Mitgliederbetreuung aufgebaut, hat sein Partnerschaftsmodell unter Qualitätsgesichtspunkten ausgerichtet und hat in die berufliche Nachwuchswerbung investiert. Parallel dazu wurde auf politischer Ebene unermüdlich daran gearbeitet, einer Branche mit Zukunft auch den nötigen rechtlichen Rahmen sowie die fiskalpolitischen Voraussetzungen für ein gesundes Morgen zu schaffen. Um diesem Ziel gerecht zu werden, bedurfte es des ständigen Dialoges mit der Politik.

Brennpunkt Branchenpolitik

Eine solide branchenpolitische Basisarbeit zeichnet die Arbeit des DEHOGA Bayern aus. Dabei steht er im ständigen Dialog mit den wichtigsten politischen Parteien. Doch allein die Tatsache, dass Bayern Tourismusland Nummer eins in Deutschland ist, verpflichtet dazu, auch direkt den Kontakt zu den Parlamentariern des Deutschen Bundestages zu suchen. Neben vielen Treffen auf Orts-, Kreis-, Bezirks- und Landesebene fanden intensive Gedankenaustausche in Berlin statt. Bei zahlrei-



Infight mit der Politik: Bezirksvorsitzender Robert Drechsel (r.) diskutiert mit dem damaligen Bundesfinanzminister Peer Steinbrück über die Notwendigkeit eines reduzierten Mehrwertsteuersatzes.



Geschlossen erscheint das Präsidium mit Hauptgeschäftsführer Ralf Schell (2.v.l.) und Geschäftsführerin Karin Eiden (r.) zum Gespräch bei Ministerpräsident Horst Seehofer (M.), um mit ihm die wichtigsten Probleme der Branche zu besprechen.



Kommunalpolitik par excellence: Für heftige Diskussionen sorgt die Ankündigung des Münchner Stadtrates Alexander Reissl, eine Bettensteuer erheben zu wollen. Kreisvorsitzender Conrad Mayer (M.) verspricht, sich der Sache anzunehmen.

chen übergeordneten Themen stand der Verband zudem in Kontakt zu EU-Politikern unterschiedlichster politischer Couleur. Die Summe aller Gespräche flossen – mal mehr, mal weniger – mit in die politischen Entscheidungen ein. Doch neben den greifbaren Ergebnissen zählt insbesondere der persönliche Kontakt zu den Abgeordneten. Nur hierdurch kann eine Sensibilisierung für gastgewerbliche Themen erreicht werden. Denn oftmals ist es wichtiger, Themen im Vorfeld einer öffentlichen Debatte in die richtigen Bahnen zu lenken, als später spektakuläre Erfolge zu erzielen.

Gesundheitsschutzgesetz und Mehrwertsteuer

Inhaltlich beherrschten zwei Themen das branchenpolitische Geschehen: das Rauchverbot sowie die zwar versprochene, aber nicht erfolgte Reduzierung der Mehrwertsteuer für die Gastronomie. Um das zweite Thema kurz und prägnant auf den Punkt zu bringen: Der DEHOGA Bayern fordert nach wie vor vehement sieben Prozent Mehrwertsteuer auch auf gastronomische Dienstleistungen.

Hinsichtlich des Rauchverbotes muss festgehalten werden, dass das im Jahr 2009 gültige Gesundheitsschutzgesetz Spielräume für jeden ließ und sich bestens eingespielt hatte. Bayernweit waren rund 85 Prozent aller Betriebe rauchfrei. Daneben hatten die Gastronomen noch die Möglichkeit, den Rauchern wenigstens ein kleines Angebot zu bieten; das Gesetz ließ Luft für alle. Der DEHOGA Bayern hat aber die Erfahrung machen müssen, dass ein Massenverband nicht zu allen Themen eine allgemeingültige Lösung vertreten kann. Die Mitglieder deckten das gesamte Meinungsspektrum von der Forderung zur Rückkehr zur vollkommenen Freiheit bis hin zum vollumfänglichen Rauchverbot ab. Daher konnte es beim Volkentscheid über das Thema nur Aufgabe des Verbandes sein, Aufklärungsarbeit zu leisten, was ein Ja bzw. ein Nein bedeutet. Zugleich hat der Verband dazu aufgerufen, auch Wählen zu gehen.

2010 hat das Volk als höchster Souverän entschieden, da hilft es nun nicht mehr darüber zu philosophieren, ob nicht zu wenige Wähler über zu viele Bürger abgestimmt haben. Es ist eine altbe-

kannte Tatsache: Auch Nichtwähler sind Wähler. Jetzt muss Planungssicherheit oberste Priorität haben. Man darf nicht vergessen: In Bayern gilt mittlerweile innerhalb von zweieinhalb Jahren die fünfte Gesetzesvariante (*mehr dazu im Kapitel 5.3*).

Cooler Werbung um Nachwuchs

Berufe fürs Leben: Neuer Ausbildungsfilm, der Gefühle zeigt

Was kann sympathischer sein als Auszubildende, die erfrischend natürlich vor der Kamera von ihrer Ausbildung in Hotel- und Gastronomiebetrieben erzählen? Die Faszination ihrer Berufe, aber auch das harte Anpacken, die spannenden Gäste sowie die Freude und Liebe zu den schönsten Berufen der Welt kommen zur Sprache und erzeugen Gänsehaut-Feeling. In elf Minuten, respektive sieben Kapiteln, vermittelt der neue bayerische Ausbildungsfilm neben jeder Menge Gefühl auch ein realistisches Bild des gastgewerblichen Ausbildungsalltags. Mit Close-Up Szenen fängt Regisseur Kristian Gründling kleine, liebevolle Details aber auch die Sehnsucht nach der großen weiten Welt ein.

Blick-Fang auf Ausbildungsmessen: der DEHOGA Bayern

Klappern gehört zum Handwerk und Hingucker zu jeder erfolgreichen Messepräsenz. Mit neuen Roll-Ups, mobilen Messewänden, Plakaten, Prospekten, Verzeichnissen über Ausbildungsbetriebe und Hotelfachschulen sowie der „Karriere-Schautafel“ präsentiert sich der DEHOGA Bayern modern und selbstbewusst.

Keine Chance für Bewerbung mit „Rechtsschreibfählern“

Vor dem Hintergrund rückläufiger Schülerzahlen ist es vorrangiges Ziel, alle Berührungspunkte aus dem Weg zu räumen. Der bayerische Azubi-Bewerberknigge ist ein wichtiger Schritt in die richtige Richtung; nicht ohne Grund nutzt ihn auch der DEHOGA-Bundesverband als Basisbrochüre.



Berlin

Hotel- und Gaststättenverband Berlin e.V. (DEHOGA Berlin)



© Internationale Filmfestspiele

aktiv. für die Gastgeber Berlins

Diese Unternehmensvision und die damit im Zusammenhang stehenden strategischen Ausrichtungen des Berliner Verbandes formulieren, wohin die Reise geht. Das im Mai dieses Jahres neu gewählte Präsidium strebt die Fortsetzung der bisherigen erfolgreichen Wege an.

Die Zuwächse im Berlin-Tourismus in der Halbjahresbilanz 2010 liegen im positiven zweistelligen Bereich und bedeuten ein klares Kompliment der Welt an die Berlinerinnen und Berliner sowie ihre Stadt. Nicht minder erfolgreich ist die Hauptstadt als eine der fünf führenden Kongressdestinationen weltweit. Doch auch was die Zahl der Hotelneubauten angeht, ist Berlin Spitzenreiter. Die Konkurrenz auf dem Berliner Markt ist enorm. Eine gleichbleibende Auslastung, wie bis dato in 2010 zu Grunde gelegt, bedeutet, dass in 2015 geschätzte sieben Millionen Übernachtungen mehr generiert werden müssen. Eine außerordentliche Herausforderung für alle am Wirtschaftsfaktor Tourismus Beteiligten!

Der Rahmen muss stimmen

Der DEHOGA Berlin bringt sich aktiv ein, um zwei eng miteinander verbundene Parts zu verbinden: Gute Rahmenbedingungen für die Hauptleistungsträger des Tourismus, die Gastronomen und Hoteliers, und das engagierte Mitwirken in den

vielen Netzwerken, die permanent daran arbeiten, die Attraktivität Berlins zu gewährleisten und weiterzuentwickeln. Die Stimme des Verbandes ist gefragt und wird gehört.

Gesetzesänderung erwirkt

Mehr als 10.000 Unterkünfte, in denen jährlich mindestens 1,5 Millionen Touristen nächtigen, unterlagen keinerlei Kontrollen durch die Behörden. Es ging vor allem um den Schutz der Verbraucher und darum, das gute Image der Berliner Hotellerie zu erhalten. Die Gesetzeslücken bestanden insbesondere bei so genannten Sonderwohnformen, womit vor allem Ferienwohnungen gemeint sind. Inzwischen gibt es immer mehr Anbieter in Berlin, die bis zu 100 Wohnungen verteilt auf mehrere Gebäude professionell vermarkten. Gerade sie nutzten in völlig unzulässiger Art und Weise rechtliche Gegebenheiten auf Kosten der Verbraucher aus und verletzen Grundstandards in Bezug auf Sicherheit, Brandschutz und Hygiene. Wir können es uns nicht leisten, dass einzelne Anbieter Gästen unzumutbare Übernachtungsbedingungen bieten – damit steht der Ruf der ganzen Stadt auf dem Spiel.

Hinzu kommt, und das war für uns gleichwertiger Grund, dass durch die ungleiche Behandlung von Angeboten, die letztlich das Gleiche offerieren – Hotels oder Ferienwohnungen – der Wettbewerb grob verzerrt wurde. Wenden Hotelbetriebe oder



© Land Berlin Thieme

Pensionen erhebliche Kosten auf, um Sicherheits- und alle sonstigen Auflagen einzuhalten, konnten Anbieter im Graubereich durch Ausnutzung rechtlicher „Schlupflöcher“ diese Ausgaben vermeiden und mit geringeren Kosten auf den Markt gehen.

An dieser Stelle war der Berliner Senat gefordert, seiner behördlichen Kontrollfunktion angemessen nachzukommen, was dann auch auf den Weg gebracht wurde: Der entscheidende Passus in der Verordnung über den Betrieb von baulichen Anlagen wurde der Situation angepasst und mit Wirkung vom 11. Juli 2010 durch den Senat geändert: Jetzt gelten alle Gebäude mit mehr als 12 Gästebetten als Beherbergungsstätten. Ein großartiger Erfolg für Gäste und Gastgeber!

Qualität spricht sich herum und wird belohnt



Steckte das Serviceangebot Weiterbildung in 2009 noch in den Kinderschuhen, so kann man im Folgejahr schon von guten Erfolgen sprechen. Seit Juni ist „DEHOGA Berlin Seminare“ mit dem Qualitätssiegel „ServiceQualität Deutschland“ Stufe I zertifiziert. Das Seminarangebot wurde um diverse Themen erweitert und die Teilnahmeanzahl hat sich im Vergleich zum Vorjahr sogar verdoppelt. Die Investitionsbereitschaft der Unternehmen zeigt, dass es die richtige Entscheidung des DEHOGA Berlin war, sich des Themas Weiterbildung verstärkt anzunehmen und als wichtigen Bestandteil in das Serviceangebot des Verbandes zu integrieren.

In 2011 werden insbesondere in den Bereichen ausbildungsbegleitende und Ausbilder-Seminare interessante und gefragte Themen das sich ständig erweiternde Angebot ergänzen. Eine ansprechende Broschüre, die Einblick in das Leistungsspektrum gibt, wird wieder zum Jahresende erscheinen.



© F.-Gopp, pixelio.de

Im digitalen Dialog

Seit Oktober 2010 ist der DEHOGA Berlin auch auf Facebook und Twitter vertreten. Eine breite Streuung von Informationen und gleichzeitig neugierig machen auf den Verband – das ist das Ziel. Insbesondere bei Kampagnen haben Facebook und Twitter eine hohen viralen Effekt, höher noch als die eigene Website. Die Vernetzung und der Austausch auf Facebook und Twitter sollen insbesondere auch die nächste Generation für Verbandsarbeit begeistern.



seminare. für die gastgeber berlins

Brandenburg

Deutscher Hotel- und Gaststättenverband Brandenburg e.V.

20 Jahre DEHOGA Brandenburg

Das Jahr 2010 stand ganz im Zeichen des 20-jährigen Bestehens des DEHOGA Brandenburg, das mit einem Festabend am 20. April im Kongresshotel Potsdam am Templiner See feierlich begangen wurde. Rund 300 Gäste – Verbandsmitglieder und Vertreter aus Politik und Wirtschaft – ließen dabei zwei Jahrzehnte Gastfreundschaft in Brandenburg Revue passieren. Der Ministerpräsident des Landes Brandenburg, Matthias Platzeck, würdigte die Leistung des Brandenburger Gastgewerbes, innerhalb dieser Zeit in einer touristisch wenig erschlossenen Gegend flächendeckend ein hervorragendes Angebot geschaffen zu haben, das kaum noch Wünsche offen lässt und von dem auch er sich gern verwöhnen lässt. Auch die Hauptgeschäftsführerin des DEHOGA Bundesverbandes, Ingrid Hartges, stellte fest: „Es hat sich wahnsinnig viel getan“ und dankte für die gute Zusammenarbeit: „Wir haben gemeinsam auf allen Ebenen viel geschafft“. Der Präsident des DEHOGA Brandenburg, Mario Kade, dankte den inzwischen über 1.200 Mitgliedern für ihre engagierte Arbeit und tägliche Gastfreundschaft und versicherte, dass der Verband in seinem Einsatz für die Interessen der Branche auch in Zukunft nicht nachlassen wird.

Qualität im Brandenburger Gastgewerbe

Die Qualitäts- und Marketinginitiative für die Gastronomie „Brandenburger Gastlichkeit“, die im Jahr 2004 von Unternehmen der Stadt Potsdam ins Leben gerufen wurde, wird seit diesem Jahr flächendeckend in allen Reiseregionen des Landes Brandenburg durchgeführt. Damit konnte der DEHOGA Brandenburg einen weiteren Meilenstein für die Qualität im Brandenburger Gastgewerbe setzen, der auch der besseren Vermarktung der regionalen Gastronomie dient. Unternehmen, die an der Initiative teilnehmen, lassen freiwillig Service, Qualität und Angebot von anonymen Testern prüfen. Fast 200 Unternehmen beteiligen sich 2010 an der landesweiten Initiative, an der auch andere Landesverbände bereits Interesse signalisiert haben.

Qualifizierung und Fachkräftesicherung

Bei den 19. Jugendmeisterschaften des Landes Brandenburg am 24. April trafen sich wieder die besten Nachwuchskräfte des Landes in den gastgewerblichen Ausbildungsberufen, um ihr Können zu zeigen und sich für die bundesdeutschen Meisterschaften zu qualifizieren. Rund um das Thema



Matthias Platzeck (l.), Ministerpräsident des Landes Brandenburg, beglückwünscht mit DEHOGA Brandenburg-Präsident Mario Kade (r.) Teilnehmer am Schulungs- und Qualitätssiegel-Programm ServiceQualität Deutschland im Rahmen der Feierlichkeiten des 20-jährigen Bestehens des DEHOGA Brandenburg.



Die besten ihres Fachs im Land Brandenburg: Mario Kade (r.) mit den Siegern der Landesmeisterschaften in den gastgewerblichen Ausbildungsberufen.

„Brandenburger Gastlichkeit“ zeigten die Landesbesten kreative Gerichte, einfallsreiche Dekorationen und ausgezeichneten Service. „Wir sind stolz auf unseren Nachwuchs, der innovative Ideen kreativ, kompetent und überzeugend umgesetzt hat“, kommentierte Mario Kade die Ergebnisse. Da die Gewinnung von Auszubildenden aufgrund der demografischen Entwicklung für die gastgewerblichen Betriebe im Land Brandenburg immer schwieriger wird, widmete sich der 2. Bildungsgipfel des Verbandes am 10. November 2010 dem Thema Ausbildungsmarketing. Gleichzeitig wurde ein transnationales Projekt ins Leben gerufen, das den Wissens- und Erfahrungsaustausch zur Angebotsentwicklung und Fachkräftesicherung im Gastgewerbe auf europäischer Ebene ermöglicht.

Nachhaltigkeit im Gastgewerbe – Branchentag des DEHOGA Brandenburg

Vor dem Hintergrund der steigenden Energiekosten, die Mitgliederumfragen zufolge eines der größten Probleme des Brandenburger Gastgewerbes darstellen, hat der DEHOGA Brandenburg seinen Branchentag 2010 unter das Motto der Nachhaltigkeit gestellt. Neben den vielfältigen Möglichkeiten der Energieeinsparung wurden den Gästen des Branchentages die Vorteile regionaler Produkte sowie die Auswirkungen des Klimawandels



Gespannte Zuhörer beim Branchentag des DEHOGA-Brandenburg am 26. Oktober 2010.

aufgezeigt. Als Leitprojekt für nachhaltiges Wirtschaften unter Einbeziehung der gesamten regionalen Wertschöpfungskette stellte Sonja Moor das Modelldorf Hirschfelde vor, das nach dem Prinzip „fair und regional“ Landwirtschaft, Naturschutz und Tourismus nachhaltig miteinander verknüpft.

Bremen

Deutscher Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bremen e.V.

ServiceQualität Deutschland – einfach immer besser

Das war das Motto des Qualitätstages 2009, der am 26. Oktober im Übersee-Museum Bremen stattfand. Über 90 Mitarbeiter aus Unternehmen der Freizeit- und Tourismusbranche informierten sich über neue Trends bei Kundenerwartungen, spannenden Vorträgen und nahmen Ideen mit, wie man Kunden und Gäste immer wieder neu begeistern kann. Veranstaltet wurde der Qualitätstag von der Initiative ServiceQualität Deutschland, die im Land Bremen von der BTZ Bremer Touristik-Zentrale, der BIS Bremerhaven Touristik, der Handelskammer Bremen, der IHK Bremerhaven, des DEHOGA und der WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH getragen, und vom Institut für Wissenstransfer an der Universität Bremen gemanagt wird. Die Initiative wird vom Senator für Wirtschaft und Häfen des Landes Bremen gefördert.

Hinter der Initiative „ServiceQualität Deutschland“ stehen die 16 Bundesländer. Ihr Engagement liegt darin, das Qualitätsbewusstsein in den Dienstleistungsunternehmen nachhaltig weiter zu entwickeln und durch eine verbesserte Servicementalität die Attraktivität der Destinationen in Deutschland zu steigern. Das Siegel wurde im Land Bremen bereits 58 mal vergeben. Weitere Informationen zur Initiative „ServiceQualität Deutschland in Bremen/Bremerhaven“ gibt es online unter www.servicequalitaet-bremen-bremerhaven.de.



Die stolzen neuen Inhaber des Q-Siegels.

GASTRO-AWARD 2009

Gleich dreimal wurden in diesem Jahr Bremer Betriebe mit dem GASTRO-AWARD 2009 ausgezeichnet. Die GASTRO-AWARD Deutschland AG ist unabhängiger Förderer und Marketing-Partner der deutschen Gastronomie und Hotellerie und Herausgeber des GASTRO-AWARDS, einem etablierten Auszeichnungs- und Marketingkonzept für die bundesweite Gastronomie- und Hotellandschaft.

Landessieger in Niedersachsen/Bremen wurde in der Kategorie Asiatische Küche das Pochana Thai Restaurant; von der deutschen Küche war die Jury besonders im Hotel Fährhaus Farge überzeugt; bester Betrieb im Segment Imbisshallen- und -stände wurde das Mr. Baguette aus Blumenthal.

Spende der Vereinigung der Privathotels

Die Vereinigung der Privathotels in Bremen spendete ihren durch eine Fußballwette erworbenen Betrag von 200 Euro der Jugendfarm Bremen, einer Einrichtung zur Förderung der Bremer Stadtkinder. Weiterhin viel Erfolg und fröhliche Kinder wünschen die Gemeinschaft der Privathotels in Bremen.

Gut Ding will Weile haben

DEHOGA-Chef gegen voreilige Hotel-Neubauten/Halbjahreszahlen nicht überbewerten

Lutz Natusch, Vorsitzender des DEHOGA in Bremerhaven, hat seine Kritik an geplanten Hotel-Neueröffnungen in der Seestadt wiederholt. Hintergrund: Im ersten Halbjahr 2009 war Bremerhaven mit einem Plus von 5,1 Prozent der Gewinner bei den Übernachtungszahlen im Bundesland Bremen.

Die positiven Zahlen sollten nicht überbewertet werden, denn sie seien auf die Eröffnungen im Bereich des neuen Gebietes Havenwelten zurückzuführen. Abseits dieses Bereiches am Alten und Neuen Hafen – wie etwa in den Stadtteilen Lehe

und Geestemünde – seien die Zahlen nicht so erfreulich. Natuschs Appell: Bevor neue Hotels geplant werden, müssten erst einmal über mehrere Monate hinweg die Gästezahlen beobachtet werden.

Berufsausbildung im Bremer Gastgewerbe – der Verband schaut hin!

Bedauerlicherweise fand die Ausbildung im Bremer Gastgewerbe im Berichtszeitraum negativ in den Medien statt. Gegen diese Ausbildungsmissstände einzelner Betriebe engagiert sich der DEHOGA Bremen gemeinsam mit der Handelskammer Bremen und der Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten. Sowohl im Interesse derjenigen Ausbildungsbetriebe, die inhaltlich anspruchsvoll, engagiert, korrekt und damit im Sinne des Ausbildungsziels ausbilden, als auch im Interesse der jungen Menschen, die aus Überzeugung und mit viel Freude und Elan eine Ausbildung in einem der gastgewerblichen Ausbildungsberufe beginnen, gilt es, Missstände aufzudecken und abzustellen. Landesverbandspräsident Fritz Rößler und DEHOGA Bremen-Hauptgeschäftsführer Thomas Schlüter bekräftigen das Engagement des Verbandes: „Um ihren Nachwuchsbedarf zu decken, werden die Branchen zukünftig um die jungen Menschen werben und sich um sie bemühen müssen. Das Gastgewerbe wird hier einem großen Wettbewerb ausgesetzt sein, dem es durch die kontinuierliche Steigerung seiner Attraktivität jedoch standhalten kann und wird.“

Bremer Hotellerie hält Wort!

Acht Wochen nach Einführung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes für die Hotellerie in Deutschland lagen die Zahlen für Bremen auf dem Tisch. Das Ergebnis einer vom DEHOGA Bremen durchgeführten Erhebung, an der das Gros der Hotelbetriebe im Lande Bremen teilgenommen hat, kann sich sehen lassen: Die Betriebe beabsichtigen, rund 7.000.000 Euro zusätzlich in ihre Häuser zu investieren. Geld, das dem regionalen Handwerk und der Zulieferindustrie zugute kommen wird, dort Arbeitsplätze sichert und Steuerertrag generiert. Darüber hinaus planen die Betriebe, zusätzliche Mitarbeiter einzustellen:

Über 60 Vollzeitkräfte, knapp 30 Teilzeitkräfte und, ganz wichtig, über 30 weitere Auszubildende werden ihre Fähigkeiten in Hotels unter Beweis stellen können.

Damit nicht genug: Fast 220.000 Euro werden die Betriebe aufwenden, um ihre Mitarbeiter weiter zu qualifizieren. Eine ähnliche Summe stellen die Häuser bereit, um die Entgelte der Mitarbeiter anzuheben. Auch die Zimmerpreise werden im Schnitt um rund fünf Prozent sinken.

Nachwuchs: Spitzenleistungen der Hotel- und Restaurantfachkräfte!

Zwei Tage wetteiferten Hotel- und Restaurantfachkräfte in den Räumen des Balladins Superior Hotels um den Titel Bremer Landesjugendmeister 2010. Der Jury fiel es nicht leicht, aus dem ausgezeichneten Teilnehmerfeld der Bremer Betriebe die Sieger Hotel und Restaurant zu benennen. So entschieden nur wenige Punkte über Sieg und Nächstplatzierte.

Die besten Ihres Fachs, Restaurantfachfrau Ariane Jirak und Hotelfachmann Mirko May, werden Bremen im Oktober auf dem Petersberg in Königswinter bei den Deutschen Jugendmeisterschaften der gastgewerblichen Ausbildungsberufe vertreten. Restaurantfachfrau Andrea Liebelt geht im Oktober bei der Deutschen Juniorenmeisterschaft der Restaurantfachkräfte auf der Messe Inoga in Erfurt für Bremen an den Start.

Hamburg

DEHOGA Hamburg, Hotel- und Gaststättenverband Hamburg e.V.

Jahreshauptversammlung der Fachgruppe Hotels

Am 8. Februar 2010 wurde die Jahreshauptversammlung im Radisson Blu Hotel am Dammtor durchgeführt. Der Einladung folgten mehr als 120 Gäste, darunter Thomas Magold, Vorsitzender des Tourismusverbandes Hamburg. Als Gastreferent berichtete Mathias Rieger vom Hamburg Convention Bureau (HCB) über die umfangreichen Tätigkeitsfelder des HCB. Dietrich von Albedyll, Geschäftsführer der Hamburg Tourismus GmbH, informierte über die realisierten Marketingaktivitäten in 2009 und das geplante Tourismusmarketing 2010 seines Unternehmens. Lutz Nicolaus, Vorsitzender der Fachgruppe Hotels, gab eine aktuelle Analyse der wirtschaftlichen Situation der Hamburger Hotellerie. Rose Pauly, Präsidentin des DEHOGA Hamburg, appellierte an die Branche, die Mehrwertsteuerreduzierung an die Gäste weiterzugeben, verstärkt zu investieren und Arbeits- und Ausbildungsplätze zu schaffen.

Freisprechungsfeiern

Vor rund 1.100 Teilnehmern im CCH gratulierte das Hamburger Gastgewerbe im Juli 2009 492 Azubis zum Bestehen ihrer Ausbildung. Somit hat die Branche die beachtliche Erfolgsquote von 85,6 Prozent erreicht. Zur Verabschiedung im Januar 2010 erschienen mehr als 700 Teilnehmer im Lindtner Privathotel Hamburg. Von den insgesamt 398 zur Prüfung angemeldeten Lehrlingen konnten 81,4 Prozent ihre Ausbildung mit Erfolg abschließen.

84. INTERNORGA vom 12. bis 17. März 2010

Bei der diesjährigen Fachmesse konnten mehr als 100.000 Besucher gezählt werden, die sich über



Heinz Wehmann und Jens Stacklies (r.) freuen sich über den Erfolg von „nordisch frisch“.

Produkte und Dienstleistungen von 1.105 Ausstellern aus 28 Nationen informiert hatten; der Fachbesucheranteil lag bei 89 Prozent. Zu den Höhepunkten zählten das hochkarätige Rahmenprogramm mit führenden Kongressen wie dem Internationalen Foodservice-Forum, dem Deutschen Kongress für Gemeinschaftsverpflegung sowie dem renommierten Wettbewerb „Großer Preis der Köche“.

Hamburger Jugendmeisterschaften

175 Auszubildende aus den sechs gastronomischen Ausbildungsberufen sowie der Fachkraft im Gastgewerbe (mit Schwerpunkt Küche oder Service) stellten sich den Anforderungen. Nach zahlreichen praktischen und theoretischen Herausforderungen fand die Endausscheidung in einem simulierten à la carte-Restaurant statt. Den ersten Platz bei den Fachkräften im Gastgewerbe mit Schwerpunkt Küche belegte Jan Kiebach (Otto GmbH & Co. KG). Lara Sbukowski (Konditorei Lindtner) siegte mit dem Schwerpunkt Service. Die angehende Fachfrau für Systemgastronomie Swantje Hütter (DB Fernverkehr AG) ging ebenso als Siegerin hervor wie Nabil El-Konahour (Hotel Baseler Hof) im Ausbildungsberuf des Hotelkaufmanns. Erstplatzierte bei den Hotelfachleuten wurde Beatrice Huschka (Steigenberger Hotel Hamburg) und bei den Restaurantfachleuten Carolin Marks (Kempinski Atlantic Hotel Hamburg). Mit hervorragenden Leistungen überzeugte die angehende Köchin Joséphine Wichmann (M. M. Warburg & Co). Die Sieger wurden während der INTERNORGA geehrt.

Regional genießen mit „nordisch frisch!“

Regionale Spezialitäten genießen in der gesamten Metropolregion Hamburg ist das Motto der Marketinginitiative „nordisch frisch!“ der norddeutschen DEHOGA-Landesverbände. Anlässlich des Hamburger Hafengeburtstags am 7. und 8. Mai wurde das neue Gemeinschaftsprojekt vorgestellt. Knapp 40 Restaurants aus Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Schleswig-Holstein und Hamburg beteiligten sich an dieser Aktion und verwöhnten die Gäste in der Fischauktionshalle mit über 60 attraktiven Gerichten. Im Fokus steht bei „nordisch frisch!“ das Kochen mit regionalen Produkten. Die beteiligten Restaurants

garantieren auf ihrer Speisekarte mindestens ein Aktionsgericht, das mit einem Wareneinsatz von wenigstens 60 Prozent aus regionalem Anteil zubereitet wird.

Sommerempfang im Anglo-German Club

Fast 500 Gäste folgten der Einladung zum neunten DEHOGA-Sommerempfang in die Räume des Anglo-German Clubs. Der diesjährige Gastredner, Ernst Burgbacher, Parlamentarischer Staatssekretär im Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, sicherte der Branche seine Unterstützung zu, den reduzierten Mehrwertsteuersatz auf Übernachtungen vehement zu verteidigen. Zu den Besuchern zählten auch DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges, und die Senatoren Dietrich Wersich und Ian Karan.



Ernst Burgbacher, Parlamentarischer Staatssekretär beim Bundeswirtschaftsminister, unterstützt die Forderung nach Vorfahrt für die Privatwirtschaft ebenso vehement wie die Verteidigung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes auf Übernachtungen.

treffpunkt nord

Am 28. September 2010 fand zum nunmehr sechsten Mal der treffpunkt nord mit mehr als 1.100 Gastronomen, Hoteliers und Geschäftspartnern in der Fischauktionshalle Hamburg statt. Ideelle Träger des Branchentreffs sind die norddeutschen DEHOGA-Landesverbände. Durch den gesamten Abend führte der Tagesschausprecher Marc Bator. Als Gastredner sprach nach der Begrüßung durch den DEHOGA Niedersachsen-Präsidenten Hermann Kröger Ernst Fischer, Präsident des DEHOGA Bundesverbandes, zu den Besuchern. Der traditionelle Carlsberg-Preis wurde durch den Vorsitzenden der Geschäftsführung von Carlsberg Deutschland, Frank Maßen, gemeinsam mit dem stellvertretenden Chefredakteur der

AHGZ, Ulrich Jungk vorgenommen. Den Preis für das beste Hotelrestaurant erhielt Ronny Siewert, Küchenchef des Restaurants Friedrich Franz im Grandhotel Heiligendamm. In der Kategorie „Bestes Gastronomie-Konzept“ konnte Peter Brassel vom Drathenhof aus Molfsee gratuliert werden. Der Preis „Beste Kneipenidee“ ging nach Oldenburg an Robert Krappel für seine „umBAUbar“. Erstmals wurde ein Preis für den „Besten Einsteiger“ überreicht: Er ging an Starkoch Tim Mälzer, der zusammen mit seinem Partner Patrick Rüter mit der „Bullerei“ im Hamburger Schanzenviertel seit 2009 eine gastronomische Erfolgsgeschichte schreibt.



Die Sieger des Carlsberg-Preises 2010: Robert Krappel, umBAUbar, Holger König, Restaurant Friedrich Franz, Tim Mälzer, Patrick Rüter, Bullerei, Ronny Siewert, Restaurant Friedrich Franz, Frank Massen, Carlsberg, Jens Lükermann, umBAUbar, Kathrin Brasse, Restaurant Drathenhof, Marc Bator, Peter Brasse, Restaurant Drathenhof (v.l.)



Ernst Fischer, Präsident des DEHOGA Bundesverbandes, begrüßt die 1.100 Gäste zum diesjährigen treffpunkt nord.

Lobbyarbeit des DEHOGA Hamburg

Die Grüne Bürgerschaftsfraktion GAL sprach sich für die Einführung des Prüfsiegels „Hygiene Smiley“ aus, woraufhin der DEHOGA vom zuständigen Senator mit in die Gespräche einbezogen wurde. Das System ist für Hamburg problematisch: In der Hansestadt sind für circa 11.000 Betriebe nur 44 Beamte zuständig, sodass nicht jedes Restaurant das Siegel gleichzeitig erhalten kann, was zu einem Wettbewerbsvorteil führen könnte. Der Verband engagiert sich derzeit für einen anderen, für alle fairen Lösungsweg (*mehr dazu im Kapitel 5.4*).

Hamburg plant die Einführung einer Bettensteuer für Übernachtungsgäste. Der DEHOGA Hamburg reagiert auf diese Ankündigung mit Unverständnis. Seit Jahrzehnten bestehen erfolgreiche Kooperationen mit der Hotellerie und der Hamburg Tourismus GmbH, nicht nur durch finanzielle Unterstützung des Marketings, sondern auch durch kostenfreie Zurverfügungstellung von Zimmerkontingenten. Der Verband setzt auf konstruktive Gespräche und plant die Einholung eines Gutachtens zur Überprüfung der Rechtmäßigkeit dieser die Hotellerie belastenden Bettensteuer bzw. sogenannten Kulturtaxe (*mehr dazu im Kapitel 3.1*).

Hessen

Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Hessen e.V.

Strukturenreformen DEHOGA Hessen

Seit vielen Jahren beschäftigt sich der DEHOGA Hessen neben seinen Hauptaufgaben auch intensiv mit allen Fragen rund um die eigene Organisation und Struktur, um für die Mitgliedschaft bestmöglich und effizient aufgestellt zu sein.

Der DEHOGA Hessen hat hierzu eine große Kommission gebildet, die im vergangenen Jahr an einer Generalüberholung des Verbands gearbeitet hat und im Herbst 2010 erfolgreich ein umfassendes Reformpaket vorlegen konnte.

2010 hat gezeigt: der DEHOGA Hessen ist gefragt als moderner und effizienter Dienstleister. Zielsetzung der Strukturreform ist neben der Umstrukturierung der Verbandsorganisation die Stärkung des Verbands für die Mitgliedschaft in allen Belangen rund ums Gastgewerbe, sei es in der Rechtsberatung, Betriebsberatung, Branchen-Knowhow und vor allem in der politischen Lobby-Arbeit, um Rahmenbedingungen am Markt für die Mitglieder zu beeinflussen und zu verändern.



Das Team des DEHOGA Hessen.

Die Strukturkommission, die sich aus Vertretern sämtlicher Kreis- und Bezirksverbände zusammensetzt, empfiehlt im Ergebnis die Vereinigung aller bestehender Kreisverbände und der übergeordneten Bezirksverbände in eine Einheit als ein DEHOGA Hessen, mit der klaren Zielsetzung die Kreisverbände als wichtigste Stammzellen des Verbands zu erhalten, das Ehrenamt zu stärken und die Dienstleistungen der DEHOGA Geschäftsstellen so auszubauen, dass diese für alle Mitglieder überall in Hessen in gleicher und hoher Qualität gewährleistet werden können.

DEHOGA Hessen-Präsident Reinhard Schreek wirbt für eine schnelle Umsetzung der Beschlüsse

der Kommission: „400 Mitglieder engagieren sich ehrenamtlich im DEHOGA Hessen. Sie alle haben einen Verband verdient, auf den sie stolz sein können. Die bereits jetzt durchgeführten Neuerungen zeigen, dass wir ein moderner Verband sind, der sich mit dem Strukturwandel am Markt auch gewandelt und angepasst hat: die einheitlichen Internetauftritte unserer Gliederungen, die neue Verbandszeitschrift des DEHOGA Hessen und die kontinuierlichen und professionellen Informationen und Dienstleistungen des Verbands, etwa im Bereich der Rechtsberatung und der politischen Lobbyarbeit für die Mitgliedschaft, zeichnen das neue Gesicht des DEHOGA Hessen aus. Dies alles geht nur, wenn wir alle gemeinsam an einem Strang ziehen und veraltete Strukturen endlich beseitigen. Dabei werden wir alle mitnehmen, wollen niemanden vergessen und schaffen zudem wieder mehr Transparenz und echte Basisdemokratie in unserem Verband.“

Gala Nacht DEHOGA Hessen e.V.

Glanz, Glamour und jede Menge Prominenz aus Politik und Wirtschaft machten die erste Gala Nacht des DEHOGA Hessen im eleganten Kurhaus Wiesbaden zum unvergesslichen Sommerabend der Gastgewerbebranche in Hessen.

Der Friedrich von Thiersch-Saal präsentierte sich ganz in Weiß, mit Riesen-Kandelabern auf den Tischen. Hessens stellvertretender Ministerpräsident Jörg-Uwe Hahn gratulierte DEHOGA Hessen-Präsident Reinhard Schreek zu so viel Mut



Gala-Dinner im Friedrich von Thiersch-Saal, Kurhaus Wiesbaden.



Reinhard Schreek, Präsident DEHOGA Hessen; Jörg-Uwe Hahn, stv. Ministerpräsident Hessen; Karl-Heinz Funke, Bundeslandwirtschaftsminister a.D.; Steffen Saebisch, Staatssekretär im Hessischen Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung; Dr. Helmut Müller, Oberbürgermeister Stadt Wiesbaden; Julius Wagner, Hauptgeschäftsführer DEHOGA Hessen (v.l.).

„in Zeiten wie diesen“. Hahn verteidigte in seinem Grußwort die Angleichung der Mehrwertsteuer für Hotels an die Steuersätze der angrenzenden europäischen Länder. Sie sei nicht nur versprochen, sondern auch umgesetzt worden, mit Hessens Stimmen im Bundesrat.

Oberbürgermeister Helmut Müller zitierte den neuen hessischen DEHOGA-Hauptgeschäftsführer Julius Wagner, der in einem Interview erklärte: „Es geht nicht nur um Gaumenfreuden und weiche Betten, sondern auch um soziale Kommunikation.“ Ohne Gastronomie, so Müller, sei gesellschaftliches Leben gar nicht möglich. „Die Attraktivität der Städte steigt gewaltig, wenn sie über ‘Sterne’ verfügen.“ Vieles bekomme man nicht in der nüchternen Atmosphäre von Konferenzsälen geregelt, sondern bei Gesprächen in den Wirtsstuben.

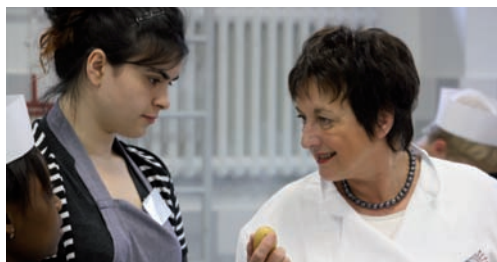
Mit dem ehemaligen Bundeslandwirtschaftsminister Karl-Heinz Funke hatte man einen höchst originellen „Dinner-Speaker“ eingeladen. Er sprach zwischen Spargel und Crème brûlée. Funke fand, die Politik sei sehr genussfeindlich geworden. Immerhin habe man in Hessen mannhaft gegen das Rauchverbot gekämpft. Unter dem Beifall der festlich gewandeten Ballgäste erklärte Funke: In Gesellschaft zu rauchen, sei einfach zu handhaben, es werde nur kompliziert, wenn man von Politikern eine Regelung verlange.

Abgerundet wurde die DEHOGA Gala-Nacht von der musikalischen Darbietung von Olli Dittrich mit seiner Band „Texas Lightning“. Die Stuttgarter Band „Friends of Music“ animierte die 500 Gäste zum Tanz und Feiern bis in die frühen Morgenstunden.

DEHOGA KidS – Kochen in der Schule

Der DEHOGA Hessen engagiert sich seit Mai 2010 gemeinsam mit seiner Restaurantkooperation Hessen à la carte und der Vernetzungsstelle Schulverpflegung an hessischen Schulen für gesunde Ernährung und Spaß am Umgang mit regionalen Lebensmitteln in der Küche.

In den Schulen steht das Thema gesunde Ernährung selten auf dem Stundenplan. „Mit diesem Programm wollen wir junge Menschen motivieren, mit frischen regionalen Produkten zu kochen und sich gesund zu ernähren. Notwendig und sinnvoll ist es, wenn Kinder früh Ernährungskompetenzen erlernen. Hier leisten wir gemeinsam einen wichtigen Beitrag“, erklärt die ehemalige Bundesjustizministerin Brigitte Zypries bei der Auftaktveranstaltung in Darmstadt.



Auftaktveranstaltung DEHOGA KidS mit Brigitte Zypries

In den Elternhäusern der Schülerinnen und Schülern wird immer seltener gekocht. Zeitmangel und schlechte eigene Kenntnisse sind häufig die Ursache für das Ausweichen auf Fertig- und Convenience-Produkte.

„Das ist nicht nur für die Gastronomie von morgen ein Problem, sondern eine gesamtgesellschaftliche Herausforderung, natürlich an die Eltern, aber auch immer an die Schulen von heute“, so Reinhard Schreek, Präsident des DEHOGA Hessen.

Um das Ziel zu erreichen, Schülerinnen und Schüler für eine gesunde und ausgewogene Ernährung zu begeistern, haben sich der DEHOGA Hessen und das Hessische Kultusministerium darauf verständigt, das Programm „DEHOGA KidS“ (Kochen in der Schule) als Zertifizierungsmaßnahme im Rahmen des Programms „gesundheitsfördernde Schule“ anzuerkennen und aktiv zu unterstützen.

Lippe

Deutscher Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Lippe e.V.

Lippischer Unternehmertag

Auf Einladung des DEHOGA Lippe waren über 120 Teilnehmer gekommen, um beim „Lippischen Unternehmertag“ mit Frank Lehmann, dem aus den Medien bekannten „Börsenbabbler“, über Aktuelles, Hintergründiges und Historisches zu Börse, Konjunktur und Politik zu diskutieren. Sowohl die hohe Teilnehmerzahl, als auch die durchweg positive Resonanz haben uns gezeigt, dass wir mit diesem Angebot in der Öffentlichkeit als kompetenter Unternehmerverband wahrgenommen werden, der nicht nur branchenpolitische Themen anspricht. Der DEHOGA Lippe will mit dem Lippischen Unternehmertag auch in Zukunft eine regionale Plattform schaffen, die über die normalen Leistungen des Verbandes hinaus einen Mehrwert für die Mitglieder bringt.



Vizepräsident Horst Tappe im Gespräch mit Frank Lehmann (r.) beim diesjährigen Lippischen Unternehmertag des Verbandes.

Lippe-Tag auf der INTERNORGA

Zwei Tage lang befand sich das Team des DEHOGA Lippe in Hamburg bei der größten gastronomischen Fachmesse Europas, der INTERNORGA, um sich mit den Auszubildenden aus den anderen Landesverbänden zu messen. Für den Höhepunkt aus lippischer Sicht sorgte die Restaurantfachfrau Ann-Katrin Schekelmann aus dem Staatsbadhotel Bad Salzuflen. Unter großem Beifall der lippischen Delegation mit zahlreichen prominenten Ehrengästen holte sie den Tagessieg und die damit verbundene Goldmedaille. DEHOGA Lippe-Präsident Dieter Mesch war der erste Gratulant und freute sich besonders über das beste Gesamtergebnis der letzten Jahre, das gleichermaßen auch als Erfolg der hohen Ausbildungsqualität im lippischen Gastgewerbe gewertet werden kann.



Freuten sich über die Erfolge: DEHOGA-Präsident Dieter Mesch (v.l.) mit den Wettkämpfern Clarissa Weidler, Jürgen Seebe, Ann-Kathrin Schekelmann und Rene Maluk sowie den Pädagogen Sven Jacobi und Maria Klostermann.

Mehrwertsteuersenkung wirkt

„Die Mehrwertsteuersenkung wirkt“, erklärte Dieter Mesch, Präsident des DEHOGA Lippe, anlässlich der Delegiertenversammlung des Verbandes in Schieder-Schwalenberg. Er verwies dabei auf die ersten Ergebnisse der lippeweiten Befragung nach den Maßnahmen, die die Beherbergungsbetriebe nach Einführung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes für Übernachtungen seit dem 1. Januar 2010 umsetzen wollen. Die Umfrage des DEHOGA Lippe hat gegenüber den Medien belegt, dass sowohl Gäste, als auch Handwerker und Mitarbeiter von der Mehrwertsteuersenkung für Übernachtungen profitiert haben. „Damit treten wir den konkreten Beweis an, dass sieben statt 19 Prozent Mehrwertsteuer auch in unseren Unternehmen wirkt“, so Mesch weiter (*mehr dazu im Kapitel 3.1*).



„Wir haben gut zu tun“, freute sich Vorsitzender Michael Delker (r.) vom DEHOGA Ortsverein Blomberg/Schieder-Schwalenberg, als er die Spargelsaison beim Wochenmarkt eröffnete.

Spargelschälaktionen erfolgreich

Auch in diesem Jahr haben zahlreiche Ortsverbände des DEHOGA Lippe die Gelegenheit genutzt, mit Spargelschälaktionen auf den lippischen Wochenmärkten die Branche positiv darzustellen. Nachdem in den vergangenen Jahren der Erlös der Nachwuchsarbeit zur Verfügung gestellt wurde, gingen in diesem Jahr die Einnahmen an Kindergärten oder an Vereine, die Bedürftige in Lippe direkt unterstützen.

Werbung um Berufsnachwuchs

Einhergehend mit dem demografischen Wandel wird die Zahl der Auszubildenden im Gastgewerbe in den kommenden Jahren zurückgehen. Die Aufgabe, unsere Ausbildungsstellen mit guten Fachkräften zu besetzen, wird für unsere Branche deshalb nicht einfacher. Der DEHOGA Lippe hat diese Problematik erkannt und wird noch stärker als bisher auf die Chancen und Vorzüge gastgewerblicher Ausbildungsberufe hinweisen und die Anstrengungen im Ausbildungsmarketing intensivieren.

Interessierte können sich jetzt auch online auf www.gastro-ausbildung-lippe.de über die gastgewerblichen Ausbildungsberufe informieren. Neben den Ausbildungsvoraussetzungen, den Ausbildungsinhalten und Berufsaussichten, werden die einzelnen Berufe auch in einem kurzen Film ansprechend und anschaulich vorgestellt. Daneben können interessierte Jugendliche sich die Betriebe herunterladen, die in Lippe ihren Wunschberuf

ausbilden, um sich dann dort direkt zu bewerben. Der DEHOGA Lippe nutzte die Gelegenheit, auf der größten lippischen Aus- und Weiterbildungsmesse „Berufe live“ mit über 7.000 Besuchern aus erster Hand über die gastgewerblichen Ausbildungsberufe zu informieren. Mit einem neuen Messestand und zahlreichen zusätzlichen Informationsangeboten sprach der Verband zahlreiche potentielle Nachwuchskräfte für das Gastgewerbe an.



Verbandssekretärin Regina Thiele (l.) und Christine Wippermann vom Staatsbadhotel Maritim Bad Salzuffen werben für die gastgewerblichen Berufe.

The screenshot shows the website http://dehoga-lippe.de/index.php/jobs_und_Weiterbildung/Ausbildungsinfo/327-1. The page features a navigation menu on the left with categories like 'Aktuelles', 'Berufsaussichten', and 'Ausbildungsstellen'. The main content area is titled 'Berufe fürs Leben' and includes a large image of a person's face. Below the image, there is a list of bullet points highlighting the benefits of working in the hospitality industry, such as 'spannend und abwechslungsreich', 'starke Wirtschaft', and '100.000 junge Menschen'. The page also features logos for 'SCHLOTTHAUER', 'DEHOGA Lippe', and 'GastroTel'.

Mecklenburg-Vorpommern

Deutscher Hotel- und Gaststättenverband Landesverband Mecklenburg-Vorpommern e.V.

Positionierung als Interessenvertreter der Branche weiter verstärkt

Der DEHOGA MV hat seine Hausaufgaben als Interessenvertreter des Gastgewerbes gemacht.

Beispiel „Pro 7 Prozent“: Durch eine professionelle und personalisierte Lobbyarbeit gelang es, dass sich die Große Koalition in der Landesregierung und die Oppositionsparteien geschlossen hinter die Forderungen des DEHOGA nach Absenkung der Mehrwertsteuer für Beherbergungsleistungen stellten. Diese Position wurde auch im Bundesrat vertreten. Die Rücklaufquote aus der anschließenden Befragung der Hotels nach der Verwendung der eingesparten Steuermittel war mit die höchste aller Bundesländer. Der Nachweis, dass die Hotels die Mittel verantwortungsvoll für Investitionen, Weiterbildung, Qualitätssicherung und für die Verbesserung der materiellen Arbeitsbedingungen der Mitarbeiter einsetzen, führte dazu, dass auch heute der Landtag und die Landesregierung Mecklenburg-Vorpommerns weitestgehend den Nutzen der Mehrwertsteuersenkung anerkennen.

Beispiel „Bettensteuer“: Dem DEHOGA Landesverband ist es gelungen, ein konzertiertes Vor-

gehen gegen die sogenannte „Bettensteuer“ zu organisieren. Einbezogen waren beispielsweise die Industrie- und Handelskammern, die Tourismusverbände, die Landtagsparteien und die Landesregierung. Insbesondere durch die engagierte Arbeit auf Regionalverbandsebene konnte der DEHOGA MV in den großen Städten Rostock und Schwerin die Einführung einer „Bettensteuer“ oder „Kulturförderabgabe“ abwenden.

Beispiel „Rauchverbot in Gaststätten“: Durch die engagierte Arbeit des DEHOGA entfaltete das gesetzliche Rauchverbot erst spät seine Wirkung und Mecklenburg-Vorpommern hat heute eines der liberalsten Nichtraucherschutzgesetze.

Akzeptanz als kompetenter Branchenverband weiter erhöht

Das Präsidium des DEHOGA MV legte im vergangenen Verbandsjahr die Schwerpunkte vor allem auf die Sacharbeit in Gremien, deren Arbeit sich auf die Branche auswirken könnte. Beispielsweise in der interministeriellen Arbeitsgruppe für Deregulierung, im Kuratorium Gesundheitswirtschaft, im Vorstand des Landestourismusverbandes und der Vereinigung der Unternehmensverbände, in



Die Hotelvereinigung Waren an der Müritz wurde als erste Hotelkooperation in MV mit dem „Q“ der „ServiceQualität Deutschland“ ausgezeichnet. Der Präsident des DTV und Chef der Staatskanzlei Mecklenburg-Vorpommern Reinhard Meyer (l.) überreichte mit DEHOGA MV-Präsident Guido Zöllick (2.v.l.) die Zertifikate. Die Landrätin des Müritz-Kreises Bettina Paetsch (3.v.l.) und der Warener Bürgermeister Günter Rhein (4.v.r.) freuen sich mit.

vielfältigen Arbeitsgruppen auf Landesebene und in den Regionen zur Lösung aktueller Probleme. Dies hat sich in dreifacher Hinsicht als richtig erwiesen. Zum Einen wurden dadurch die Interessen der Branche an entscheidender Stelle rechtzeitig eingebracht. Zweitens erhöhte sich die Akzeptanz der Verbandes in der Öffentlichkeit durch eine stärkere Medienpräsenz. Und drittens konnten rechtzeitig Allianzen für die Durchsetzung von Brancheninteressen gebildet werden.

Herausforderungen an die Branche mit Projektarbeit angenommen

Aufgrund seiner Größe sind die finanziellen und personellen Ressourcen des DEHOGA MV begrenzt. Um die Ressourcen zu erweitern, hat das Präsidium langfristig auf Projektarbeit gesetzt. Auch diese Entscheidung hat sich als richtig erweisen.

Beispiel „Qualitätssicherung“: Der DEHOGA MV ist Lizenznehmer der „ServiceQualität Deutschland“. Damit liegt die Qualitätssicherung in der Tourismuswirtschaft langfristig in der Hand des DEHOGA.

Beispiel „Arbeitskräftesicherung“: Der DEHOGA MV ist Projektführer der Initiative „Verinbarkeit Erwerbs- und Privatleben“ und Kooperationspartner bei anderen Projekten, wie z.B. im „Netzwerk Arbeit für Flüchtlinge“. Gerade bei diesen Projekten konnten nicht nur zusätzliche Personalressourcen für die Branche aktiviert werden. Der Verband konnte dadurch auch seine soziale Akzeptanz und Kompetenz wesentlich erhöhen.

Beispiel „Unternehmensnachfolge“: Mit einer Stabsstelle im Projekt „Brücke MV“ schafft der DEHOGA MV attraktive Angebote an Unternehmen und potentielle Nachfolger zur Lösung der wichtigen Aufgabe der Unternehmensnachfolge.



Der DEHOGA MV wirbt mit seinem Kochstudio auf der Internationalen Grünen Woche in Berlin für die Branche. DEHOGA MV-Präsident Guido Zöllick (r.), Ministerpräsident Erwin Sellering (2.v.r.) und Reinhard Bütikofer (2.v.l.), Mitglied des Europäischen Parlaments, ließen sich von Holger Gniffke vom Zentrum für Lebensmittelforschung Neubrandenburg verwöhnen.



Anlässlich einer Veranstaltung in Schwerin traf sich das Präsidium des DEHOGA MV mit Bundesarbeitsministerin Ursula von der Leyen (3.v.r.) und dem Wirtschaftsminister des Landes Mecklenburg-Vorpommern, Jürgen Seidel (2.v.r.), um über die Fachkräftesicherung zu diskutieren. Die Bundesministerin bescheinigte, dass Mecklenburg-Vorpommern dabei kreative Wege einschlage.



Politik für das Gastgewerbe in Mecklenburg-Vorpommern wird auch in Berlin gemacht: Unter dieser Prämisse lud das Präsidium des DEHOGA MV Bundestagsabgeordnete und Vertreter der Landesregierung in das DEHOGA-Verbändehaus am Weidendamm zum Meinungsaustausch: Hans-Jürgen Pingel, Jörg Pommerening, Thomas Glass, Guido Zöllick, Elfrun Scheller, Staatssekretär Dr. Thomas Freund, Staatssekretär für Bundesangelegenheiten und Bevollmächtigter des Landes Mecklenburg-Vorpommern beim Bund, Hans-Ulrich Trosien, Thomas Schmid, Ralf Schlüter (v.l.).

Niedersachsen

Deutscher Hotel- und Gaststättenverband Niedersachsen e.V.



Der Junioren-Arbeitskreis beim Workshop zum Social Web in Dötlingen.

Moderne Zeiten – moderne Medien Junioren-Arbeitskreis im Social Web

Der Juniorenarbeitskreis (Junger DEHOGA), dem in Niedersachsen alle Mitglieder unter 40 Jahren angehören, hat sich in diesem Jahr verstärkt dem Thema Social Web gewidmet und zwei praxisorientierte Workshops durchgeführt. Besonderes Augenmerk galt den Web 2.0-Plattformen Facebook, Twitter und XING. Dabei hatten die Teilnehmer die Möglichkeit, an ihrem eigenen Laptop aktiv mitzuarbeiten und sich dem Social Web unter Anleitung eines Experten zu nähern. Um der Bedeutung des Internets als zukünftige Informationsquelle Nummer eins Rechnung zu tragen und diesem Medium bei der Eigenwerbung die entsprechende Aufmerksamkeit zu schenken, wird der DEHOGA in diesem Bereich auch weiterhin aktive Workshops, Vorträge und Seminare anbieten.

Trend Regionale Küche – Von den Besten lernen

Das Angebot regionaltypischer Speisen und Getränke ist auch für das Reiseland Niedersachsen ein wesentlicher Wettbewerbsfaktor. Um dieser Nachfrage und dem darüber hinaus anhaltenden Trend zur regionalen Küche Rechnung zu tragen, hat der DEHOGA Niedersachsen 2010 erstmals einen landesweiten Wettbewerb ausgelobt, um die Gastronomen für dieses Thema zu sensibilisieren.

In den Wettbewerbskriterien wurden unter anderem das Angebot regionaler Speisen, die Aufbereitung in der Speisekarte sowie die Auswahl regionaler Lieferanten berücksichtigt. Mehr als 70 Betriebe haben am Wettbewerb teilgenommen. Die Sieger wurden auf der INTERNORGA durch den Niedersächsischen Landwirtschaftsminister Hans-Heinrich Ehlen ausgezeichnet.

Um sich besser zu vernetzen und von den Besten zu lernen, laden die sechs Gewinner des Wettbewerbs reihum zu einer Präsentation ihrer Betriebe ein. Bei der Gelegenheit werden neben dem Konzept auch regionale Lieferanten vorgestellt.



Teilnehmer der Aktion Regionale Küche in Niedersachsen.



Die sechs Gewinner des Wettbewerbs Regionale Küche werden durch den Niedersächsischen Landwirtschaftsminister Hans-Heinrich-Ehlen (2.v.r.), DEHOGA Niedersachsen-Präsident Hermann Kröger (hinten M.) und DEHOGA-Präsident Ernst Fischer (4.v.r.) auf der INTERNORGA in Hamburg ausgezeichnet.

Nordrhein-Westfalen

DEHOGA Nordrhein-Westfalen e.V.

Marktsituation

Hotellerie und Gastronomie im bevölkerungsreichsten Bundesland stehen spannende Zeiten ins Haus. Nach dem sehr schwierig verlaufenen Jahr 2009, in dem die Branche insgesamt ein Umsatzminus von real 10,1 Prozent verkraften musste, hat sich der Umsatzhorizont etwas aufgehellt. Zum ersten Mal seit Monaten stiegen die Umsätze im Juli: um 1,3 Prozent real. Auch die Beherbergung konnte leicht aufatmen. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum übernachteten 5,4 Prozent mehr Gäste in den ersten sechs Monaten 2010 an Rhein und Ruhr, insgesamt 8,6 Millionen. Spannend bleibt die politische Situation nach der Abwahl der schwarz-gelben Regierung im Frühjahr 2010. Die neue rot-grüne Minderheitsregierung hat in einigen auch für das Gastgewerbe relevanten Bereichen Veränderungen angekündigt: Bettensteuer, Nichtraucherschutz und Hygiene-Smileys sind nur einige Stichpunkte.

Sieben Prozent

Die Freude über den reduzierten Mehrwertsteuersatz in der Hotellerie, der zu Anfang des Jahres 2010 auch in NRW herrschte, wurde schnell durch Missklänge aus Medien und Politik getrübt. Den mitunter hysterischen Forderungen nach Rücknahme der gerade erst gewährten Anpassung an das europäische Niveau setzte der DEHOGA NRW sachliche Aufklärung entgegen. In zahlreichen Gesprächen mit Abgeordneten, Pressevertretern und anderen Medien machte der Verband, zusammen mit seinen Hoteliers, deutlich, dass die Branche die Ersparnisse in weiten Teilen in Betriebe und Mitarbeiter und damit in ein besseres Preis-Leistungs-Verhältnis investiert. Eine Postkartenkampagne, die sich an Bundes- und Landtagsabgeordnete, Verbände und die kommunale Politik richtete, zeigte, wie mit der Steuerreduzierung Fairness in die europäische Mehrwertsteuerpolitik eingezogen ist und welche Investitionen getätigt wurden. Neben dem Erhalt der sieben Prozent in der Hotellerie geht das Engagement für eine Gleichstellung in der Gastronomie ebenfalls weiter. „Wir brauchen eine Gesamtrevision für das deutsche Mehrwertsteuerrecht, unter besonderer Berücksichtigung von arbeitsintensiven Dienstleistungen wie Gastgewer-

be oder auch Handwerk“, fordert deshalb Olaf Offers, Präsident des DEHOGA NRW (mehr dazu im Kapitel 3.1).

Bettensteuer

Die Bemühungen der Stadt Köln, die klammen kommunalen Kassen zu füllen, sind karnevalesk. Und hätten die zuständigen Ministerien der Landesregierung nicht die Genehmigung für die Erhebung einer Kulturförderabgabe („Bettensteuer“), die ohne Zweckbindung der bloßen Haushaltssanierung dient, in der Domstadt gegeben, könnte man darüber lachen. So aber besteht die Gefahr, dass trotz zahlreicher Proteste durch die Hoteliers vor Ort und den DEHOGA NRW und trotz zweier unabhängiger Gutachten, die die Verfassungswidrigkeit der Kölner Bettensteuer feststellten, diese Steuer den Gästen in der größten Stadt am Rhein Jahr für Jahr bis zu 21 Millionen Euro aus der Tasche ziehen wird. Wohlgemerkt: Die Stadt Köln verliert durch den reduzierten Mehrwertsteuersatz für die Hotellerie, so haben DEHOGA NRW und der Bund der Steuerzahler NRW errechnet, gerade mal bis zu 400.000 Euro. Die Solidarität unter den Kölner Hoteliers ist bemerkenswert. Für das Projekt „Weg mit der Bettensteuer“ wurden bereits über 35.000 Euro gesammelt. Die erste Klage eines Kölner Hoteliers gegen die Stadt Köln vor dem Verwaltungsgericht wird auf breiter Front von Kollegen und dem DEHOGA NRW unterstützt. Weitere juristische Auseinandersetzungen sind auf den Weg gebracht. Der Erfinder der Bettensteuer, damals noch Kämmerer der Stadt Köln, ist heute übrigens Finanzminister des Landes Nordrhein-Westfalen und hat die Steuer-Satzung in seiner neuen Funktion genehmigt.

Rauchverbot

Durch den Regierungswechsel von Schwarz-Gelb auf Rot-Grün und das strenge Rauchverbot in Bayern haben sich die Gewichte in Sachen Nichtraucherschutz in der Gastronomie verschoben. Die neue Gesundheitsministerin Barbara Steffens gibt sich kämpferisch und möchte den Nichtraucherschutz in NRW verschärfen. Abzuwarten bleiben die Ergebnisse der Evaluation des Nichtraucherschutzgesetzes, die Anfang 2010 begonnen hat und im Herbst abgeschlossen sein soll. Der DEHOGA



Nach der Reduzierung des Mehrwertsteuersatzes: Deutschland fällt nicht mehr aus der Rolle.

NRW setzt sich für die bestehende Lösung ein und hat die Aktion „Für einen liberalen Nichtraucher-schutz“ ins Leben gerufen, in deren Rahmen sich Gastronomen ihr eigenes Plakat für ihren Betrieb und ihren Internetauftritt erstellen können. „Das Gesetz hat letztlich eine gute Balance gefunden zwischen den Interessen der nicht rauchenden wie rauchenden Gäste und der Gastronomen. Für jeden Gast gibt es heute (fast) alles überall“, so Olaf Offers, Präsident des DEHOGA NRW. „Deshalb sehen wir keinen Handlungsbedarf, an dem Gesetz etwas zu ändern.“ Dass in Nordrhein-Westfalen zurzeit keine Mehrheit für ein absolutes Rauchverbot besteht, belegt eine Umfrage von Infratest Dimap, nach der lediglich 38 Prozent der Bürger ein Rauchverbot ohne Ausnahmen befürworten.

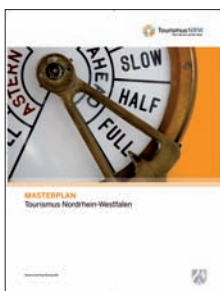


Aktion „Lass dich nicht K.O. tropfen!“

Mit einer gemeinsamen Aktion machen seit Anfang des Jahres das Justizministerium und der DEHOGA NRW auf die Gefahren der so genannten K.O.-Tropfen hin. Auf zunächst 100.000 Bierdeckeln wurde in ganz Nordrhein-Westfalen in Kneipen und Discoteken mit den Hinweisen „Lass dich nicht K.O.-TROPFEN!“ und „Pass auf's Glas auf!“ vor den Gefahren der Substanzen gewarnt. Der Auftaktveranstaltung in Düsseldorf folgten weitere in verschiedenen Regionen Nordrhein-Westfalens. „Die professionelle Gastronomie in ihren ganzen Facetten ist ein großartiger Raum, in dem man sich trifft, feiert und gemeinsam Zeit verbringt. Das macht Gaststätten, Restaurants, Kneipen und Diskotheken aus und für unser soziales Miteinander so wertvoll“, so Olaf Offers, Präsident des DEHOGA NRW.

Masterplan Tourismus Nordrhein-Westfalen vorgestellt

Der Tourismus NRW e.V. und das Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen haben 2009 in Düsseldorf den „Masterplan Tourismus Nordrhein-Westfalen“ vorgestellt. Das umfangreiche Strategiepapier gibt vor, wie die touristische Entwicklung in Nordrhein-Westfalen zukünftig vorangetrieben werden soll. Ziel ist es, das Land bis zum Jahr 2015 zu einer pulsierenden und attraktiven Destination mit klar erkennbarem Profil zu entwickeln und den Wertschöpfungs-



beitrag der Tourismusbranche nachhaltig zu steigern. Das größte Bundesland wird bisher weder im Inland noch im Ausland als klassische Tourismusdestination wahrgenommen. „Wenn wir es schaffen, die Stärken Nordrhein-Westfalens deutlicher hervorzuheben, wird das dem Tourismussektor, seinem wichtigstem Leistungsträger dem Gastgewerbe und dem Wirtschaftsstandort insgesamt einen erheblichen Schub verleihen“ ist sich Klaus Hübenthal, Hauptgeschäftsführer des DEHOGA NRW und Vorstandsmitglied des Tourismusverbandes, sicher. „Mit dem neuen Zielgruppenmarketing erwarte ich deutliche Steigerungen im Privatgeschäft.“ In vielen Regionen in Nordrhein-Westfalen liegt der Anteil geschäftsbedingter Übernachtungen noch bei 80 Prozent.

DEHOGA NRW stellte Wahlcheckliste vor

Vor der Landtagswahl im bevölkerungsreichsten Bundesland hatte der DEHOGA NRW seine Wahlcheckliste für die Landtagswahl am 9. Mai vorgestellt. Mit der 16 Seiten umfassenden Sammlung der wichtigsten politischen Themen für das Gastgewerbe an Rhein und Ruhr suchte der Branchenverband den Kontakt zu den Kandidatinnen und Kandidaten der Parteien und hoffte auf deren Antworten. „Wir wollen die Politik des Landes aktiv mitgestalten und deshalb vor der Wahl den potenziellen Abgeordneten inhaltlich auf den Zahn fühlen“, beschrieben Olaf Offers, Präsident des DEHOGA NRW, und Klaus Hübenthal, Hauptgeschäftsführer, die Intention der Liste. Der Wahlcheck beinhaltete die Forderungen der Branche zu den Schwerpunktthemen Mehrwertsteuer, Rundfunkgebühren, Arbeits- und Tarifrecht, Nichtraucherschutz, Tourismus, Gaststättengesetz und Jugendarbeitsschutz. Insgesamt rund 200 Kandidatinnen und Kandidaten von CDU, SPD, Grünen, FDP und Linken beteiligten sich an der Aktion.



Das Titelblatt des Masterplans Tourismus Nordrhein-Westfalen.

Rheinland-Pfalz

DEHOGA Rheinland-Pfalz Landesverband Hotel- und Gaststättengewerbe e.V.

Eröffnung DEHOGA Zentrum Rheinland-Pfalz

Am 13. Oktober 2010 wurde die offizielle Eröffnung und Einsegnung des DEHOGA Zentrum Rheinland-Pfalz im Rahmen eines Festaktes gefeiert. Zahlreiche Gäste aus Politik, Wirtschaft, Kirche sowie der Tourismus- und Gastgewerbebranche folgten der Einladung in das frisch renovierte Domizil in Bad Kreuznach. Der rheinland-pfälzische Wirtschaftsminister Hendrik Hering, die Parlamentarische Staatssekretärin im Bundesministerium für Verbraucherschutz Julia Klöckner sowie der Präsident des DEHOGA Bundesverbandes Ernst Fischer zeigten sich nach einem ersten Rundgang durch die denkmalgeschützte Villa begeistert und gratulierten Präsident Gereon Haumann zu dem gelungenen Umbau der ehemaligen Jacob-Selzer-Schule, die in den vergangenen zehn Jahren leer gestanden hatte und in den zurück liegenden 20 Monaten von Grund auf saniert und renoviert worden war. Der DEHOGA Rheinland-Pfalz investierte in diesen Standort insgesamt rund 800.000 Euro und bietet derzeit gemeinsam mit seinen Partnern 15 qualifizierte Arbeitsplätze im DEHOGA Zentrum in Bad Kreuznach.

Mit der Landesgeschäftsstelle des DEHOGA Rheinland-Pfalz, der DEHOGA Akademie, dem Projektbüro „Aktion Fit für die Zukunft“, der Creuznacher Betriebsberatungsgesellschaft CBG,



DEHOGA-Bundesverbands-Präsident Ernst Fischer (l.), Staatssekretärin Julia Klöckner und Wirtschaftsminister Hendrik Hering (r.) gratulieren Präsident Gereon Haumann zur Eröffnung des neuen DEHOGA Zentrum Rheinland-Pfalz.

dem Projektbüro „Sterneklassifizierung“ der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH, der AWMedien Concept, der HOTAX Steuerberatungsgesellschaft, der Werbeagentur ComCept und der HGK Einkaufsgenossenschaft sind die Räumlichkeiten sinnvoll belegt und inhaltlich zu einem wahren Dienstleistungszentrum für das gesamte Gastgewerbe geworden.



Präsident Gereon Haumann (M.) und Geschäftsführer Ralf Landoll (r.) mit den Mitarbeitern des Landesverbandes vor dem neuen DEHOGA Zentrum.

Mit diesen Partnern im Hause ist der DEHOGA Rheinland-Pfalz seiner Idee von einem kompetenten Dienstleistungszentrum für das Gastgewerbe in Rheinland-Pfalz bereits sehr nah gekommen.

Start der DEHOGA Akademie Rheinland-Pfalz

Ein weiterer Schritt zum Dienstleister für das Gastgewerbe unter einem Dach war der Start der DEHOGA Akademie in den neuen Konferenzräumen sowie dem modernen Hörsaal des DEHOGA Zentrums Rheinland-Pfalz Ende Oktober. Die Vision ist, eine rheinland-pfälzische Akademie der Gastlichkeit zu schaffen mit dem Ziel, jährlich bis zu 1.000 Fachkräfte in vielen verschiedenen, für die Branche besonders relevanten Themenfeldern, zu schulen und somit einen wichtigen Beitrag des Landesverbandes zur Qualitätssteigerung im rheinland-pfälzischen Tourismus zu leisten.

Auszeichnung der Landesgeschäftsstelle

Obwohl gerade erst gestartet, konnte Landesgeschäftsführer Ralf Landoll bereits nach wenigen Monaten seiner beruflichen Tätigkeit für den Landesverband im Januar die Auszeichnung zum Qualitätsgastgeber der Stufe 1 der ServiceQualität Deutschland entgegennehmen.

DEHOGA Förderprogramm „Aktion Fit für die Zukunft“ erfreut sich großer Nachfrage

In zwei Schulungsphasen werden über einen Zeitraum von drei Jahren insgesamt 110 gastgewerbliche Betriebe mit den Inhalten der Tourismusstrategie 2015 des Landes Rheinland-Pfalz, der Service-Qualität, der Barrierefreiheit und weiteren Themen, wie Finanzierung, Angebotsentwicklung, Marketing und Vertrieb konfrontiert und so in die Lage versetzt, die Ziele der Tourismusstrategie 2015 umzusetzen. Diese Betriebe sollen als Leuchttürme eine Vorbildfunktion für viele weitere erfüllen und so die Tourismusstrategie in die Fläche tragen. Unterstützt und finanziell gefördert wird dieses Projekt vom rheinland-pfälzischen Wirtschaftsministerium, der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH, den Industrie- und Handelskammern sowie dem DEHOGA. Mit Frau Dr. Stolberg-Schloemer konnte zum 1. Dezember 2009 eine besonders kompetente Projekt-Managerin gewonnen werden.

Unabhängig von diesem Förderprojekt wurden zur Stärkung der Servicefunktionen für die Mitglieder im Frühsommer 2010 mit Doriane Schmitt und Kathrin Wahl zwei weitere Mitarbeiterinnen des Landesverbandes eingestellt. Damit konnte Präsident Haumann in den vergangenen zwölf Monaten allein beim Landesverband vier neue Stellen schaffen.

Einheitlicher DEHOGA Report Rheinland-Pfalz und attraktives Web-Magazin

Seit Januar dieses Jahres werden alle DEHOGA Mitglieder in Rheinland-Pfalz durch das monatlich erscheinende einheitliche Mitgliederorgan „DEHOGA Report Rheinland-Pfalz“ gleichermaßen informiert. Nach vielen Jahrzehnten mit zwei verschiedenen Zeitungen gelang es Präsident Gereon Haumann im Einvernehmen mit den Vizepräsidenten Herbert Boller und Lothar Weinand in den Gremien des Landesverbandes und der beiden Regionalverbände einmütige Zustimmungen zu einem gemeinsamen Magazin zu erzielen. Dabei bleibt das Team von RegioPress mit Klaus Lammai, Andrea Wohlfart und Christa Alsbach bewährter Partner eines nun-



Ein starkes Team: Präsident Gereon Haumann mit den beiden Vize-Präsidenten Herbert Boller (r.) und Lothar Weinand (l.).

mehr einheitlich agierenden und schlagkräftigen Landesverbandes. Inzwischen ist das neue Medium zu einem hoch qualitativen und umfangreichen Fachmagazin der Branche geworden und aus der täglichen Arbeit ebenso wenig wegzudenken, wie das neue attraktive Web-Magazin des Landesverbandes, für das Landesgeschäftsführer Ralf Landoll verantwortlich zeichnet.

Konstituierung von drei neuen Fachgruppen auf Landesebene

Gemeinsam für ein starkes Tourismusland Rheinland-Pfalz ist auch das Credo für die nunmehr auf Landesebene einheitlich konstituierten Fachgruppen „Gastronomie“ unter der Leitung von Vize-Präsident Lothar Weinand, „Hotellerie“ unter der Leitung von Vize-Präsident Herbert Boller sowie „Jugend und Bildung“ unter der Leitung des gerade zum TOP-Ausbilder gekürten Dirk Melsheimer. In diesen Fachgruppen werden unter Beteiligung der vor Ort ehrenamtlichen DEHOGA-Repräsentanten relevante Branchenthemen analysiert, diskutiert und zur Beschlussfassung in die Gremien des Landes- oder Bundesverbandes eingebracht.

Herausgabe des Förderleitfadens „Fit für die Zukunft im Tourismus“

Gemeinsam mit dem rheinland-pfälzischen Wirtschaftsministerium, dem Sparkassenverband Rheinland-Pfalz sowie der Investitions- und Strukturbank Rheinland-Pfalz und der Landesbank wurde seitens des DEHOGA Rheinland-Pfalz ein Förderleitfaden zusammengestellt, der die wichtigsten Förderprogramme für touristische Dienstleister beinhaltet. Diese Broschüre gibt einen ersten Überblick in die Förderlandschaft und soll Betriebe dazu ermutigen, in ihre Zukunft zu investieren.

Saarland

DEHOGA Saarland Hotel- und Gaststättenverband e.V.

Reduzierter Mehrwertsteuersatz und Bettensteuer

Diese zwei Themen bestimmten den Jahresanfang im Saarland. Kaum waren der reduzierte Mehrwertsteuersatz beschlossene Sache und die ersten Anlaufschwierigkeiten in der Umsetzung beseitigt, sah sich die saarländische Hotellerie – wie sicherlich auch bundesweit – unter Rechtfertigungsdruck. Viele Medienberichte geißelten die Reduzierung der Mehrwertsteuer als ein reines Lobby-Geschenk für die Hotelbranche. Wesentliche Veränderungen im Investitionsbereich oder Preissenkungen als spürbare Auswirkung für die Gäste wurden in Zweifel gezogen. Der Verband trat dieser Meinungsbildung in zahlreichen Treffen mit Medienvertretern entgegen. Dank der Unterstützung zahlreicher Hoteliers, die bereitwillig über die Verwendung des Mehrwertsteuervorteils berichteten, konnte dem medialen Zerrbild offensiv gegengewirkt werden. Allein beim Pressefrühstück im März 2010 in Saarbrücken konnten neun Hoteliers mit einer Investitionssumme von insgesamt knapp einer Million Euro präsentiert werden, die nur allzu gerne der lokalen Presse davon berichteten.

Konterkariert könnten diese Effekte der Mehrwertsteuerreduzierung allerdings allzu leicht durch die „Bettensteuer“ werden. So hat der Stadtrat von Saarbrücken im Juni diesen Jahres die Einführung der Bettensteuer beschlossen. Ähnlich wie in Köln möchte man die Gäste mit fünf Prozent vom Netto-Übernachtungspreis belasten. Begründet wurde diese Maßnahme mit leeren Kassen und dem Neid-Argument des reduzierten Mehrwertsteuersatzes. Schnell machte das Wort von der „Schwimmbad-



Traten der Mehrwertsteuer-Neiddebatte und der Bettensteuer entgegen: Saarländische Hoteliers zusammen mit DEHOGA Saarland-Präsidentin Gudrun Pink (3.v.l.) und Hauptgeschäftsführer Frank C. Hohrath (5.v.l.).

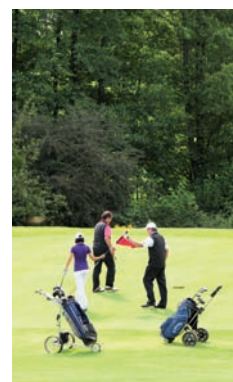
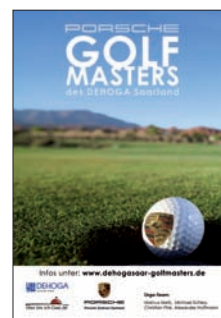
Rettensteuer“ die Runde. Denn mit den Einnahmen aus der Bettensteuer sollen nach Auffassung der rot-roten Rathaus-Mehrheit im Saarbrücker Stadtrat Schwimmbadschließungen vermieden und Renovierungen und stabile Eintrittspreise gegenfinanziert werden. Ob die Satzung letztlich von der Landesregierung genehmigt wird, ist fraglich und war bis Oktober 2010 noch nicht entschieden. Eine gerichtliche Überprüfung wird jedoch bei Genehmigung auch im Saarland schnell angestrebt werden (*mehr dazu im Kapitel 3.1*).

Erstes Porsche Golf-Masters des DEHOGA Saarland

Im September 2010 wurde der Kochlöffel mit dem Driver getauscht. Statt Wachtelbrüstchen zählten hier größere Vögel, die „Eagles“. Beim ersten durch den DEHOGA Saarland veranstalteten Golf-Turnier trafen sich im Golfclub Websweiler Hof bei Homburg rund 80 Teilnehmer, um bei strahlendem Sonnenschein den Schläger für den guten Zweck zu schwingen. Der Erlös des Turniers kommt der Jugendarbeit des Verbandes und damit dem Berufsnachwuchs zu Gute. Das Turnier unter dem Motto „DEHOGA meets Business“ ist Teil des neuen Sponsorkonzepts des Verbandes.

Ziel war, Vergnügen und Aufbau eines Netzwerkes miteinander zu verbinden, welches Persönlichkeiten nicht nur aus dem Hotel- und Gaststättenbereich, sondern auch branchenfremde Entscheider aus der bunten Geschäftswelt des Saarlandes zusammenbringt. Und das mit großem Erfolg: Neben Hauptsponsor Porsche waren Cirrus-Airline, die Postbank und viele andere Unternehmen vertreten, vom Frisör über den Steuerberater bis zur Wellness- und Beautyfarm.

Auch an die Nicht-Golfer wurde gedacht. Für sie wurden eigens ein Schnuppergolfkurs und ein Puttingcontest veranstaltet. Nach dem Golfturnier fand die Siegerehrung in den verschiedenen Wertungen statt. Dank vieler Spenden erhielt jeder einen Preis. Auch die anschließende Tombola mit Preisen im Wert von insgesamt fast 5.000 Euro war ein voller Erfolg. Die Resonanz bei Teilnehmern und Sponsoren war so gut, dass die Planungen für das zweite Turnier im nächsten Jahr schon begonnen haben.



Das erste Porsche-Golf Masters des DEHOGA Saarland.

Sachsen

DEHOGA Sachsen e.V. Hotel- und Gaststättenverband

GÄSTE 2009 – Neue Dachmarke „Messen mit Raffinessen“

Erfolgreiche Premiere auf dem Leipziger Messegelände: Insgesamt 18.600 Besucher kamen zu „Messen mit Raffinessen“, der neu kreierten Dachmarke für Veranstaltungen rund um das Thema Ernährung. 1.500 davon informierten sich auf der FleiFood, die zum ersten Mal veranstaltet wurde, über innovative Produkte für das Fleischerhandwerk. Als wichtiges Forum für die Branche speziell in Mitteldeutschland erwies sich erneut die GÄSTE, die zum zehnten Mal mit ihrem repräsentativen Angebot für Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung aufwartete. Insgesamt 342 Aussteller waren auf den beiden Fachmessen vertreten.

Der neue Messeverbund fand großen Anklang. Mit der Dachmarke „Messen mit Raffinessen“ wurde ein zukunftsweisendes Konzept platziert, das dem Thema Ernährung, kulinarischer Genuss und Gästebetreuung eine attraktive Facette hinzufügt. Auch der DEHOGA Sachsen konnte sich über einen regen Zuspruch an den vier Messetagen freuen. Der DEHOGA Sachsen und die SAXONIA Fördergesellschaft waren erneut mit einem eigenen Messestand zur GÄSTE 2009 vertreten.

Zu den Höhepunkten der Messe zählten Kongresse, Wettbewerbe sowie ein hervorragendes Rahmenprogramm, wie zum Beispiel „Marktplatz Hotel 2009 – dem Forum für Hotellerie“.

In Kooperation mit dem Hotelverband Deutschland (IHA), dem DEHOGA Brandenburg, dem DEHOGA Sachsen sowie dem DEHOGA Thüringen bot die GÄSTE 2009 interessante Fachvorträge und stellte aktuelle Markttrends vor.

20 Jahre DEHOGA Sachsen

Am 26. April 2010 stand der öffentliche Teil der Delegiertenversammlung ganz im Zeichen „20 Jahre DEHOGA Sachsen“. Zahlreiche Delegierte und Gäste aus Wirtschaft und Politik waren dazu ins Radisson Blu Park Hotel Dresden-Radebeul gekommen.

Im Rahmen der Festveranstaltung zog Helmut Apitzsch, Präsident des DEHOGA Sachsen, ein Resümee zu einer äußerst ereignisreichen und bewegten Zeit für die Unternehmen der Branche wie auch für den Hotel- und Gaststättenverband Sachsen. Sehr vielfältig waren die Aufgaben und Anforderungen in den vergangenen 20 Jahren an einen Unternehmerverband.



Im Gespräch auf der Messe GÄSTE: Ingrid Hartges, Hauptgeschäftsführerin des DEHOGA Bundesverbandes, Sven Morlok (2.v.l.), Sächsischer Staatsminister für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr, Helmut Apitzsch (l.), Präsident des DEHOGA Sachsen, und Frank Lehmann, DEHOGA Sachsen-Hauptgeschäftsführer.



Prominente Gäste beim Festakt zum 20-jährigen Jubiläum des DEHOGA Sachsen: Klaus Brähmig, MdB (v.l.), Vorsitzender des Ausschusses für Tourismus im Deutschen Bundestag, Andreas G. Lämmel, MdB (2.v.l.), Mitglied im Ausschuss für Wirtschaft und Technologie, Helmut Apitzsch (3.v.l.), Präsident DEHOGA Sachsen, sowie Sven Morlok (4.v.l.), Sächsischer Staatsminister für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr, und Ernst Fischer (3.v.r), Präsident des DEHOGA Bundesverbandes.

Schaut man heute noch einmal zurück, so lassen sich in der ereignisreichen Entwicklung unseres Verbandes nur einige ausgewählte Etappen und Höhepunkte anführen.

- 1991 Abschluss des ersten Tarifvertrages für Sachsen
- 1992 Gründung der Wirtschaftstochter SAXONIA Fördergesellschaft mbH
- 1993 Start Herausgabe einer eigenen Verbandszeitung
- 1993 die erste Sächsische Landesmeisterschaft der Jugend in den gastgewerblichen Ausbildungsberufen
- 1995 Erarbeitung und Veröffentlichung der ersten „Studie zum betriebswirtschaftlichen Ist- Zustand des sächsischen Hotel- und Gaststättengewerbes“ in Kooperation mit dem Sächsischen Staatsministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr
- Gesellschafter der TMGS Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH

Ebenfalls nach Radebeul gekommen waren Sven Morlok, Sächsischer Staatsminister für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr, sowie der Präsident des DEHOGA Bundesverbandes Ernst Fischer. Dieser lobte die Verlässlichkeit des sächsischen Verbandes sowie die sehr erfolgreiche Arbeit in den vergangenen Jahren und dankte allen ehren- und hauptamtlichen Vertretern des DEHOGA Sachsen für die außerordentlich engagierte und vertrauensvolle Zusammenarbeit.

Sachsen-Anhalt

DEHOGA Landesverband Sachsen-Anhalt e.V.

Das Gastgewerbe in Sachsen-Anhalt besteht hinsichtlich seiner Struktur zum überwiegenden Teil aus kleinen und mittleren Unternehmen. Die gegenwärtige Lage des Gastgewerbes in Sachsen-Anhalt wird von den Verbandsmitgliedern unterschiedlich bewertet.

Die durchgeführten Konjunkturumfragen in der Branche, sowohl durch den Verband, als auch durch die IHK'n sowie eine Vielzahl von Einzelinformationen lassen die Aussage zu, dass es der Gastronomie in Abhängigkeit vom Standort, differenzierten Leistungsangeboten und durch die Entwicklung der touristischen Infrastruktur grundsätzlich gelungen ist, sich nach wie vor wirtschaftlich zu behaupten. Die Hotellerie konnte leichte Umsatzsteigerungen verbuchen. Das betrifft besonders die Regionen Harz und Burgenland sowie den Städtetourismus. Die Gastronomie leidet weiterhin unter starken Umsatzrückgängen in Sachsen-Anhalt. Der Rückgang ist landesweit relevant.

Unsere Schwerpunkte in der politischen Lobbyarbeit:

- Großangelegte Unterstützung der Aktion „7 Prozent Mehrwertsteuer auf Gastfreundschaft“
- Mitwirkung des Verbandes bei der Ausarbeitung von Vermarktungsstrategien touristischer und gastgewerblicher Leistungsangebote durch die Mitwirkung als Gesellschafter in der TMSA (Tourismus Marketing Sachsen-Anhalt GmbH)
- Einflussnahme auf die Umsetzung der Richtlinie zur Aufstellung nichtamtlicher Hinweisschilder außerhalb geschlossener Ortschaften
- Sicherung des Fortbestehens von geförderten Beratungen für mittelständische Unternehmen

- Einflussnahme auf die Phase der Vorbereitung eines Landesgaststättengesetzes

12. Landesverbandstag – 20 Jahre DEHOGA Sachsen-Anhalt e.V. im Oktober 2010

Der absolute Höhepunkt im verbandspolitischen Leben war die Abhaltung des 12. Landesverbandstages am 12. Oktober 2010 im Parkhotel Herrenkrug Magdeburg. Im Beisein des Präsidenten des DEHOGA Bundesverbandes, Ernst Fischer, des Ministers für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt, Dr. Reiner Haseloff, und Mitgliedern des Bundes- und Landtages sowie der touristischen Partner LTV, TMSA und Schmetterling Reisen wurden folgende Themen erörtert:

- Mehrwertsteuerreduzierung für das Gastgewerbe
- Kulturförderabgabe/Bettensteuer in den Kommunen des Landes
- ausgewählte DEHOGA-Standpunkte.



Begrüßte die zahlreichen Gäste beim 12. Landesverbandstag des DEHOGA Sachsen-Anhalt: Ernst Fischer, Präsident des DEHOGA Bundesverbandes.

Der verbandspolitische Höhepunkt wurde zur Ehrung des Ministers Dr. Reiner Haseloff mit der Ehrenmedaille des DEHOGA Sachsen-Anhalt



Der neue Landesvorstand.



Dr. Reiner Haseloff (2.v.r.), Minister für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt, nimmt die Ehrenmedaille von DEHOGA Sachsen-Anhalt-Präsident Frank Doepelheuer (r.) und Hauptgeschäftsführer Wolfgang Schildhauer (l.) sowie Ernst Fischer, Präsident des DEHOGA Bundesverbandes, entgegen.

genutzt. Diese Ehrenmedaille wurde auch dem DEHOGA Niedersachsen für die große Unterstützung beim Aufbau des Landesverbandes verliehen. 66 Verbandsmitglieder, die seit der Gründung dem Verband angehören, werden im Jahr 2010 ebenfalls eine Ehrung für ihre Treue erhalten.

Die turnusgemäße Wahl fand ebenfalls statt. Es wurden der Präsident, der Schatzmeister und der Landesvorstand sowie das Präsidium zur Abstimmung gestellt. Dem Präsidenten Frank Doepelheuer wurde nach zwölf Jahren Amtszeit mit überwältigender Mehrheit das Vertrauen für eine vierte Wahlperiode ausgesprochen. Auch der Schatzmeister Gert Heiland, Kassenprüfer im Bundesverband, wurde wiedergewählt.

Die Abendveranstaltung wurde durch die Anwesenheit des Ministerpräsidenten Prof. Dr. Wolfgang Böhmer bereichert. In seinem Grußwort versprach er den anwesenden Unternehmerinnen und Unternehmern, dass er sich für eine möglichst praktikable Lösung bei der Neugestaltung des Rundfunkstaatsvertrages einsetzen wird. Die Konferenz der Ministerpräsidenten findet unter seiner Leitung im Oktober in Magdeburg statt.

Mitgliedergewinnung – Kooperationen

Die Mitgliedergewinnung ist im Jahr 2010 gezeichnet von Stagnation, obwohl die Aktivitäten zur Mitgliedergewinnung und -betreuung verstärkt wurden. Die Kooperation mit der DVAG, eines freien Mitarbeiters und der ARO Sound GmbH sowie die Aktivitäten des Hauptamts haben dazu beigetragen. Die Vorteile einer Mit-



DEHOGA Niedersachsen-Präsident Hermann Kröger (M.) freut sich über die Ehrenmedaille, hier mit Otto Wolter (2.v.r.), Vorsitzender der Fachgruppe Gaststätten in Niedersachsen, sowie den Vertretern Sachsen-Anhalts, Präsident Frank Doepelheuer (r.), Hauptgeschäftsführer Wolfgang Schildhauer (l.) und Herd Heiland.

gliedschaft werden durch 15 Betriebsbetreuer im Rahmen der Kooperation DEHOGA/DVAG bekannt gemacht und umgesetzt.

Bildung und Qualifizierung im Landesverband

Großes Augenmerk wird im Landesverband auf die Ausbildung und Qualifizierung gelegt. Die DEHOGA Akademie, die im Jahr 2009 gemeinsam mit dem Landesverband Baden-Württemberg vereinbart wurde, hat ihren Standort im Jahr 2010 in Wanzleben. Hier wird der DEHOGA Unternehmerbrief vermittelt, geprüft und vergeben. Um das Bildungsangebot für Verbandsmitglieder wesentlich zu erweitern, hat der Landesverband die Fachakademie DEHOGA Sachsen-Anhalt gegründet.

Schulungen zur Lebensmittelhygieneverordnung und zum Infektionsschutzgesetz

Als eine besondere Dienstleistung bietet der DEHOGA Sachsen-Anhalt seinen Mitgliedsbetrieben alljährlich kostenlos eine Schulung zur Lebensmittelhygieneverordnung und zum Infektionsschutzgesetz an. Diese Schulungen werden gemeinsam mit zwei Lebensmittelinstituten aus Sachsen-Anhalt, ÖHMI Analytik GmbH Magdeburg und MBM Labor Dessau, organisiert und durchgeführt.

Im Jahr 2010 nahmen über 378 Betriebe an diesen Schulungen teil. Seitens der staatlichen Lebensmittelhygieneüberwachung werden diese Schulungen außerordentlich begrüßt.

Schleswig-Holstein

Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Schleswig-Holstein e.V.

Mit ASTOR zur Tourismusfachkraft

Für Berufseinsteiger im Tourismus eröffnen sich neue, schnelle Karrierechancen: in nur drei Jahren können jetzt die Abschlüsse Hotelfachfrau/Hotelfachmann und Fachwirt im Gastgewerbe in einem erlangt werden. Bislang waren dafür fünf Aus- und Fortbildungsjahre sowie eine mehrjährige Berufstätigkeit erforderlich. Möglich wird dies durch das Modellprojekt ASTOR – Aufstieg mit System im Tourismus – der Wirtschaftsakademie Schleswig-Holstein in Zusammenarbeit mit dem Wirtschaftsministerium und mit Unterstützung des DEHOGA Schleswig-Holstein. Das Projekt soll dem Tourismus schneller hoch qualifizierte Fachkräfte sichern und die Branche attraktiv für junge Menschen mit hochwertiger Schulausbildung machen. „Dies ist ein Beitrag zur Weiterentwicklung der Aus- und Weiterbildungssysteme und auch eine Antwort auf den zunehmenden Fachkräftebedarf“, so Peter Bartsch, Präsident des DEHOGA Schleswig-Holstein. ASTOR diene darüber hinaus auch der regionalen Wirtschaftsförderung. Die Tourismusbranche in Schleswig-Holstein steht in einem intensiven Wettbewerb mit anderen nationalen und internationalen Destinationen. Qualitativ hochwertige Dienstleistungen durch gut ausgebildete und motivierte Beschäftigte stärken den Standort. Der Tourismus in Schleswig-Holstein erwirtschaftet rund fünf Milliarden Euro im Jahr, fast fünf Prozent der gesamten Wertschöpfung des Landes. Mehr als 130.000 sozialversicherungspflichtige Beschäftigten verdienen im Tourismus ihren Lebensunterhalt. Hinzu kommen zahlreiche Saisonkräfte in mindestens der gleichen Größenordnung. Diese Branche verdient gute Ideen und Mut zu innovativen Modellprojekten, so war sich die Politik einig.



Stephan Beck



Peter Lüttgens



Klaus-Peter Willhöft

Generationswechsel

Feierlicher Abschied in Damp: Stephan Beck, Peter Lüttgens und Klaus-Peter Willhöft schieden aus Altersgründen aus

Im Rahmen des Landesverbandstages 2010 des DEHOGA Schleswig-Holstein wurden die Vizepräsidenten Stephan Beck und Peter Lüttgens sowie der bisherige Vorsitzende der Fachgruppe Hotels, Klaus-Peter Willhöft, offiziell aus ihren Ämtern ver-



„Der neue Vorstand des DEHOGA Schleswig-Holstein“.

abschiedet. Hintergrund war die 2008 begründete, umfangreiche Satzungsänderung „Agenda 2010“. Als Nachfolger von Klaus-Peter Willhöft wählten die Delegierten seinen bisherigen Stellvertreter Matthias Drespling in das Amt des Vorsitzenden der Fachgruppe „Hotels und andere Beherbergungsbetriebe“. Drespling ist somit neben Axel Strehl, Vorsitzender der Fachgruppe „Gastronomie“, und Hans Walter Kölling, Vorsitzender der Fachgruppe „Tourismus“, einer der drei neuen Vizepräsidenten des DEHOGA Schleswig-Holstein.

Herlich Marie Todsens-Reese (CDU), Vizepräsidentin des schleswig-holsteinischen Landtags, betonte in ihrer Festrede die Auswirkungen des demografischen Wandels für den Tourismus im nördlichsten Bundesland, der in rund 9.500 Betrieben etwa 80.000 Mitarbeiter beschäftigt. „Jeder Fünfte in Schleswig-Holstein lebt vom Tourismus“, sagte sie vor mehr als 200 Gästen, die im Rahmen des Landesverbandstages auch ihrem Präsidenten Peter Bartsch zum 60. Geburtstag gratulierten.

Auch Bartsch griff das Thema auf: „Wir spüren einen dramatischen Rückgang an Bewerbern“, sagte der Präsident. Er befürchte, dass in naher Zukunft knapp ein Drittel der derzeit 3.850 Ausbildungsplätze in Schleswig-Holstein in den sechs gastgewerblichen Berufen nicht mehr besetzt werden können. Der Zustrom an Jugendlichen auch aus den neuen Bundesländern lasse nach. „Wir müssen die Lücken mit weniger qualifizierten Jugendlichen füllen“, fügte Bartsch hinzu.

Neuer Tarifabschluss

Am 6. September 2010 trafen sich die Tarifvertragsparteien, um über den gekündigten Lohn- und Gehaltstarifvertrag sowie den Ausbildungs-

vertrag neu zu verhandeln. Die Tarifvertragsparteien einigten sich auf folgende Ergebnisse: Für die Arbeitnehmer wird erstmalig zum 1. Oktober 2010 durch alle Lohn- und Gehaltsgruppen der Lohn um 40,00 Euro brutto angehoben. Zum 1. Oktober 2011 erfolgt eine nochmalige Erhöhung um 30 Euro. Für die Auszubildenden des schleswig-holsteinischen Gaststättengewerbes erfolgt eine Erhöhung für das erste und zweite Ausbildungsjahr um jeweils 31,50 Euro: die Auszubildenden im dritten Ausbildungsjahr erhalten 40,50 Euro. Beide Tarifverträge haben eine Laufzeit von zwei Jahren und können erstmalig zum 30. September 2012 gekündigt werden. Zum Abschluss der Verhandlungen waren sich beide Tarifkommissionen einig, dass mit dem vorliegenden Ergebnis sowohl die Interessen der Arbeitnehmer als auch die Belange der Arbeitgeber entsprechend berücksichtigt wurden.

Produktmanagement Kulinarik in Schleswig-Holstein 2010 bis 2013

Schon im Jahr 2007 hat Schleswig-Holstein mit dem Einrichten einer Koordinierungsstelle Gastronomie bundesweit Maßstäbe gesetzt. Diese ist seitdem die zentrale Anlaufstelle für alle Akteure im touristischen und gastronomischen Bereich, wenn es um das Thema „Kulinarik“ geht. Mit dem Projekt „Produktmanagement Kulinarik in Schleswig-Holstein“ wird für die nächsten drei Jahre über die Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein (TASH) in Projektpartnerschaft mit der Förderungsgesellschaft des schleswig-holsteinischen Hotel- und Gaststättengewerbes mbH und mit starker Unterstützung der CITTI Handelsgesellschaft für neue und innovative Impulse in der gesamten kulinarischen Szene gesorgt. Das Land Schleswig-Holstein unterstützt das Projekt mit Mitteln aus dem europäischen Fond für Regionalentwicklung (EFRE).

Schwerpunkte des Projektes

■ Schleswig-Holsteiner GASTLICHKEIT – ein Mystery-Check-System für die Gastronomie

Der DEHOGA wird in Kooperation mit der TASH im Frühjahr 2011 ein Mystery-Check-System für die Gastronomie in Schleswig-Holstein einführen, um das individuelle Angebot der Betriebe qualitativ zu steigern. Die Konzepte der hauptsäch-

lich klein- und mittelständischen Unternehmen werden aus Kundensicht durchleuchtet und so die individuellen Stärken und Schwächen dem Betrieb aufgezeigt. Ziel ist außerdem die Beratung der Unternehmer, um praktische Lösungsansätze zu bieten und somit eine Qualitätssteigerung zu gewährleisten.

■ Einheitliches CD-Manual bei kulinarischen Veranstaltungen

Das Urlaubsland Schleswig-Holstein bietet seinen Gästen landesweit mehr als 30 kulinarische Veranstaltungen an. Für jeden Geschmack ist etwas dabei – von der Familie mit Kindern, bis zum ausgesprochenen Gourmet. Die Vielfalt der Aktionen ist für die Gäste einerseits erfreulich, andererseits ist sie häufig nur schwer überschaubar, insbesondere für Touristen, die mit der Gastronomie des Landes nicht vertraut sind. Gerade den Feriengästen sollte daher mit wiederkehrenden Präsentationselementen und einer klaren Kommunikation die Orientierung erleichtert werden. Daher hat die TASH zusammen mit Ihren Partnern ein Handbuch mit einheitlichen Designvorgaben im Rahmen der Initiative „Schleswig-Holstein is(s)t lecker!“ entwickelt. Damit können auf einfache Weise Angebote und Veranstaltungen, bei denen regionale Produkte im Mittelpunkt stehen und der Anbieter die freiwillige Vereinbarung von „Schleswig-Holstein is(s)t lecker!“ unterzeichnet hat, herausgestellt und den Gästen besondere Genüsse signalisiert werden. Es enthält Beispiele für die Gestaltung von Broschüren, Flyern, Plakaten und Internet-Auftritten – ohne, dass auf eigene Spielräume verzichtet werden muss. Zusätzlich bietet die TASH im Rahmen dieses Projektes Beratungsleistungen an, um die Veranstaltungen qualitativ weiter zu entwickeln.



Titelbild des CD-Manuals „Schleswig-Holstein is(s)t lecker!“.

■ Online-Produzentenführer

Zur nachhaltigen Positionierung Schleswig-Holsteins als kulinarische Destination ist die gemeinsame Präsentation aller kulinarischen Facetten wichtige Grundlage. In diesem Projekt werden Produzenten, Hofläden, Bauernhofcafés, Wochenmärkte und kulinarische Veranstaltungen gebündelt. Hierbei ist eine Auswahl überaus wichtig, um die gewünschte Qualität zu sichern. Die Datenbank wird im Frühjahr 2011 auf der offiziellen Tourismuseite des Landes www.sh-tourismus.de ausgespielt werden.

■ Entwicklung innovativer und nicht austauschbarer Pauschalen

Die Entwicklung und Buchbarkeit von innovativen und nicht austauschbaren Angeboten ist für die einzelnen Regionen und für ganz Schleswig-Holstein essentiell, um sich als kulinarische Destination zu positionieren. Es gibt mehrere Möglichkeiten, die Partner vor Ort zu motivieren, sich mit diesem Thema auseinander zu setzen, einerseits durch die Produktion und den Vertrieb eines Leitfadens oder gezielte Workshops vor Ort. Zusätzlich sind vertriebsstarke Kooperationen mit Reiseveranstaltern geplant.



Thüringen

DEHOGA Thüringen e.V. (Hotel- und Gaststättenverband Thüringen)



Familienfreundliche Gastgeber

Thüringens Ministerpräsidentin Christine Lieberknecht übernimmt Schirmherrschaft

Kinder, die heimlichen Entscheider, gehören zur größten Zielgruppe. Darum brauchen Familien mit Kindern bei einem Hotel- oder Gaststättenbesuch, aber auch im gesamten Tourismus, besondere Aufmerksamkeit. Das Prädikat „Familienfreundliche Gaststätten, familienfreundliche Hotels/Pensionen, Ferien- und Bauernhöfe im Freistaat Thüringen“ richtet sich an alle touristischen Betriebe in Thüringen, die sich der Zielgruppe Familien mit Kindern widmen und deren besonderen Bedürfnissen in Einrichtung, Ausstattung und Angeboten gerecht werden.

Mit dieser Initiative gibt der HOGA Förderverein Thüringen e.V. in Zusammenarbeit mit den Thüringer Familienverbänden den gastgewerblichen Betrieben die Möglichkeit, sich auf dem Markt zu positionieren, Familien die vielfältigen Angebote transparent und zielgerichtet aufzuzeigen und somit auch eine zusätzliche und verlässliche Entscheidungs- und Orientierungshilfe bei einem Restaurantbesuch und im Urlaub zu geben.

Der ehemalige, im Jahr 2002 durch das Thüringer Sozialministerium in Zusammenarbeit mit dem HOGA Förderverein und den Thüringer Familienverbänden initiierte kinderfreundliche Wettbewerb, wurde im Jahr 2007 durch das Prädikat „Familienfreundliche Gaststätten, familienfreundliche Hotels/Pensionen, Ferien- und Bauernhöfe im Freistaat Thüringen“ abgelöst und stand in den vergangenen Jahren unter der Schirmherrschaft des Ministerpräsidenten Dieter Althaus. Gern übernahm im April 2010 Thüringens Ministerpräsidentin Christine Lieberknecht das Amt der Schirmherrin des Prädikates für familienfreundliche Gastgeber im Freistaat Thüringen. Das Prädikat ist drei Jahre gültig und ist vor allem für Betriebe geeignet, bei denen Familien mit Kindern gerne gesehen sind und die zum Ausdruck bringen wollen, dass man auf diese Gästegruppe speziell vorbereitet ist. Insgesamt sind in Thüringen bislang 17 Betriebe mit dem Prädikat „familienfreundlich“ ausgezeichnet.



Für ein familienfreundliches Gastgeberland Thüringen: Ministerpräsidentin Christine Lieberknecht (l.) und Gudrun Münich, Präsidentin des DEHOGA Thüringen.

Thüringer Tourismustag 2010

Staatssekretär Staschewski sieht Thüringens Chance in der Schärfung des touristischen Profils

Der bisher erfolgreichste Tourismustag zog mehr als 330 Thüringer Touristiker, Hoteliers und Gastronomen nach Zeulenroda. Das Tagesmotto „Entwicklungstrends in der Freizeit- und Tourismuswirtschaft“ bot zahlreichen Experten und Vertretern von Thüringer Best-Practice-Betrieben Raum für interessante Vorträge. Basis positiver Entwicklungstrends ist vor allem auch Qualität. Dafür steht das Qualitätsmanagementsystem ServiceQualität Deutschland. Es setzt für Gäste und Besucher von Gaststätten, Hotels und Freizeiteinrichtungen mit dem „Q“-Siegel ein deutliches Zeichen. Zahlreiche Übergaben an Betriebe bewiesen zum diesjährigen Tourismustag einmal mehr die existenzielle Bedeutung guter Servicequalität für touristischen Erfolg.

„In den kommenden Jahren soll es darum gehen, das touristische Profil des Freistaats zu schärfen und unsere Reiseziele außerhalb der Landesgrenzen bekannter zu machen“, so Jochen Staschewski, Staatssekretär im Thüringer Wirtschaftsministerium, anlässlich der Eröffnung des Tourismustages. Es muss in der zu überarbeitenden Landestourismuskonzeption vor allem an die Zielgruppe der jüngeren Reisenden gedacht werden. So müssten innovative und ansprechende Angebote gemacht und vorhandene überregional besser vermarktet werden, um auch junge Gäste für Thüringen zu gewinnen.



Staatssekretär Staschewski (h.r.) übergibt das „Q“-Siegel an die Beraterfirma F.F.B. Consulting und die Touristinformatio Bad Langensalza.

„Wir wollen weg vom reinen Wald-und-Wurst-Image“, so Staschewski. Dazu müssten u.a. die kulturellen und touristischen Leuchttürme – Erfurt, Weimar, Wartburg, Rennsteig, Oberhof – stärker herausgestellt werden. Der Tourismus ist im Freistaat ein wichtiger Wirtschaftsfaktor. Im Jahr 2009 wurde ein Bruttoumsatz von rund 3,2 Milliarden Euro erwirtschaftet. Über 100.000 Personen haben ihren Lebensunterhalt aus dem Tourismus bestritten. Informative Vorträge von erstklassigen Referenten ergänzten die Veranstaltung. Eingeladen zum 12. Thüringer Tourismustag hatte das Wirtschaftsministerium gemeinsam mit den drei Industrie- und Handelskammern, der TTG und dem DEHOGA Thüringen.

20 Jahre DEHOGA Thüringen



Nach dem Motto „Werfen Sie mit uns einen Blick zurück und begleiten Sie uns auf dem Weg nach vorn“ beging der DEHOGA Thüringen am 18. Oktober 2010 sein zwanzigjähriges Bestehen im Rahmen der Gastronomiefachmesse inoga in Erfurt. Dies war ein geeigneter Anlass, Bilanz zu ziehen, auf 20 Jahre Verbandsarbeit zurückzuschauen und mit Partnern aus Wirtschaft und Politik, Sympathisanten und Wegbegleitern zu feiern.

Aktuell zählt der DEHOGA Thüringen rund 1.400 Mitglieder und ist damit der mitgliederstärkste Arbeitgeberverband im Freistaat. Ziel des branchenorientierter Wirtschaftsverband ist es, den unternehmerischen Erfolg für die Branche zu sichern. Ergänzt durch vielfältige Marketingaktio-

nen, werden damit die Grundlagen für Dienstleistung und Service auf höchstem Niveau geschaffen.

„In den vergangenen Jahren haben wir auf vielen Ebenen hart für die Branche gekämpft, einige Rückschläge einstecken müssen, aber auch viele Erfolge verbuchen können“, resümierte Gudrun Münnich, seit 2002 Präsidentin des Verbandes. „Zu nennen sei hier zum Beispiel die Lockerung der Sperrzeitenregelung, ein Thüringer Gaststättengesetz, die Steuerfreiheit des Trinkgeldes oder auch die Senkung des Mehrwertsteuersatzes für die Hotellerie. Doch am Ziel sind wir noch lange nicht“, so Münnich.

Für seine Mitglieder erbringt der DEHOGA Thüringen darüber hinaus eine Fülle individueller Leistungen. Diese reichen von Rechtsberatung und Prozessvertretung über regelmäßigen Informationsdienst, Kontakte zur Zulieferindustrie und den Abschluss von Rahmenverträgen bis hin zu individuellen Beratungen und Verhandlungen in allen die Unternehmensführung im Hotel- und Gaststättengewerbe betreffenden Fragen. Im Bereich der geldwerten Vorteile wird eine Vielzahl von Rahmenverträgen für die Mitglieder angeboten.

Der DEHOGA Thüringen engagiert sich dafür, auch zukünftig der Hotellerie und Gastronomie mit ihren überdurchschnittlichen Investitionen, nicht nur im Bereich der Ausbildung und bei der Schaffung von Arbeitsplätzen, die Rahmenbedingungen zu erhalten, die für die weitere Entwicklung als Dienstleistungsbranche erforderlich sind.

Dirk Ellinger, seit 2000 als Geschäftsführer beim DEHOGA Thüringen, freute sich: „Es ist schön zu sehen, wie unser Verband über die Jahre gewachsen ist und wir jetzt an einem Punkt angekommen sind, um einmal Rückschau zu halten. Wir können natürlich aus geschichtlichen Gründen nicht auf eine derart lange Historie wie die DEHOGA-Verbände in den alten Bundesländern zurückblicken, dennoch hat sich schon bei vielen unserer Gastronomen und Hoteliers das verbindende ‚Mein DEHOGA-Gefühl‘ entwickelt. Darauf sind wir stolz und daran wollen wir auch weiter arbeiten. Der Verband soll für seine Mitglieder bei allen Fach- und Branchenfragen immer erste Anlaufstelle sein.“

HOTREC



Hotels, restaurants and cafés in Europe



Hotels, restaurants and cafés in Europe

Hotellerie und Gastronomie aus europäischer Sicht – What's cooking in Brussels?

Eine Vielzahl nationaler Regelungen und Gesetze haben ihren Ursprung in Brüssel. Um die Interessen der Hotellerie und Gastronomie in Deutschland auf europäischer Ebene deshalb adäquat zu vertreten, sind der DEHOGA Bundesverband und der Hotelverband Deutschland (IHA) Mitglieder im europäischen Gastgewerbeverband HOTREC. Er repräsentiert in Brüssel die branchenpolitischen Belange von derzeit 40 gastgewerblichen Verbänden aus 25 europäischen Ländern. Neben den EU-Staaten stammen die Mitglieder auch aus Staaten des Europäischen Wirtschaftsraums (Norwegen) sowie weiteren assoziierten Nationen (Mazedonien, Schweiz).

Hauptaufgaben

- Repräsentation von Hotellerie und Gastronomie gegenüber den EU-Institutionen (Europäische Kommission, Europaparlament).
- Networking mit anderen europäischen Verbänden der Tourismuswirtschaft.
- Sozialer Dialog mit der Europäischen Gewerkschaft im Gastgewerbe EFFAT, deren deutsches Mitglied die Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten (NGG) ist.

Hauptthemen

■ Reduzierter Mehrwertsteuersatz

Im Anschluss an jahrelange Debatten gewährt die Europäische Kommission seit dem 1. Juni 2009 allen Mitgliedstaaten die Möglichkeit, einen reduzierten Umsatzsteuersatz sowohl auf gastronomische, als auch auf Hotelleistungen anzuwenden. Derzeit machen 23 EU-Mitgliedstaaten bei Hotelleistungen von dieser Möglichkeit Gebrauch. In der Gastronomie findet mittlerweile in 15 Mitgliedstaaten der reduzierte Umsatzsteuersatz Anwendung.

■ Brandschutz

Im Jahr 2010 veröffentlichte HOTREC mit dem so genannten „MBS-Leitfaden“ ein neues Hilfsmittel zur Erhöhung des Brandschutzes in europäischen Hotels. Dieses freiwillige Instrumentarium wird Hotels aller Größenordnungen in Europa helfen, unterstützend zu den bereits existierenden Gesetzen ein hohes Level im Brandschutz zu erreichen. Nationale Verbände des Hotel- und Gaststättengewerbes aus acht europäischen Ländern haben bereits angekündigt, diesen Leitfaden ihren Mitgliedern zur Verfügung zu stellen, so dass HOTREC von einer Verbreitung auch in anderen Ländern in den nächsten Jahren ausgeht.

■ HACCP

Seit Januar 2006 gelten die EU-Hygienevorschriften, ein Gesetzespaket aus verschiedenen Verordnungen. Maßgeblich für das Gastgewerbe ist vor allem die EU-Lebensmittelhygieneverordnung. Damit wurde ein Regelwerk geschaffen, das dem Grundsatz der Lebensmittelsicherheit „vom Acker bis zum Teller“ entspricht, mit dem gleichzeitig jedoch Unternehmer im Sinne des Eigenkontrollprinzips HACCP gesundheitliche Gefahren identifizieren, bewerten, kontinuierlich erfassen, beherrschen und so abwehren sollen. Diese bürokratische Verpflichtung stellt Kleinbetriebe vor nahezu unlösbare Aufgaben. Als Reaktion auf die ungewollten Ergebnisse hat die Kommission nun vorgeschlagen, Kleinunternehmen vom HACCP-Verfahren auszunehmen.

■ Lebensmittelkennzeichnung

Das Europäische Parlament beschäftigt sich derzeit mit einem Entwurf der Europäischen Kommission zur Lebensmittelkennzeichnungsverordnung, in dem es unter anderem um die Frage der Kennzeichnung loser Lebensmittel geht. Sollte der Vorschlag in seiner derzeitigen Form angenommen werden, müssten Restaurants künftig in ihren Speisekarten oder an ihren Buffets zum Beispiel alle Allergien auslösenden Zutaten ausweisen. Weitere Belastungen des Gastgewerbes, wie zum Beispiel eine Nährwertkennzeichnung oder die Erstellung eines Zutatenverzeichnisses, werden ebenfalls gefordert, könnten aber von den Mitgliedsstaaten noch durch den Erlass von Rechtsvorschriften ausgeschlossen werden.

■ Sammelklagen

Die Kommission hat ein Verfahren initiiert, mit dem die rechtlichen Grundlagen für Verbrauchersammelklagen geschaffen werden sollen. Hierzu hat sie bereits ein Grünbuch vorgelegt, nach dem u.a. Unternehmen der Tourismusbranche Ziel von Sammelklagen werden könnten. Dieser Ansatz wird vom europäischen Gastgewerbe strikt abgelehnt. Zum einen besitzt die EU hierfür keine Regelungskompetenz. Zum anderen öffnen Sammelklagen, die sich am US-amerikanischen Modell der „class-actions“ orientieren, dem Missbrauch Tür und Tor.

Hauptakteure

Auf der 58. HOTREC-Generalversammlung vom 6. bis 7. November 2008 in Prag wurde Kent Nyström zum neuen Präsidenten von HOTREC gewählt. Der Schwede löste damit Bernd Geyer ab, der dieses Amt seit 2005 inne gehabt hatte und nun zum Ehrenpräsident ernannt wurde. Generalsekretärin und Leiterin der Geschäftsstelle in Brüssel ist seit Juli 2010 Anna Maria Torres.



HOTREC-Präsident
Kent Nyström.

HOTREC

111, Blv. Anspach, Boîte 4
BE-1000 Bruxelles, Belgien

Fon +32/2/5 13 63 23

Fax +32/2/5 02 41 73

main@hotrec.org

www.hotrec.org – www.hotelstars.org

Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW)

Mehr als 40 der größten Unternehmen und Verbände aus allen Bereichen der Tourismuswirtschaft in Deutschland stehen hinter dem Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW). Das Spektrum reicht von Hotellerie und Gastronomie über den Luft-, Straßen- und Schienenverkehr bis hin zum Tourismusmarketing. Es umfasst private Mobilität genauso wie den Geschäftsreisesektor. So gehören u.a. auch der DEHOGA Bundesverband und der Hotelverband Deutschland (IHA) zu den Mitgliedern des BTW. Seit seiner Gründung 1995 setzt sich der BTW gegenüber der Politik und der Öffentlichkeit für die gemeinsamen, übergreifenden Interessen und Bedürfnisse der Tourismusbranche ein – einer Branche, die über zwei Millionen Arbeitsplätze sowie mehr als 120.000 Ausbildungsplätze bereitstellt.

Themen des BTW im Jahr 2010

Geprägt war das Jahr 2010 für die Tourismuswirtschaft auch von Überraschungen. Wer hatte schon damit gerechnet, dass ein isländischer Vulkan tagelang einen großen Teil des Incoming- und Outgoing-Tourismus in Deutschland lahmlegt. Gleichzeitig wurde die Wirtschafts- und Finanzkrise in Deutschland deutlich schneller überwunden, als die meisten Experten prognostiziert hatten – ein Aufschwung, der langsam aber sicher auch in großen Teilen der Tourismusbranche ankam. Überraschend war auch die im Sparpaket der Bundesregierung angekündigte „ökologische Luftverkehrsabgabe“. In ihrer konkreten Ausgestaltung entpuppte sich die Abgabe als Reisessteuer ohne ökologischen Nutzen, die künftig Jahr für Jahr eine Milliarde Euro in die Staatskassen spülen soll. Diese nationale Insellösung widerspricht ganz klar dem Koalitionsvertrag, in dem die Regierungsparteien dem deutschen Luftverkehr noch Wettbewerbsneutralität versprochen hatten.

Die vorsichtige Erholung der Branche wurde 2010 aber auch an anderen Stellen bedroht: Die Idee der so genannten Bettensteuer in immer mehr Städten ist aus Sicht des BTW nichts anderes als fiskalische Wegelagerung der Gemeinden. Sie schadet Deutschland als Tourismus- und Geschäftsreiseziel und schafft eine immense zusätzliche Bürokratie für Hoteliers und Geschäftsreisende. Der BTW hält

Bettensteuern deshalb für ein absolutes Tabu und spricht sich deutlich gegen deren Einführung aus. Gift für die Branche ist nach Ansicht des BTW auch die Hetzjagd auf Hoteliers, die nach der Mehrwertsteuersenkung angefangen hat. Die unsachlichen Diskussionen werden der Sache nicht gerecht, denn am 1. Januar 2010 wurde nichts anderes als Wettbewerbsgerechtigkeit hergestellt. Der BTW fordert deshalb Vertrauensschutz und Planungssicherheit für die vielen mittelständischen Unternehmer, die nach der Steuersenkung massiv in ihre Betriebe und Mitarbeiter investiert haben.

BTW-Tourismusgipfel

Ein Highlight im BTW-Kalender war einmal mehr der Tourismusgipfel. Die mittlerweile 14. Auflage des Branchentreffens fand am 4. und 5. Oktober 2010 im Hotel Adlon Kempinski in Berlin statt. Auch in diesem Rahmen forderte BTW-Präsident Klaus Laepple den Verzicht auf die Bettensteuer in den Kommunen, ein klares Nein zur Luftverkehrssteuer und Vertrauensschutz für die deutschen Hoteliers in Sachen Mehrwertsteuer.



Prominente Redner beim 14. Tourismusgipfel in Berlin: Bundesverkehrsminister Dr. Peter Ramsauer, Bundesumweltminister Dr. Norbert Röttgen, der SPD-Parteivorsitzende Sigmar Gabriel und Arbeitgeberpräsident Dr. Dieter Hundt.

Zu den Rednern des Gipfels gehörten Bundesverkehrsminister Peter Ramsauer, Bundesumweltminister Norbert Röttgen, der SPD-Parteivorsitzende Sigmar Gabriel und Arbeitgeberpräsident Dieter Hundt.

Bundesverband der
Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW)
Am Weidendamm 1A
10117 Berlin
Fon 030/72 62 54-0
Fax 030/72 62 54-44
info@btw.de
www.btw.de

Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT)

Deutsche Zentrale für Tourismus: weltweit präsent

Die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) ist das nationale „Tourist Board“ Deutschlands mit Sitz in Frankfurt am Main. Mit 29 Auslandsvertretungen vermarktet sie das Reiseland Deutschland weltweit. Ziel ist, das positive Image für die deutschen Destinationen im In- und Ausland zu steigern sowie den Tourismus nach und in Deutschland zu fördern.

Jahresbilanz 2009/2010: Deutschland weiter auf Erfolgskurs

Das Reiseland Deutschland hat sich beim Incoming im Jahr 2009 als äußerst wettbewerbsfähig erwiesen: Während nach Angaben der UNWTO die internationalen Ankünfte 2009 aufgrund der globalen Wirtschaftskrise einen Verlust von vier Prozent verkraften mussten und europaweit sogar um 5,7 Prozent nachgaben, gingen die Ankünfte in Deutschland nur um 2,7 Prozent zurück. Das zeigt sich auch bei den Hotelübernachtungen: Laut Eurostat lagen die Hotelübernachtungen ausländischer Gäste in der Europäischen Union 2009 um 9,1 Prozent, in der deutschen Hotellerie nur um 4,6 Prozent hinter dem Vorjahresergebnis zurück. 2010 knüpft Deutschland nahtlos an seine Erfolge vor der Wirtschaftskrise an: Die ausländischen Übernachtungen lagen im August 11,1 Prozent über dem Vorjahresergebnis. Kumuliert übertrifft das Gesamtübernachtungsvolumen der ersten acht Monate 2010 den Vorjahreszeitraum 2009 um drei Prozent und sogar den vergleichbaren Zeitraum im bisherigen Rekordjahr 2008 um 2,3 Prozent.

Marktforschung als Grundlage für ein erfolgreiches Marketing

Auch 2009 sahen Anbieter sowie internationale und deutsche Veranstalter den Tagungsstandort Deutschland im Ranking des Jahres erneut und mit großem Abstand auf Platz eins. Das ist ein Ergebnis des „Meeting- & EventBarometer 2010“, einer Studie von DZT, GCB German Convention Bureau und dem Europäischen Verband der Veranstaltungs-Centren. Deutschlands Gäste geben ihrem Reiseland laut „Qualitätsmonitor



Messe Leipzig

Deutschland-Tourismus“ nach wie vor die „Schulnote 1,8“. Deutlich wird ein gestiegenes Preisbewusstsein in Zeiten der Finanzkrise. Der Qualitätsmonitor wurde 2007 von der Europäischen Reiseversicherung zusammen mit der DZT ins Leben gerufen.

Produktlinien für das Auslandsmarketing

Aufbauend auf die beiden Produktlinien Städte-/Event- sowie Erholungstourismus erstellt die DZT wechselnde Schwerpunktkampagnen sowie langfristige Produktsegmente und gibt damit die Themen für das Marketing im Ausland vor. Nach dem Themenjahr 2010 „Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010“ und „Creative Germany“ stellt die DZT 2011 mit dem Jahresthema „Gesundheitsreisen und Wellness in Deutschland“ den Erholungstourismus in den Vordergrund, flankiert von den Themen-Schwerpunkten „125. Geburtstag des Automobils“, „200. Geburtstag von Franz Liszt“ und der FIFA Frauen-Weltmeisterschaft 2011™.

2012 steht das Geschäftsreiseziel Deutschland im Zentrum des DZT-Marketings. Begleitend bewirbt sie das Kunstevent „documenta 13“ in Kassel, das 800-jährige Jubiläum des Thomanerchors sowie „300 Jahre Friedrich der Große“ in den internationalen Medien.

Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT)
 Beethovenstraße 69
 60325 Frankfurt/Main
 Fon 069/97 46-40
 Fax 069/75 19 03
info@germany.travel
www.germany.travel

Arbeitsgemeinschaft Mittelstand

Der Mittelstand macht Deutschland stark: Rund 4,5 Millionen Unternehmer des Mittelstandes repräsentieren fast die Hälfte aller Bruttoinvestitionen und der Bruttowertschöpfung in Deutschland. Deutlich mehr als 70 Prozent aller Arbeitnehmer sind in mittelständischen Unternehmen beschäftigt. Mehr als acht von zehn Lehrlingen werden dort ausgebildet.

Die Interessen der mittelständischen Unternehmen in Deutschland vertritt die Arbeitsgemeinschaft Mittelstand, zu deren Mitgliedern der DEHOGA Bundesverband gehört. Die AG Mittelstand ist die Plattform neun führender Verbände bzw. Organisationen der mittelständischen Wirtschaft. Ihr gemeinsames Ziel ist es, die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen für die mittelständischen Unternehmen zu verbessern und damit die Wettbewerbsfähigkeit Deutschlands insgesamt zu sichern.

Aktivitäten und Veranstaltungen

Lage und Perspektiven der mittelständischen Unternehmen vor dem Hintergrund der Wirtschafts- und Finanzkrise beleuchtet der Jahresmittelstandsbericht, der 2010 bereits zum neunten Mal von der Verbändekooperation vorgelegt wurde. Der Bericht mit dem Titel „Aus der Krise lernen: Soziale Marktwirtschaft stärken“ wurde auf der Pressekonferenz der AG Mittelstand am 20. Mai 2010 im Sparkassenhaus in Berlin präsentiert. Am Abend des 20. Mai 2010 luden die mittelständischen Verbände



Wissen um die Bedeutung des Mittelstands für die Leistungsfähigkeit Deutschlands: Bundesumweltminister Norbert Röttgen (4.v.l.) und DEHOGA-Präsident Ernst Fischer (3.v.r.). Hier zusammen mit den Spitzen der AG Mittelstand am 20. Mai 2010 in Berlin.



Plattform für den Gedankenaustausch zwischen Politik und Wirtschaft: Der Parlamentarische Abend der Arbeitsgemeinschaft Mittelstand.



DEHOGA-Präsident Ernst Fischer (2.v.l.) und DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges beim Parlamentarischen Abend im Gespräch mit Ernst Burgbacher (l.), Parlamentarischer Staatssekretär beim Bundeswirtschaftsminister und Beauftragter der Bundesregierung für Mittelstand und Tourismus, und Eberhard Gienger MdB.

traditionell zu ihrem Parlamentarischen Abend. 350 Parlamentarier und weitere Gäste aus Politik und Wirtschaft folgten der Einladung der Arbeitsgemeinschaft in das Forum der DZ Bank AG und nutzten die Veranstaltung für weiterführende Gespräche und zur Intensivierung von Kontakten. Politischer Redner des Abends war Dr. Norbert Röttgen, Bundesminister für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit, der sich in seinem Grußwort klar zum Mittelstand bekannte. Insbesondere die mittelständischen Unternehmen mit ihren unternehmerischen Prinzipien seien es, die Deutschland in der Überwindung der Krise im Vergleich zu anderen Ländern einen erheblichen Vorteil verschafften. Die große Resonanz auf die Veranstaltung bewies einmal mehr die Bedeutung des Mittelstandes für Deutschland.

Darüber hinaus sorgen gemeinsame Positionspapiere zu aktuellen mittelstandsrelevanten Themen, Pressemitteilungen zu politischen Brennpunkten sowie regelmäßige Treffen der Hauptgeschäftsführer, Volkswirte und Pressesprecher für einen starken Auftritt der Arbeitsgemeinschaft Mittelstand in der Öffentlichkeit. Die Positionspapiere und Porträts der Mitglieder der Verbändekooperation finden sich auf der Internetadresse www.arbeitsgemeinschaft-mittelstand.de.



Zu Gast beim Mittelstand in Berlin: Dr. Norbert Röttgen, Bundesminister für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit.



hoga Unternehmensversorgung

hoga
UNTERNEHMERVERSORGUNG

Seit mehr als 60 Jahren bietet die hoga Unternehmensversorgung, eine anerkannte Sozialeinrichtung des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes und HDI-Gerling, umfassende Vorsorge- und Sicherungskonzepte. Die hoga Unternehmensversorgung kennt die speziellen Risiken in der Branche und hat für die berufliche und persönliche Sicherheit der Unternehmer, ihrer Mitarbeiter und Familien die besten Konzepte. Auch für die Absicherung des Betriebes hat die hoga Unternehmensversorgung genau zugeschnittene Lösungen entwickelt. Neben den bekannten Versicherungen für Berufsunfähigkeit, Kfz und Krankheit bietet sie ihnen maßgeschneiderte Investmentfonds und Baufinanzierungen an.

**Nachwuchsförderung
durch Integration
im Gastgewerbe**



hoga UNTERNEHMERVERSORGUNG

Zur Absicherung des Hotel- und Gastronomiebetriebes hat die hoga Unternehmensversorgung gemeinsam mit dem Partner HDI-Gerling das Compact-Komplettschutzpaket entwickelt, das das Unternehmen lückenlos und umfassend absichert und exakt auf die Risiken der Branche abgestimmt ist. Die hoga Unternehmensversorgung berät ihre Mitglieder an mehreren Servicestandorten.



hoga Unternehmensversorgung
Versorgungswerk des Deutschen
Hotel- und Gaststättengewerbes e.V.
Postfach 20 13 38
53143 Bonn
Fon 0228/37 40 27
Fax 0228/37 16 34
info@hoga-unternehmensversorgung.de
www.hoga-unternehmensversorgung.de

Vorsorgekonzepte
Compact-Komplettschutz
Kapitalaufbau
Betriebsversicherung

HAFTPFLICHTKASSE DARMSTADT

HAFTPFLICHTKASSE
DARMSTADT



HAFTPFLICHTKASSE DARMSTADT – der zuverlässige Spezialversicherer

Die HAFTPFLICHTKASSE DARMSTADT ist als Spezialversicherer für das Hotel- und Gaststättengewerbe weiterhin sehr erfolgreich im Markt tätig. Immer mehr gewinnen auch die Privat-Haftpflichtversicherung, Unfallversicherung sowie Hausratversicherung für Eigentümer, Inhaber und Mitarbeiter von Hotels und Gaststätten, aber auch für andere Personen an Bedeutung. Der Umsatz stieg 2009 erneut um 7,3 Prozent auf 81,3 Millionen Euro.

Ungewöhnlich viele Produktauszeichnungen und beste Testergebnisse belegen für den Markt die absolute Qualität und Leistungsfähigkeit unserer Versicherungsprodukte und unseres Unternehmens und stellen so eine überaus stabile Gewinnsituation sicher, die dazu führt, dass sich das Eigenkapital Jahr für Jahr auf jetzt knapp 47,2 Millionen Euro erhöht hat. Damit beläuft sich die Eigenkapitalquote auf 68,4 Prozent, ein wirklich

respektabler Wert. Über 200 Mitarbeiter stellen sicher, dass unseren Kunden höchste Bearbeitungsqualität und schnellstes Feedback garantiert werden kann. Dies beweisen die über 900.000 Einzelverträge, die wir derzeit im Hause führen.

Die HAFTPFLICHTKASSE DARMSTADT hat sich als anerkannter Spezialversicherer erfolgreich im Markt etabliert.

HAFTPFLICHTKASSE DARMSTADT,
Haftpflichtversicherung des
Deutschen Hotel- und
Gaststättengewerbes – VVaG
Arheilger Weg 5
64380 Roßdorf
Fon 06154/6 01-0
Fax 06154/6 01-22 88
info@haftpflichtkasse.de
www.haftpflichtkasse.de

INTERHOGA und DEHOGA Shop

Im Dienste des Gastgewerbes



In Berlin und im Internet: Ingrid Hartges und Marc Schnerr, beide Geschäftsführer bei der INTERHOGA, präsentieren den neuen DEHOGA Shop.

Die INTERHOGA, Gesellschaft zur Förderung des deutschen Hotel- und Gaststättengewerbes mbH, engagiert sich seit 1951 für das Gastgewerbe. Sie ist die Wirtschaftsgesellschaft des DEHOGA Bundesverbandes.

Vielfältiges Informationsangebot

Das vielfältige Informationsangebot der INTERHOGA steht jedem am Gastgewerbe Interessierten zur Verfügung. Die meisten Anfragen stammen von Unternehmern aus Hotellerie und Gastronomie, Existenzgründern, Mitarbeitern in der Branche, Unternehmensberatern, Finanzinstituten, wissenschaftlichen Einrichtungen, Studierenden, Zulieferfirmen des Gastgewerbes, Behörden und Medien.

Die INTERHOGA betreibt einen der führenden gastgewerblichen Fachverlage. Von der Checkliste für Existenzgründer über Betriebsvergleiche bis hin zu ausgewählten Spezialthemen wird eine große Bandbreite an informativer und unentbehrlicher Unternehmerliteratur angeboten. Neben Broschüren und Büchern zu aktuellen Themen des Gastgewerbes sind es vor allem die Sonderbroschüren, wie die Hygiene-Leitlinie, die bei Hoteliers und Gastronomen, der Zulieferindustrie und Beratungsgesellschaften besonderes Interesse hervorrufen.

Des Weiteren bietet der DEHOGA Shop der INTERHOGA auch Publikationen anderer führender Verlage, von Kochbüchern bis hin zu Ratgebern, und ist somit der ganzheitliche Dienstleister rund um die vielfältige Literatur zu den Themen Hotellerie, Gastronomie, Ausbildung, Trends, Design und Genuss.

Der neue DEHOGA Shop in Berlin und im Internet

Im November 2009 ist für die INTERHOGA eine neue Ära angebrochen. Im Regierungsviertel, direkt in Berlin-Mitte, wurde der erste „echte“ DEHOGA Shop eröffnet. Am Karlplatz 7 können sich Hoteliers und Gastronomen, Existenzgründer, Partner und Freunde des Gastgewerbes nun direkt über das Angebot der INTERHOGA informieren. Ein weiterer Meilenstein ist der zeitgleich gestartete, neue Internetauftritt des DEHOGA Shops (www.dehoga-shop.de). In modernem Design und technisch auf dem absolut neuesten Stand wird den Kunden aus dem Netz hier die Möglichkeit geboten, die Produkte und Dienstleistungen schnell und bequem per Mausclick zu entdecken.

DEHOGA
Shop



**Profis kaufen im
DEHOGA Shop**

Sonderkonditionen für DEHOGA-Mitglieder

www.dehoga-shop.de

Das DEHOGA-Sparbuch: attraktive, geldwerte Vorteile für Mitglieder

DEHOGA Sparbuch

Seit 2005 hat die INTERHOGA eine Reihe von Rahmen- und Vergünstigungsverträgen mit unterschiedlichen Anbietern abgeschlossen. Diese bieten allen Mitgliedsunternehmen des DEHOGA attraktive, geldwerte Vorteile. Besonders ansprechend sind die PKW-Konditionen vieler Hersteller, günstige Kreditkartenprovisionen, EC-Karten-Akzeptanz-Abschläge sowie der T-Mobile-Rahmenvertrag für Mobilfunk. Interessierte Hoteliers und Gastronomen finden sämtliche Vorteile im Internet unter www.dehoga-sparbuch.de. So beweist auch die INTERHOGA einmal mehr: Mitgliedschaft im DEHOGA lohnt und zahlt sich aus, in barer Münze.

Förderprogramme des Bundes

Bereits seit 1974 werden in der Leitstelle für Gewerbeförderungsmittel des Bundes die Förder-

programme für Betriebsberatungen sowie Informations- und Schulungsveranstaltungen für kleine und mittelständische Unternehmen erfolgreich umgesetzt. Unternehmen und Freiberufler können einen Zuschuss für Beratungen zu allen wirtschaftlichen, technischen, finanziellen, personellen und organisatorischen Fragen der Unternehmensführung erhalten (so genannte allgemeine Beratungen). Darüber hinaus werden Zuschüsse für eine Reihe spezieller Beratungen, wie Technologie-, Innovations-, Außenwirtschafts-, Kooperations- und Qualitätsmanagementberatungen, vergeben sowie für Beratungen zur Mitarbeiterbeteiligung und im Vorfeld eines Ratings (als spezielle Beratungen bezeichnet). Neben den bereits bestehenden Förderprogrammen zum Umweltschutz sind weitere Themen hinzugekommen. Beratungen zum Arbeitsschutz, speziell für Unternehmerinnen, zur Unternehmensführung für Migranten sowie zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf wurden in das Förderprogramm neu aufgenommen. Ausführliche Informationen zum Bundesprogramm und zur Antragstellung sind im Internet zu finden unter www.interhoga.de/foerderung.

So finden Sie den DEHOGA Shop

DEHOGA Shop
Karlplatz 7
10117 Berlin
Fon 030/59 00 99-850
Fax 030/59 00 99-851
bestellungen@interhoga.de
www.dehoga-shop.de

- ausgezeichnete Fachbücher
- hilfreiche Broschüren
- praktische Arbeitshilfen
- wasserdichte Verträge



www.dehoga-shop.de

Präsident

Ernst Fischer
frentzen@dehoga.de



Hauptgeschäftsführerin

Ingrid Hartges
hartges@dehoga.de



Britta Frentzen (Büro des Präsidenten/
Assistentin der Hauptgeschäftsführung)
frentzen@dehoga.de, Fon 030/72 62 52-20
Britta Berkenhagen (Assistentin)
berkenhagen@dehoga.de, Fon 030/72 62 52-54

Geschäftsbereiche

Verbandskommunikation

Stefanie Heckel (Pressesprecherin) -32
heckel@dehoga.de
Philipp Rust (Referent Neue Medien/Presse) -30
rust@dehoga.de
Melanie Junge-Beichle (Assistentin) -24
junge-beichle@dehoga.de

Recht und Steuern

RA Jürgen Benad (Geschäftsführer)
benad@dehoga.de
Tamara Marzinowski (Sekretariat) -56
marzinowski@dehoga.de

**Urheberrecht/
Hygiene/Umweltschutz**

RA Stephan Büttner (Stv. Geschäftsführer)
buettner@dehoga.de
Claudia Schneider (Sekretariat) -28
schneider@dehoga.de

Marketing/Statistik

Matthias Meier (Referent) -92
meier@dehoga.de
Marion Haase (Sekretariat) -86
haase@dehoga.de

**Arbeitsmarkt und -recht/Soziales/
Berufsbildung**

RA Sandra Warden (Geschäftsführerin)
warden@dehoga.de
Britta Berkenhagen (Sekretariat Berufsbildung)
berkenhagen@dehoga.de -54
Janet Walter (Sekretariat Arbeitsmarkt) -46
walter@dehoga.de

Finanz- und Rechnungswesen

Thomas Klein (Leitung) -40
klein@dehoga.de
Arite Barde (Buchhaltung) -38
barde@dehoga.de



Arite Barde



RA Jürgen Benad



Britta Berkenhagen



RA Stephan Büttner



Britta Frentzen

**Geschäftsführung
Fachbereich Gastronomie**

Ingrid Hartges (Hauptgeschäftsführerin)
Fon 030/72 62 52-20
hartges@dehoga.de

**Geschäftsführung
Fachbereich Hotellerie**

Markus Luthe (Hauptgeschäftsführer)
Fon 030/59 00 99 6-93
luthe@hotellerie.de



Markus Luthe

**Wir stehen Ihnen gerne unter der
Rufnummer 030/72 62 52-0 bzw. den
Durchwahlnummern zur Verfügung.**

Zentrale + Information

Heike Lehmann -0
info@dehoga.de

Fachabteilungen

Systemgastronomie

RA Sandra Warden (Geschäftsführerin)
warden@dehoga.de

Britta Berkenhagen (Sekretariat) -54
berkenhagen@dehoga.de

Bahnhofsgastronomie

RA Jürgen Benad (Geschäftsführer)
benad@dehoga.de

Tamara Marzinowski (Sekretariat) -65
marzinowski@dehoga.de

Gemeinschaftsgastronomie

RA Jürgen Benad (Geschäftsführer)
benad@dehoga.de

Tamara Marzinowski (Sekretariat) -56
marzinowski@dehoga.de

**Discotheken/
Bundesverband deutscher
Discotheken und Tanzbetriebe (BDT)**

RA Stephan Büttner (Geschäftsführer)
buettner@dehoga.de

Claudia Schneider (Sekretariat) -28
schneider@dehoga.de



Marion Haase



Stefanie Heckel



Melanie Junge-Beichle



Thomas Klein



Heike Lehmann



Tamara Marzinowski



Matthias Meier



Philipp Rust



Claudia Schneider



Janet Walter



RA Sandra Warden

Impressum

Herausgeber

Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V. (DEHOGA Bundesverband)

Verbändehaus Handel-Dienstleistung-Tourismus

Am Weidendamm 1A

10117 Berlin

Fon 030/72 62 52-0

Fax 030/72 62 52-42

info@dehoga.de

www.dehoga.de

Präsident

- Ernst Fischer

Hauptgeschäftsführerin

- Ingrid Hartges

Konzeption, Redaktion und Koordination

- Stefanie Heckel
- Nicole von Stockert
- Philipp Rust
- Melanie Junge-Beichle

Redaktionsschluss: 31. Oktober 2010

Gestaltung

pantamedia communications GmbH

Friedrichstraße 135a

10117 Berlin

www.pantamedia.com

Titelfoto: © DZT/Joachim Messerschmidt

Berlin, November 2010

Die Mitgliedsverbände des DEHOGA Bundesverbandes

LANDESVERBÄNDE

Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Baden-Württemberg e.V.

Augustenstraße 6
70178 Stuttgart
Fon 0711/6 19 88-0
Fax 0711/61 64 46
info@dehogabw.de
www.dehogabw.de

Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern e.V.

Türkenstraße 7
80333 München
Fon 089/28 76 0-0
Fax 089/28 76 0-111
info@dehoga-bayern.de
www.dehoga-bayern.de

Hotel- und Gaststättenverband Berlin e.V. (DEHOGA Berlin)

Keithstraße 6
10787 Berlin
Fon 030/31 80 48-0
Fax 030/31 80 48-28
info@dehoga-berlin.de
www.dehoga-berlin.de

Deutscher Hotel- und Gaststätten- verband Brandenburg e.V.

Schwarzschildstraße 94
14480 Potsdam
Fon 0331/86 23 68
Fax 0331/86 23 81
info@dehoga-brandenburg.de
www.dehoga-brandenburg.de

Deutscher Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bremen e.V.

Hinter dem Schütting 8
28195 Bremen
Fon 0421/3 35 90-0
Fax 0421/32 44 73
info@dehoga-bremen.de
www.dehoga-bremen.de

DEHOGA Hamburg, Hotel- und Gaststättenverband e.V.

Hallerstraße 22
20146 Hamburg
Fon 040/41 34 30-6
Fax 040/41 34 30-88
info@dehoga-hamburg.de
www.dehoga-hamburg.de

Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Hessen e.V.

Auguste-Viktoria-Straße 6
65185 Wiesbaden
Fon 0611/9 92 01-0
Fax 0611/9 92 01-22
info@dehoga-hessen.de
www.dehoga-hessen.de

DEHOGA Lippe e.V.

Arminstraße 11
32756 Detmold
Fon 05231/2 24 33
Fax 05231/3 92 75
info@dehoga-lippe.de
www.dehoga-lippe.de

DEHOGA Mecklenburg-Vorpommern e.V. Deutscher Hotel- und Gaststätten- verband/Landesverband Mecklenburg-Vorpommern

Grüne Straße 12
19055 Schwerin
Fon 0385/5 92 55-0
Fax 0385/5 92 55-20
sekretariat@dehoga-mv.de
www.dehoga-mv.de

Deutscher Hotel- und Gaststättenverband Niedersachsen e.V.

Yorckstraße 3
30161 Hannover
Fon 0511/33 70 6-0
Fax 0511/33 70 6-29
landesverband@dehoga-niedersachsen.de
www.dehoga-niedersachsen.de

DEHOGA Nordrhein-Westfalen e.V.

Hammer Landstraße 45
41460 Neuss
Fon 02131/75 18-200
Fax 02131/75 18-201
info@dehoga-nrw.de
www.dehoga-nrw.de

DEHOGA Rheinland-Pfalz Landesverband Hotel- und Gaststättengewerbe e.V.

Am Brückes 18
55545 Bad Kreuznach
Fon 0671/2 98 32 72-0
Fax 0671/2 98 32 72-20
info@dehoga-rlp.de
www.dehoga-rlp.de

DEHOGA Saarland Hotel- und Gaststättenverband e.V.

Feldmannstraße 26
66119 Saarbrücken
Fon 0681/5 54 93
Fax 0681/5 23 26
info@dehogasaar.de
www.@dehogasaar.de

DEHOGA Sachsen e.V. Hotel- und Gaststättenverband

Tharandter Straße 5
01159 Dresden
Fon 0351/4 28 98 10
Fax 0351/4 28 98 28
info@dehoga-sachsen.de
www.dehoga-sachsen.de

DEHOGA Sachsen-Anhalt e.V.

Kantstraße 3
39104 Magdeburg
Fon 0391/5 61 71 93
Fax 0391/5 61 71 94
magdeburg@dehoga-sachsen-anhalt.de
www.dehoga-sachsen-anhalt.de

DEHOGA Schleswig-Holstein e.V.

Hamburger Chaussee 349
24113 Kiel
Fon 0431/65 18 66
Fax 0431/65 18 68
info@dehoga-sh.de
www.dehoga-sh.de

DEHOGA Thüringen e.V.

Futterstraße 14
99084 Erfurt
Fon 0361/5 90 78-0
Fax 0361/5 90 78-10
info@dehoga-thueringen.de
www.dehoga-thueringen.de

FACHVERBÄNDE

Hotelverband Deutschland (IHA) e.V.

Verbändehaus
Handel-Dienstleistung-Tourismus
Am Weidendamm 1A
10117 Berlin
Fon 030/59 00 99 69-0
Fax 030/59 00 99 69-9
office@hotellerie.de
www.hotellerie.de

UNIPAS Union der Pächter von Autobahn-Service-Betrieben e.V.

Stiftstraße 35
32427 Minden
Fon 0571/88 60 8-0
Fax 0571/88 60 8-20
info@unipas.de
www.unipas.de

V.I.C. Verband der Internationalen Caterer in Deutschland e.V.

Verbändehaus
Handel-Dienstleistung-Tourismus
Am Weidendamm 1A
10117 Berlin
Fon 030/72 62 52-0
Fax 030/72 62 52-42
benad@dehoga.de
www.dehoga.de

Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V. (DEHOGA Bundesverband)

Besucheranschrift: Verbändehaus Handel-Dienstleistung-Tourismus
Am Weidendamm 1A, 10117 Berlin

Postanschrift: 10873 Berlin
Fon 030/72 62 52-0
Fax 030/72 62 52-42
info@dehoga.de
www.dehoga.de