



DEHOGA-Jahrbuch 2012

Gastronomie und Hotellerie in Deutschland



DEHOGA
BUNDESVERBAND

Das Gastgewerbe in Zahlen

1,7 **77.000**

Millionen Beschäftigte

Auszubildende

183.000

Gastronomische Betriebe

394 **47.000**

Millionen Übernachtungen im Jahr 2011

Beherbergungsbetriebe

65,3 **12,0**

Milliarden Jahresnettoumsatz

Milliarden Besuche pro Jahr
im Außer-Haus-Markt

Das Jahrbuch des DEHOGA Bundesverbandes

**Gastronomie und Hotellerie
in Deutschland 2012**



Grußwort

Sehr geehrte Damen und Herren,

der DEHOGA Bundesverband ist seit über 60 Jahren die gewichtige – und vielgehörte! – Stimme des deutschen Hotel- und Gaststättengewerbes gegenüber der Politik, den Medien und der Öffentlichkeit. Der Bundesverband und seine Landesverbände bieten den mehr als 75.000 Mitgliedern eine Plattform zur aktiven Mitgestaltung, Formulierung und Vertretung der Interessen.

Von immer größerer Bedeutung wird für die Industrie und Wirtschaft – und eben auch für die Hotellerie und die Gaststättenwirtschaft – die Energiefrage. Diese ist in der Tat in vielerlei Hinsicht eine der größten Herausforderungen, denen sich Europa stellen muss: ob es um die Sicherstellung wettbewerbsfähiger Energiepreise geht, um die zukünftige Klimaschutzpolitik, um die Investition in neue Energie-Infrastrukturen oder die Verringerung der Abhängigkeit von Energie-Importen in die Europäische Union – diese Herausforderungen erfordern ein entschlossenes Handeln schon heute.

Zwei Punkte sind dabei von besonderer Bedeutung: der gemeinsame europäische Binnenmarkt und eine verstärkte Energieeffizienz.

Beim Energiebinnenmarkt muss die vollständige Integration erreicht werden: Wie es heute selbstverständlich ist, dass wir Produkte aus anderen Mitgliedstaaten importieren und umgekehrt Export von deutscher Produktion in den EU-Markt die Grundlage unseres ökonomischen Erfolges geworden ist, so sollte es auch möglich sein, Strom und Gas grenzüberschreitend zu beziehen. Ein so gestärkter Wettbewerb wird die Preise senken und das Angebot erhöhen. Noch existierende nationale Grenzen behindern die Umsetzung der Vorteile des Binnenmarktes und daher auch eine verstärkte



Günther H. Oettinger

Wettbewerbsfähigkeit unserer Industrie. Wir sollten solche Hemmnisse, die die Energieströme innerhalb der EU behindert, nicht mehr länger hinnehmen.

Der zweite relevante Punkt betrifft die Energieeffizienz: Hier könnten Bürger und Unternehmen gleichermaßen Geld sparen. Schätzungen zufolge kann ein Haushalt durch verstärkte Energieeffizienz im Durchschnitt seine Energiekosten um bis zu 1.000 EUR pro Jahr reduzieren. Mit der in diesem Jahr verabschiedeten Energieeffizienz-Richtlinie haben wir das Ziel der Energieeinsparungen klarer gefasst und innovative Lösungen für unmittelbare und langfristige Maßnahmen festgelegt.

Diese zentralen Maßnahmen werden es uns erlauben, die europäische Energiepolitik in den kommenden Monaten weiter zum Nutzen von Verbrauchern, Arbeitnehmern und Industrie voranzutreiben. Ich zähle hier auf die konstruktive Unterstützung des DHEOGA Bundesverbandes, seiner Landesverbände und seiner vielen tüchtigen Mitglieder.

Ihnen allen wünsche ich ein gesundes und erfolgreiches Jahr 2013.

Günther H. Oettinger
EU-Kommissar für Energie

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 rund 1,7 Millionen Beschäftigte sowie knapp 80.000 Auszubildende. Die Branche ist einer der Hauptleistungsträger der deutschen Tourismusindustrie, Zugmaschine des Mittelstands und einer der größten Jobmotoren Deutschlands. Im August 2012 gab es in unserer Branche über 913.000 sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze – so viele wie noch nie!

Die Finanz- und Eurokrise dominiert das politische und mediale Geschehen. Aber eine Krise kann auch für Verbesserungen genutzt werden. Gerade in diesen Zeiten ist es wichtig, mit Zuversicht in die Zukunft zu blicken. Und das können wir auch selbstbewusst tun: Deutschland liegt als Reiseland in der Gunst der Gäste aus nah und fern ganz vorne. Wir haben den stärksten Binnentourismus in Europa! Die Zahl der Gäste aus dem Inland stieg in den ersten neun Monaten des Jahres 2012 um drei Prozent. Und es kommen immer mehr Touristen aus dem Ausland, in diesem Jahr verzeichneten wir von Januar bis September ein Plus von acht Prozent! Zu dieser Anziehungskraft trägt unsere Branche maßgeblich bei. Denn Gastronomen und Hoteliers sind die Gastgeber Deutschlands!

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



Ernst Fischer
Präsident DEHOGA Bundesverband



Ernst Fischer



Ingrid Hartges

einen bedeutenden Beitrag für den Wirtschaftsstandort Deutschland leisten. Wir machen uns deshalb ganz besonders dafür stark, dass die politischen Rahmenbedingungen für die Branche weiter verbessert werden. Ob Verbraucherschutz und Hygieneampel, die neuen GEMA-Tarife oder die Debatte um die Mehrwertsteuer – selten war die Agenda des DEHOGA voller, aber auch spannender. Dass der DEHOGA mit seiner Arbeit erfolgreich ist, bewies im Sommer 2012 das Urteil des Bundesverwaltungsgerichts zum Thema Bettensteuer.

Das Jahr 2013 wird vom Bundestagswahlkampf dominiert werden. Mit unserer neu gestarteten Kampagne „Fair schmeckt's besser!“ (auch in Kapitel 2) wollen wir in den kommenden Monaten für die steuerliche Gleichbehandlung von Speisen unabhängig vom Ort des Verzehrs und der Art der Zubereitung kämpfen. 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.

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



Ingrid Hartges
Hauptgeschäftsführerin DEHOGA Bundesverband

Herausgeber

Deutscher Hotel- und Gaststätten-
verband 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

- Benedikt Wolbeck, stellv. Pressesprecher
- Melanie Junge-Beichle, PR-Assistentin

Redaktionsschluss

Januar 2013

Gestaltung

pantamedia communications GmbH
Friedrichstraße 135a
10117 Berlin
www.pantamedia.com

Berlin, Januar 2013

Fotonachweise

- Titel: CandyBox Images - Fotolia.com
WavebreakmediaMicro - Fotolia.com
Minerva Studio - Fotolia.com
visitBerlin | Scholvien
- S. 7: Fotosearch 2012
S. 8-22: Thomas Fedra
S. 32: Flairhotel Reichsküchenmeister
S. 34: BEST WESTERN Hotel Der Föhrenhof, Hannover
S. 35: Kzenon – Fotolia
S. 36: CandyBox Images – Fotolia
S. 39: Uwe Steinbrich – pixelio.de
S. 40: Marianne J. – pixelio.de
S. 41: Hotelverband Deutschland/Best Western
Premier Hotel Steubenhof, Mannheim
S. 51: Anja Müller – pixelio.de
S. 52: BeTa-Artworks – Fotolia
S. 58: ECOLAB
S. 64: gänseblümchen – pixelio.de
S. 66: EVVC
S. 70: Hotel Mooshof, Bodenmais
S. 71: DEHOGA/Cordula Giese
S. 73: Petra Bork – pixelio.de
S. 75: Rainer Sturm – pixelio.de
S. 75: KFM – pixelio.de
S. 76: Michael Grabscheit – pixelio.de
S. 79: Hotelverband Deutschland/
Victor´s Residenz-Hotels
S. 82: Udo Kruse – fotolia
S. 85: apetito, Rheine
S. 90: Paul-Georg Meister – pixelio.de
S. 91: CandyBox Images – Fotolia
S. 92: Deutsche Bahn
S. 93: Mariocopa – pixelio.de
S. 96: Julian Christ – pixelio
S. 97: Klaus Niester
S. 98: Dussmann Gruppe/Peter Eichler
S. 98: Rainer Sturm – pixelio.de
S. 99: Fotosearch 2012
S. 103: Tank & Rast
S. 104: Tank & Rast
S. 105: g.-konzept.de – Fotolia.com
S. 111: M.E. – pixelio
S. 114: Reinhard Grieger – pixelio.de
S. 116: Novotel Hamburg Alster
S. 141: RSHB
S. 146: DZT/Katrin Heyer
S. 147: Rheinland-Pfalz Tourismus/D. Ketz
S. 147: DZT/Gert Mothes
S. 148: ZDH/Werner Schüring
S. 149: ZDH/Werner Schüring
S. 151: Yuri Arcus – Fotolia.com
S. 155: DZT/Landeshauptstadt Mainz
S. 156: Café Reinhard´s am Kurfürstendamm/
Wolfgang Scholvien
S. 161: Brian Jackson – Fotolia.com
S. 162: DEHOGA/Alois Müller
S. 165: Hotel Mooshof, Bodenmais
S. 166: Hotel Mooshof Bodenmais
S. 166: Meininger Hotel Berlin Airport/Toni Meyer
S. 167: DZT/Barbara Neumann
S. 168: HR-WEBSELLING – pixelio.de

Inhalt

1. DEHOGA – Sprachrohr der Branche	7
1.1 Höhepunkte im DEHOGA-Jahr	8
1.2 Initiativkreis Gastgewerbe	21
1.3 Der DEHOGA und die Politik	25
1.4 Der DEHOGA für die Branche	26
1.5 Der DEHOGA im Blickpunkt der Medien	29
2. Top-Themen der Branche	31
2.1 Mehrwertsteuer und Bettensteuern	32
2.2 Recht und Steuern	39
2.3 Fach- und Arbeitskräftesicherung	42
2.4 Berufsaus- und Weiterbildung	43
2.5 Arbeitsmarkt- und Tarifpolitik	49
2.6 Lebensmittelhygiene und -kennzeichnung	58
2.7 Umweltschutz und Nachhaltigkeit	62
2.8 Urheberrecht und Rundfunkgebühren	66
3. Fokus Gastronomie	71
3.1 Alkoholpolitik und Jugendschutz	72
3.2 Gaststättenrecht	75
3.3 Beirat Gastronomie	78
4. Fokus Hotellerie	79
4.1 Klassifizierungen	80
4.2 Deutscher Hotelführer	84
5. Aus unseren Fachabteilungen	85
5.1 Fachabteilung Systemgastronomie	86
5.2 Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie	90
5.3 Fachabteilung Bahnhofsgastronomie	92
5.4 Fachabteilung Discotheken/ Bundesverband deutscher Discotheken und Tanzbetriebe e.V. (BDT)	95
5.5 Fachabteilung Catering	98
6. Aus unseren Fachverbänden	99
6.1 Hotelverband Deutschland (IHA)	100
6.2 UNIPAS	103



1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11

7. Aus den DEHOGA-Landesverbänden 105

- 7.1 Baden-Württemberg 106
- 7.2 Bayern 108
- 7.3 Berlin 110
- 7.4 Brandenburg 112
- 7.5 Bremen 114
- 7.6 Hamburg 116
- 7.7 Hessen 118
- 7.8 Lippe 120
- 7.9 Mecklenburg-Vorpommern 122
- 7.10 Niedersachsen 124
- 7.11 Nordrhein-Westfalen 126
- 7.12 Rheinland-Pfalz 128
- 7.13 Saarland 130
- 7.14 Sachsen 132
- 7.15 Sachsen-Anhalt 134
- 7.16 Schleswig-Holstein 136
- 7.17 Thüringen 138
- 7.18 Die Mitgliedsverbände des DEHOGA Bundesverbandes 140

8. Netzwerke und Partner 141

- 8.1 HOTREC 142
- 8.2 Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW) 144
- 8.3 Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) 146
- 8.4 Arbeitsgemeinschaft Mittelstand 148
- 8.5 hoga Unternehmensversorgung 150
- 8.6 Haftpflichtkasse Darmstadt 150

9. DEHOGA Shop & DEHOGA Sparbuch 151

10. Markt und Konjunktur 155

- 10.1 Wirtschaftliche Lage des Gastgewerbes 156
- 10.2 Entwicklungen in der Systemgastronomie 162
- 10.3 Entwicklungen in der Gemeinschaftsgastronomie 164
- 10.4 Trends und Perspektiven für die Branche 165

11. Ihre Ansprechpartner 169

- 11.1 Ihre Ansprechpartner in der DEHOGA-Hauptgeschäftsstelle in Berlin 170
- 11.2 Das Präsidium des DEHOGA Bundesverbandes ... 172



Der DEHOGA – ein starker Verband

Der DEHOGA Bundesverband macht sich stark für die Branche. Über Stellungnahmen und Reden, Broschüren und persönliche Gespräche bringt er die berechtigten Anliegen der Gastronomen und Hoteliers in die politische Diskussion ein und verschafft der Stimme der Unternehmer Gehör. Er sensibilisiert die Politik, unterstützt seine Mitglieder und wirbt für die Branche. Er kämpft für die Interessen der Gastronomen und Hoteliers in Deutschland und für eine Politik, die unternehmerisches Handeln nicht bestraft, sondern belohnt. Neben der klassischen Interessenvertretung von Gastronomen und Hoteliers in Deutschland ist die aktive Mitgestaltung der Gesellschaft ein wichtiger Bestandteil der Arbeit des DEHOGA Bundesverbandes. Aus diesem Grund ist der DEHOGA Initiator und Begleiter diverser Aktionen und Kampagnen.

Höhepunkte im DEHOGA-Jahr

Mit zahlreichen hochkarätig besetzten und unterhaltsam-informativen Veranstaltungen konnte der DEHOGA Bundesverband im Jahr 2012 punkten. Ob Branchentag oder Forum Systemgastronomie, ob Deutsche Jugendmeisterschaften oder HOGATEC-Auftritt – der DEHOGA hat der Branche mit all diesen Events eine gewichtige Stimme in Gesellschaft und Politik verschafft. Blicken Sie mit uns zurück auf die erfolgreichen Veranstaltungen des DEHOGA.

DEHOGA-Branchentag 2012

Ein unterhaltsames Programm, hochkarätige Referenten – von Günter Oettinger bis Uli Hoeneß – sowie kulinarische und musikalische Leckerbissen haben für zufriedene Gäste und einen äußerst erfolgreichen DEHOGA Branchentag 2012 am 6. November im Maritim Hotel Berlin gesorgt. DEHOGA-Präsident Ernst Fischer rief die Branche dazu auf, optimistisch in die Zukunft zu blicken. Die aktuelle wirtschaftliche Entwicklung sei gut – trotz aller Berichte und Entwicklungen rund um die europäische Finanz- und Euro-Krise. Im Hinblick auf die aktuellen politischen und gesellschaftlichen Herausforderungen – von der anhaltenden Mehrwertsteuere Diskussion über Hygieneampel und GEMA-Tarifreform bis hin zum Mindestlohn – kündigte Fischer an, dass der DEHOGA sich weiterhin mit allen zur Verfügung stehenden Mitteln für Lösungen im Sinne der Branche stark machen werde.



Hielt eine beeindruckende Rede auf dem Branchentag: EU-Energiekommissar Günther Oettinger.

EU-Energiekommissar Günther Oettinger erklärte den mehr als 700 Gästen, dass man aus seiner Sicht nur mit der EU die Welt von morgen gestalten könne. Griechenland sei derzeit nicht das Hauptproblem, die Griechen trügen nur drei Prozent zu den Schulden in der gesamten EU bei. Deutschland allerdings sei niemals stärker als jetzt gewesen. Von Arroganz riet Oettinger jedoch ab. Deutschland sollte selbstbewusst, aber demütig agieren, so seine Forderung. Der EU-Kommissar hob in seiner Rede auch die Relevanz des Gastgewerbes hervor. „Was bei Ihnen erwirtschaftet wird, kann man nicht exportieren. So sehr wir Hightech benötigen, so sehr benötigen wir die Gastronomie.“ Die Teilnehmer bedankten sich mit Standing Ovationen für seine klaren Worte.



DEHOGA-Präsident Ernst Fischer begeisterte das Publikum mit seinen engagierten Worten.



Sehr unterhaltsam und kurzweilig präsentierte sich die Podiumsrunde zum Thema Werte und Tugenden. Hier zusammen mit DEHOGA-Präsident Ernst Fischer (r.), der Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges (2.v.l.) und Moderator Dr. Hajo Schumacher (l.).



Das Aufregetherema Nummer 1, die GEMA-Gebühren, wurde natürlich auch auf dem Branchentag diskutiert.

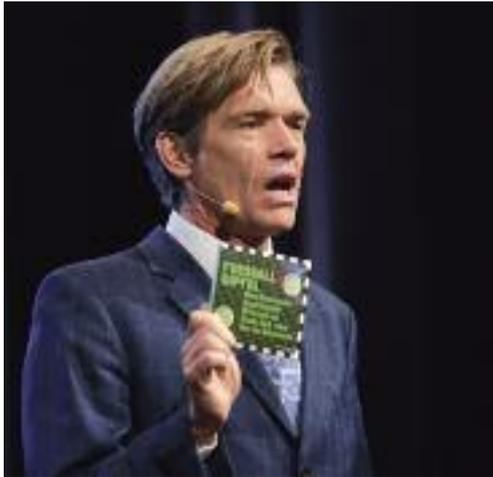


Verstanden sich auf dem Branchentag prächtig: Uli Hoeneß und Dr. Claus Stauder (r.), Vorsitzender des Initiativkreises Gastgewerbe und Inhaber der gleichnamigen Privatbrauerei.

In der GEMA-Runde punktete die Bundestagsabgeordnete Gitta Connemann mit hervorragender Sachkenntnis. Connemann, Vorstandsmitglied des Parlamentskreises Mittelstand der CDU/CSU-Bundestagsfraktion, teilte die Kritik des DEHOGA an der GEMA-Tarifreform in vielen Punkten und versprach Unterstützung im Hinblick auf die geforderte Änderung der Gesetzgebung. BDT-Präsident Ulrich Weber, der Geschäftsführer des Wintergarten Varietés Berlin, Georg Strecker, und BDT-Geschäftsführer Stephan Büttner führten den Teilnehmern noch einmal die völlig unverhältnismäßigen und teilweise existenzbedrohenden Belastungen vor



Für Standing Ovations sorgte die Rede von EU-Kommissar Günther Oettinger.



Durch den DEHOGA-Branchentag führte der renommierte Journalist, Autor und Fernsehmoderator Dr. Hajo Schumacher.

Augen, die die Tarifreform mit sich bringen würde. GEMA-Vorstandsmitglied Georg Oeller verteidigte das Vorhaben der GEMA, überzeugen konnte er im Saal aber offensichtlich niemanden, wie zahlreiche Reaktionen des Publikums zeigten.

Die Podiumsrunde mit Bayern-München-Präsident Uli Hoeneß und den Spitzenpolitikern Wolfgang Bosbach (CDU), Rainer Brüderle (FDP), Hubertus Heil (SPD) und Claudia Roth (Bündnis 90/Die Grünen) war sich einig, dass das persönliche Zusammenreffen – zum Beispiel in Gaststätten – auch in Zukunft ein wichtiger Baustein unserer Gesellschaft sein wird. Auch in dem Punkt, dass sich Politik wieder stärker den Inhalten widmen und sich mehr auf „echte“ gesellschaftliche Probleme fokussieren

muss, war man sich weitestgehend einig in diesem höchst unterhaltsamen Schlagabtausch.

Die Bedeutung von Sternen sowie aktuelle Trends auf dem Teller standen im Fokus der Diskussionsrunde mit den Spitzenköchen Frank Buchholz, Karlheinz Hauser und Tim Mälzer sowie dem Goldmedaillengewinner der Köche bei den diesjährigen Deutschen Jugendmeisterschaften in den gastgewerblichen Ausbildungsberufen, Alexander



Starkoch Tim Mälzer fühlte sich inmitten der Miniköche sichtlich wohl.



Präsentierte sich als beschlagene Kennerin der GEMA-Thematik: Gitta Connemann, Vorstandsmitglied des Parlamentskreises Mittelstand der CDU/CSU-Bundestagsfraktion.



BDT-Präsident Ulrich Weber präsentierte sich beim GEMA-Talk eloquent und kämpferisch.

Neuberth. Die Köche zeigten auf, dass die Sterneküche einen wichtigen Beitrag zur Weiterentwicklung der Branche leistet und deshalb auch in Zukunft ihren Platz in der bunten Gesamtheit des Gastgewerbes finden sollte und wird. Einer der Höhepunkte des Tages war sicherlich auch der Auftritt von rund 90 Miniköchen, die nicht nur mit investigativen Fragen an die Spitzenköche punkteten, sondern den Gästen mit Waffeln und dem Servieren der Vorspeise während der Branchenparty auch ihr Können unter Beweis stellten. Der Lohn war nicht nur tosender Applaus, sondern auch 5.000 Euro, die die hoga Unternehmensversorgung dem Projekt spendete. Der Regierende Bürgermeister von Berlin, Klaus Wowereit, sowie der Vorsitzende des Ausschusses für Wirtschaft und Technologie, Ernst Hinsken, MdB, machten dem Gastgewerbe im Rahmen der Branchenparty mit Grußworten ihre Aufwartung.

Auch Ernst Burgbacher, Parlamentarischer Staatssekretär beim Bundesminister für Wirtschaft und Technologie und Beauftragter der Bundesregierung für Mittelstand und Tourismus, verwies auf die große Bedeutung des Tourismus für den Arbeitsmarkt und den Standort Deutschland und verteidigte den reduzierten Mehrwertsteuersatz für die Hotels.

Gerd Müller, Parlamentarischer Staatssekretär im Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, warb für mehr Wertschätzung für Lebensmittel und die gute Arbeit in den Betrieben.

Krönender Abschluss des Tages war die Branchenparty am Abend mit einem Grußwort von Berlins Regierendem Bürgermeister Klaus Wowereit, dem umjubelten Auftritt der Miniköche sowie der ABBA-Cover-Band und der Radio SIC-Band aus dem Estrel-Programm „Stars in Concert“.



01



02



03

01 Ein Kenner der Tourismuswirtschaft: Ernst Burgbacher, Parlamentarischer Staatssekretär beim Bundesminister für Wirtschaft und Technologie und Beauftragter der Bundesregierung für Mittelstand und Tourismus.

02 Plädierte für mehr Wertschätzung angesichts der Leistungen der Branche: Gerd Müller, Parlamentarischer Staatssekretär im Bundesverbraucherministerium.

03 Spricht in seinem Grußwort pointiert über die Bedeutung von Hotellerie und Gastronomie: Berlins Regierender Bürgermeister Klaus Wowereit.

Impressionen vom DEHOGA-Branchentag 2012





03

01 Hatten auf dem Branchentag 2012 sichtlich Freude: DEHOGA-Präsident Ernst Fischer, EU-Kommissar Günther Oettinger und DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges.

02 Wolfgang Bosbach, Vorsitzender des Innenausschusses des Bundestages, gibt seine Haltung zu Werten und Tugenden kund. Grünen-Chefin Claudia Roth schaut da eher skeptisch.

03 Die Talkrunde zum Thema Werte und Tugenden war nicht nur hochkarätig besetzt, sondern auch hochkarätig unterhaltsam.

04 Für gute Unterhaltung an diesem Tag sorgte der selbsternannte Ermutiger und Überlebensberater Johannes Warth.

05 Dank Johannes Warth kam der Humor auf dem Branchentag nicht zu kurz, wie man an den Gesichtern von Peter Verhoeven (l.), Chief Operating Officer ibis brands Europe, und Michael Mücke, Vorsitzender der Geschäftsführung Deutschland, sehen an.

06 Uli Hoeneß, hier mit FDP-Fraktionschef Rainer Brüderle (r.), ist ein Freund klarer Worte: Dies wurde auch auf dem Branchentag deutlich, als der Bayern München-Präsident das schlechte öffentliche Bild der Politik rügte.

07 Gut, dass die Bühne im Maritim Hotel so groß war: Rund 90 Miniköche eroberten am Ende des Branchentages die Bühne, stellten den Spitzenköchen Fragen und verteilten Backwaren. Sehr zur Freude von Jürgen Mädger, Aufsichtsratsvorsitzender der Miniköche, Gräfin Bettina Bernadotte von der Mainau GmbH und Moderator Dr. Hajo Schumacher (v.r.).

08 Zwei, die sich verstehen: Starkoch Tim Mälzer (l.) sprach auf dem Branchentag lange mit Alexander Neubert, dem Goldmedaillengewinner der Köche bei den Deutschen Jugendmeisterschaften 2012.

09 Auch Berlin Regierender Bürgermeister, Klaus Wowereit (l.), zeigte sich auf der Branchenparty von den Leistungen der Miniköche um Jürgen Mädger begeistert.



06



08



09

Impressionen vom DEHOGA-Branchentag 2012



01 DEHOGA-Präsident Ernst Fischer konnte auf dem Branchentag auch Marlene Mortler, Tourismuspolitische Sprecherin der CDU/CSU-Bundestagsfraktion, begrüßen.

02 DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges, Berlins Regierender Bürgermeister Klaus Wowereit und Dr. Monika Gommola (v.l.), Aufsichtsratsvorsitzende der Maritim Hotelgesellschaft mbH, freuten sich das unterhaltsame Abendprogramm der Branchenparty.

03 Experten unter sich: Die Spitzenköche Frank Buchholz, Tim Mälzer und Karlheinz Hauser mit DEHOGA-Präsident Ernst Fischer (v.l.).

04 Klaus Schwan, Interhoga-Geschäftsführer, Thomas Hirschberger, Vorsitzender der Fachabteilung Systemgastronomie und stellvertretender DEHOGA-Präsident, mit Gattin Gunilla, Sausalitos, sowie Fritz G. Dreesen, Vorsitzender Hotelverband Deutschland (v.l.) amüsierten sich prächtig.

05 DEHOGA-Präsident Ernst Fischer, Gräfin Bettina Bernadotte von der Mainau GmbH und Dr. Monika Gommola, Aufsichtsratsvorsitzende der Maritim Hotelgesellschaft mbH (v.l.), genossen die entspannte Atmosphäre der Branchenparty.

06 Auch in Zeiten von Facebook und Twitter geht nichts über das persönliche Gespräch: (v.l.) André Witschi, Präsidialmitglied des DEHOGA Bundesverbandes, Marlene Mortler, Tourismuspolitische Sprecherin der CDU/CSU-Bundestagsfraktion, sowie Ingbert Liebing, Obmann der CDU/CSU-Bundestagsfraktion im Ausschuss für Tourismus.

07 Lothar Menge, Vertriebsdirektor Gastronomie bei der Warsteiner Brauerei, und Catharina Cramer, Geschäftsführende Gesellschafterin der Warsteiner Brauerei, genehmigten sich – natürlich – ein Warsteiner Pils.

08 Auch der DEHOGA Bayern war stark vertreten: Angela Inselkammer, 1. Vizepräsidentin des DEHOGA Bayern, und ihr Mann Franz führen zusammen den traditionsreichen Betrieb „Brauereigasthof Hotel Aying“.

09 Zulieferindustrie trifft Trendexperten: (v.l.) Rainer Noll, Vertriebsdirektor Außer-Haus-Markt der Bitburger Braugruppe, und Max Boller, Vorsitzender der Geschäftsführung von NESTLÉ PROFESSIONAL, im Gespräch mit Pierre Nierhaus, Pierre Nierhaus Consulting GmbH.

10 Die Branchenparty bietet die ideale Plattform für anregende Gespräche, hier diskutieren Klaus Schwan, INTERHOGA-Geschäftsführer (l.), und Axel Fischer.

11 Die ABBA-Cover-Band aus dem Estrel-Programm „Stars in Concert“ sorgte am Abend für fantastische Stimmung. Zu Hits wie „Waterloo“ und „Mamma Mia“ wurde ausgiebig das Tanzbein geschwungen.

12 Die Tanzfläche war nach dem hervorragenden Menü bis in die Morgenstunden gut gefüllt.





Delegiertenversammlung

Die Delegiertenversammlung hat am 5. Dezember 2012 Ernst Fischer für weitere vier Jahre als Präsident des DEHOGA Bundesverbandes bestätigt. Der Inhaber des Landhotel Hirsch in Tübingen war erstmals im November 2000 zum Präsidenten gewählt worden.

Als Vizepräsident steht ihm nun Guido Zöllick, Präsident des DEHOGA Mecklenburg-Vorpommern und General Manager des Hotels NEPTUN in Warnemünde, zur Seite. Neuer Schatzmeister des DEHOGA Bundesverbandes ist Gereon Haumann, Präsident des DEHOGA Rheinland-Pfalz und Geschäftsführer des Familien-Hotels Hochwald in Horath/Hunsrück. Er löst Rose Pauly ab, die 28 Jahre lang als Schatzmeisterin für den Verband tätig war. Pauly wurde für ihre außerordentlichen Verdienste zum Ehrenmitglied des Präsidiums gewählt.

In das DEHOGA-Präsidium wählten die Delegierten Ulrich N. Brandl (Präsident des DEHOGA Bayern und Inhaber des Ulrichshofs im Bayerischen Wald), Hermann Kröger (Präsident des DEHOGA Nieder-

sachsen und Inhaber und Betreiber von Krögers Hotel in Esens/Ostfriesland), Olaf Offers (Präsident des DEHOGA NRW und Senior Consultant Lindner Hotels AG) sowie Peter Schmid (Präsident des DEHOGA Baden-Württemberg und Inhaber und Betreiber vom Hotel Graf Eberhard in Bad Urach).

Im Vorfeld der Delegiertenversammlung waren bereits die Vertreter der Fachbereiche Gastronomie und Hotellerie in ihren Gremien gewählt worden. Für die Hotellerie sind das Fritz G. Dreesen (Vorsitzender des Hotelverbandes Deutschland und Inhaber vom Rheinhof Dreesen/Ringhotel Bonn) als Stellvertretender DEHOGA-Präsident sowie Dr. Monika Gommolla (Aufsichtsratsvorsitzende der Maritim Hotelgesellschaft mbH) und André Witschi, (Vorstandsmitglied Hotelverband). Den Fachbereich Gastronomie vertreten Thomas Hirschberger (Vorsitzender der Fachabteilung Systemgastronomie und Geschäftsführer Hans im Glück Franchise GmbH) als neuer Stellvertretender DEHOGA-Präsident sowie Waldemar Fretz (Vorsitzender des Beirates Gastronomie im DEHOGA Bundesverband und Betreiber von Hoepfners Burghof in Karlsruhe) und Dierk Kraushaar (Vorsitzender der UNION Deutscher Bahnhofsbetriebe).



Haben die Zukunft der Branche fest im Blick: das neue Präsidium des DEHOGA Bundesverbandes.

Deutsche Jugendmeisterschaften 2012

Nachwuchsstars aus Gastronomie und Hotellerie in Bestform: Nach einem spannenden Wettbewerbswochenende standen die Sieger der 33. Deutschen Jugendmeisterschaften vom 20. bis 22. Oktober 2012 in den gastgewerblichen Ausbildungsberufen fest. Arianti Hermannsyah vom Novotel Hamburg Alster in Hamburg setzte sich bei den Hotelfachleuten durch. Solveig Huber aus dem Betrieb Brenners Park-Hotel & Spa in Baden-Baden überzeugte als beste Restaurantfachfrau. Alexander Neuberth aus dem Burgrestaurant Staufeneck in Salach holte die Goldmedaille bei den Köchen. Und auf den begehrten ersten Platz in der Mannschaftswertung schaffte es das Team aus Baden-Württemberg. Silber sicherte sich das Team aus Bayern, Bronze ging an Schleswig-Holstein.

Deutschlands 51 beste angehende Hotelfachleute, Restaurantfachleute und Köche aus den 17 DEHOGA-Landesverbänden waren in Königswinter angetreten, um die „Deutschen Jugendmeister 2012“ zu ermitteln.

Nach den umfangreichen theoretischen Aufgaben und der Warenerkennung ging es bei den verschiedenen Aufgaben für die drei Berufsgruppen um die Präsentation der praktischen Fähigkeiten und Kenntnisse. Kochen, garnieren, dekorieren und eindecken, Cocktails mixen, Zimmer checken, Verkaufsgespräche führen – zwei Tage lang herrschte im gesamten Hotel rege Betriebsamkeit. Beim Wettbewerbssessen hieß es, noch einmal alles zu geben.

Aus einem für alle identischen Warenkorb musste jeder angehende Koch ein Menü nach seiner Wahl erstellen und für zehn Personen zubereiten. Die jungen Restaurant- und Hotelfachleute servierten die Speisen und Getränke fachgerecht und sorgten so für einen rundum gelungenen Abend.



Deutschlands 51 beste angehende Hotelfachleute, Restaurantfachleute und Köche waren in Königswinter angetreten, um die Deutschen Jugendmeister 2012 zu ermitteln.



Auch das Servieren war Bestandteil der Prüfung und verlangte von den Teilnehmern volle Konzentration.

Impressionen der Deutschen Jugendmeisterschaften 2012





Die drei Goldmedaillengewinner (v.l.) Solveig Huber, Alexander Neuberth und Arianti Hermansyah.

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. Schirmherr der Veranstaltung ist Bundespräsident Joachim Gauck.

Die besten Nachwuchstalente auf einen Blick:

Hotelfachmann/-frau

1. Arianti Hermansyah,
Novotel Hamburg Alster, Hamburg
2. Lisa Altherr,
Brenners Parkhotel & Spa,
Baden-Baden, Baden-Württemberg
3. Eva Deventer,
Swissôtel Bremen, Bremen

Restaurantfachmann/-frau

1. Solveig Huber, Brenners Parkhotel & Spa,
Baden-Baden, Baden-Württemberg
2. Christina Leippi, Feinkost Käfer GmbH,
Parsdorf, Bayern
3. Jasmina Joost, Ratskeller zu Lübeck,
Lübeck, Schleswig-Holstein

Koch/Köchin

1. Alexander Neuberth,
Burgrestaurant Staufeneck,
Salach, Baden-Württemberg
2. Stefan Heidicke,
Hilton Berlin Domhotel GmbH, Berlin
3. Richard SchmidtKonz,
Feinkost Käfer GmbH, Parsdorf, Bayern

Mannschaftswertung

1. Baden-Württemberg
2. Bayern
3. Schleswig-Holstein

HOGATEC 2012/Forum Systemgastronomie

Die HOGATEC feierte 2012 einen soliden Einstand in der Ruhrmetropole Essen. Der Gemeinschaftsstand des DEHOGA Bundesverbandes und des DEHOGA Nordrhein-Westfalen wurde wieder die zentrale Kommunikations- und Wissensplattform von Hotellerie und Gastronomie. Der Verband präsentierte sich vom 2. bis 5. September mit seinem umfangreichen Service- und Dienstleistungsangebot, die aktuellsten und wichtigsten Branchenthemen von Gema über Hygiene bis Mehrwertsteuer standen im Mittelpunkt.



Der Gemeinschaftsstand des DEHOGA Bundesverbandes und des DEHOGA Nordrhein-Westfalen wurde wieder die zentrale Kommunikations- und Wissensplattform von Hotellerie und Gastronomie.

Bereits zum 22. Mal fand am 4. September 2012 das **Forum Systemgastronomie** des Initiativkreises Gastgewerbe im DEHOGA Bundesverbandes statt. Als Key-Note-Speaker konnte dieses Jahr FDP-Generalsekretär Patrick Döring gewonnen werden. Die aktuellsten Zahlen, Daten und Fakten der Branche stellte Jochen Pinsker von der npdgroup deutschland GmbH/Food-service Europe vor. Unter dem Motto „Deutsch-Türkische Erfolgsgeschichte aus dem Ruhrgebiet“ präsentierte Erhan Baz, CEO der MrChicken Group, das Erfolgsrezept des Unternehmens. Über die jüngste Wienerwald-Generation und die Revitalisierung dieser Marke sprach Swen Neumann von der Wienerwald Franchise GmbH. Und unter dem Motto „Souverän im Kerngeschäft – innovativ und kraftvoll mit Neuem“ stellte Stephan von Bülow, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Block Gruppe, das erfolgreiche Unternehmen vor.



550 Entscheider aus Gastronomie, Hotellerie und Zulieferindustrie kamen in Essen zum Forum Systemgastronomie zusammen.



Patrick Döring



Jochen Pinsker



Erhan Baz



Swen Neumann



Stephan von Bülow

Initiativkreis Gastgewerbe



Eine starke Partnerschaft für die Zukunft der Branche

„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. Seit nunmehr über 15 Jahren weiß der DEHOGA Bundesverband mit dem Initiativkreis Gastgewerbe einen wichtigen Unterstützer und unentbehrlichen Förderer an seiner Seite. Heute engagieren sich mehr als 40 Top-Unternehmen im Initiativkreis und tragen so maßgeblich zum Gelingen der Veranstaltungen und Initiativen des DEHOGA bei. Der Initiativkreis Gastgewerbe wird als feste Größe in der Welt der Gastronomie und Hotellerie wahrgenommen.



Gemeinsam kommunizieren, erfolgreich wirken

Ob in Anzeigen zu Branchenevents oder zu politischen Themen – die Mitglieder des Initiativkreises Gastgewerbe werden stets an prominenter Stelle positioniert. Der Initiativkreis Gastgewerbe tritt als Mitherausgeber verschiedener DEHOGA-Produkte in Erscheinung, so zum Beispiel bei Imagebroschüren, Info-Flyern oder auf Teilnehmermappen bei Branchenveranstaltungen. Über die gemeinsamen exklusiven 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.

Vorsprung durch Wissen aus erster Hand

Neben dem individuellen Austausch in Gesprächen und auf Veranstaltungen trifft sich das Who-is-Who der Zulieferer zu seinen Initiativkreistagungen. Der DEHOGA Bundesverband berichtet den Mit-



Dr. Claus Stauder, Vorsitzender des Initiativkreises Gastgewerbe.

Von Brauereien über Foodproduzenten bis Einrichter und Ausstatter – der Initiativkreis ist ein exklusiver Kreis von ausgewählten Markenfirmen, deren umfangreiches Produktportfolio die Vielfältigkeit dieses Kreises widerspiegelt. Das Zusammenwirken von DEHOGA und Initiativkreis ist der erfolgreiche und einzig-

artige Schulterschluss von Gastgewerbe und Zulieferindustrie auf Bundesebene. Die Fördermitglieder werden in einem Förderbeirat zusammengefasst, der das Präsidium des DEHOGA auf Bundesebene in allen branchenpolitischen Fragen berät. Als langjähriger Vorsitzender steht Dr. Claus Stauder, Inhaber der gleichnamigen Privatbrauerei in Essen und ehemaliger Präsident des Deutschen Tennis Bundes, dem Initiativkreis vor.

Starker Auftritt der Mitglieder des Initiativkreises Gastgewerbe beim DEHOGA-Branchentag am 6. November 2012 im Maritim Hotel Berlin.



gliedern des Kreises aus erster Hand über politische Brennpunkte, aktuelle konjunkturelle Entwicklungen und Branchentrends. Neben erfolgreichen Gastromachern kommen auf den Tagungen Experten aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft zu Wort.

Die Frühjahrstagung in Konstanz

Vom 19. bis 20. April 2012 kamen die Mitglieder des Initiativkreises Gastgewerbe zu ihrer Frühjahrssitzung im idyllisch gelegenen Steigenberger Inselhotel Konstanz zusammen, um über Trends, Erfolgsmodelle und Zukunftsstrategien zu referieren und mit den Teilnehmern zu diskutieren.

Im Anschluss an die Eröffnung der Tagung durch Dr. Claus Stauder informierten DEHOGA-Präsident Ernst Fischer und DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges über die aktuelle politische Arbeit des DEHOGA.

Danach erläuterte Gräfin Bettina Bernadotte, Geschäftsführerin der Mainau GmbH, das Erfolgsrezept der Blumeninsel Mainau, die gelungene Verknüpfung von Tradition und Moderne.

Im Anschluss brachte Bernd Reutemann, Geschäftsführer Mindness®Consult, den Tagungsteilnehmern sein „Service Kamasutra“ näher, seinen Weg zu mehr Begeisterung der Kunden und mehr Rendite. Durch einen spannenden Gastrotalk führte DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges mit engagierten lokalen Unternehmern der Branche. Gabriela Ganter, Geschäftsführerin vom Ganter Hotel und Restaurant Mohren in Mittelzell, und Dieter Wäschle, Geschäftsführer vom Hotel Restaurant PETERSHOF in Konstanz und gleichwegs Präsident des DEHOGA Schwarzwald-Bodensee, brachten dem Publikum ihre Betriebe näher und referierten über Rezepte für erfolgreiche Geschäfte und zufriedene Gäste.



Kulinarische Genüsse in paradiesischem Ambiente: das Palmenhaus auf der Insel Mainau.

Auf großes Interesse traf auch der Vortrag von Dr. Steffen de Sombre, Projektleiter des Instituts für Demoskopie Allensbach, über die Auswirkungen des Internets auf die Unternehmenskommunikation und Verbraucherwahrnehmung.

Wie man Qualität erfolgreich vermarkten kann, verdeutlichte Uli Burchard, Geschäftsführer ULI BURCHARDT Strategisches Marketing, am Beispiel der Qualitätsmanufaktur manufactum.

Einen Blick über die Grenzen Deutschlands hinaus gewährte Guglielmo L. Brentel, Präsident des Schweizer Hotelverbandes hotelleriesuisse, indem er auf die besonderen Herausforderungen und Trends des Schweizer Hotelmarktes einging.

Hinter die Kulissen Ihrer Unternehmen ließen die Vertreter der Initiativkreisfirmen Max Boller, Nestlé Professional, sowie Jürgen und Ralph Winterhalter von der Winterhalter Gastronom GmbH schauen.

Auch die an den ersten Sitzungstag anschließende Gastrotrendtour fand bei den Gästen wieder einmal große Zustimmung. Stationen dieser Tour waren die traumhafte Blumeninsel Mainau, das gemütliche und traditionsreiche Hotel Restaurant Petershof sowie das designorientierte moderne RIVA Hotel Konstanz.

Neben interessanten Eindrücken und gewinnbringenden Kontakten bot diese Trendtour den Mitgliedern des Initiativkreises abermals einen hervorragenden Rahmen für konstruktive Gespräche.



01



02



03



04



05



06



07



08



09

01-03 Fundierte Analysen, Marketingstrategien und Marktanalysen: Die Referenten in Konstanz brachten wertvollen Input mit (v.l. Dr. Steffen de Sombre, Uli Burchard, Guglielmo L. Brentel).

04 Stellten ihre Unternehmensstrategien vor: Gabriela Ganter und Dieter Wäschle.

05 Referierte nicht nur, sondern brachte den Gästen vor Ort ihre Erfolgsgeschichte nahe: Gräfin Bettina Bernadotte (2.v.r.) zusammen mit DEHOGA-Präsident Ernst Fischer (2.v.l.) und

Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges, Jürgen Winterhalter und Dr. Claus Stauder (r.).

06 Begeisterte seine Zuhörer mit seinem Service Kamasutra: Bernd Reutemann.

07 Behind the scenes bei Nestlé Professional: Max Boller gewährte interessante Einblicke.

08+09 Generationsübergreifender Erfolg: Jürgen und Ralph Winterhalter (Bild 09) stellen ihr Unternehmen vor.

Der DEHOGA und die Politik

Netzwerke bilden, Unterstützer finden

Der DEHOGA Bundesverband – das sind 17 Landesverbände, die Fachverbände Hotelverband Deutschland (IHA) und die UNIPAS (Union der Pächter von Autobahn-Service-Betrieben) – sowie die fünf Fachabteilungen Systemgastronomie, Gemeinschaftsgastronomie, Bahnhofsgastronomie, Catering und Discotheken/Bundesverband deutscher Discotheken und Tanzbetriebe (BDT). Durch diese föderale Struktur gewährleistet der DEHOGA eine optimale Interessenvertretung – von der Ortsstelle über den Landesverband bis zum Bundesverband – und kann so auch auf lokale und regionale Herausforderungen schnell und effektiv eingehen.

Um in einer Demokratie etwas zu erreichen, müssen Mehrheiten gebildet werden. Dafür sind die richtige Struktur und das richtige Netzwerk unerlässlich. Aus diesem Grund 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 Deut-

schen Arbeitgeberverbände BDA und über den BTW auch im Bundesverband der Deutschen Industrie.

Die Bedeutung der Tourismusbranche für den Wirtschaftsstandort Deutschland spiegelt sich auch in der Arbeit des Ausschusses für Tourismus im Deutschen Bundestag wider. Gemeinsames Anliegen des Ausschusses ist es, die Rahmenbedingungen für diese bedeutende Dienstleistungsbranche und das Reiseland Deutschland zu verbessern. Vorsitzender des Ausschusses ist Klaus Brähmig, Fraktion CDU/CSU, seine Stellvertreterin heißt Ria Pawelski, CDU/CSU. Sprecher der einzelnen Bundestagsfraktionen sind Marlene Mortler, CDU/CSU, Hans-Joachim Hacker, SPD, Horst Meierhofer, FDP, Markus Tressel, Bündnis 90/Die Grünen, und Dr. Ilja Seifert, Die Linke.

Auch der Parlamentarische Abend der Arbeitsgemeinschaft Mittelstand machte am 23. Mai 2012 deutlich, wie wichtig ein enger Kontakt zwischen Wirtschaft und Politik ist. Die Verbände der Arbeitsgemeinschaft treten gegenüber Politik und Öffentlichkeit gemeinsam für wirtschaftliche Rahmenbedingungen ein, um die Innovations-, Wettbewerbs- und Beschäftigungspotenziale der mittelständischen Unternehmer in Deutschland zu fördern (mehr dazu im Kapitel 8.4).

Nur ein Verband, der mit einer Stimme spricht, der auf allen Ebenen gut aufgestellt ist, wird gehört und kann so seinen Mitgliedern mit vollem Einsatz zur Seite stehen. Um dies zu gewährleisten, wurden die DEHOGA-Standpunkte entwickelt. Auf jeweils maximal zwei Seiten geben diese Positionspapiere die Anliegen des DEHOGA zu politischen, rechtlichen und gesellschaftlichen Brennpunktthemen wider. Die DEHOGA-Standpunkte haben sich in der Zeit seit ihrer Einführung im Jahr 2008 zu einem unverzichtbaren politischen Kommunikationsinstrument entwickelt. Im November 2012 liegen 32 Standpunkte zu aktuellen Branchenthemen vor (siehe Tabelle).



Klaus Brähmig



Rita Pawelski



Marlene Mortler



Hans-J. Hacker



Horst Meierhofer



Markus Tressel



Dr. Ilja Seifert

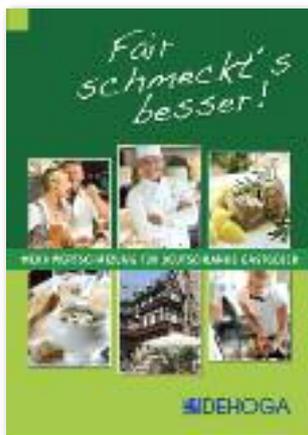
- | | |
|--|-----------------------------------|
| 1. Alkoholpolitik | 17. Lohnzusatzkosten |
| 2. Allergenkezeichnung | 18. Mehrwertsteuer Gastronomie |
| 3. Arbeitsrecht | 19. Mehrwertsteuer Hotellerie |
| 4. Ausbildung | 20. Mindestlohn |
| 5. Bagatellsteuern | 21. Minijobs |
| 6. Bewirtungskosten | 22. Ökosteuern |
| 7. Bürokratieabbau | 23. Qualitätsmanagement-Systeme |
| 8. Erbschaftsteuer | 24. Rundfunkgebühren |
| 9. Fachkräftesicherung | 25. Schallpegelbegrenzung |
| 10. Umweltzonen | 26. Schwarzarbeit |
| 11. Geldspielautomaten | 27. Sperrzeiten |
| 12. HACCP | 28. Steuerfreie Zuschläge |
| 13. Jugendarbeitsschutz | 29. Umweltschutz |
| 14. Jugendschutz | 30. Unternehmenssteuerreform |
| 15. Künstlersozialabgabe | 31. Urheberrecht I, II, III, IV |
| 16. Lebensmittelkontrollen („Hygiene-Ampel“) | 32. Verbraucherinformationsgesetz |

Der DEHOGA für die Branche

Unternehmensbezogene Dienstleistungen – eine der zentralen Aufgaben des DEHOGA. Um seinen Mitgliedern aktuelle Entwicklungen und komplexe Sachverhalte zum Recht- und Steuerwesen, zur Arbeitsmarkt- und Tarifpolitik oder zur Ausbildung zu vermitteln, werden alle Informationen schnell und umfassend aufbereitet und über Newsletter und Hintergrundpapiere den Landesverbänden und somit den Mitgliedern zur Verfügung gestellt. Mit diversen Informations- und Imagebroschüren fördert der DEHOGA zudem das Ansehen der Branche und gibt seinen Unternehmern praktische Hilfen und nützliche Tipps für den Geschäftsalltag an die Hand.

Fair schmeckt's besser!

Fairness ist ein hohes Gut. Auch in unserer Branche. Deshalb fordert der DEHOGA, dass endlich Schluss ist mit der steuerlichen Ungleichbehandlung in der Gastronomie. Es ist nicht akzeptabel, dass Produkte



wie Tiernahrung, Popcorn im Kino und die Bockwurst im Gehen mit sieben Prozent besteuert werden, das frisch zubereitete Essen im Lokal dagegen mit den vollen 19 Prozent. Die neue Broschüre „Fair schmeckt's besser!“ zeigt gute Gründe auf für mehr Wertschätzung für Deutschlands Gastgeber (mehr dazu im Kapitel 2.1).

Hotels investieren in Deutschland

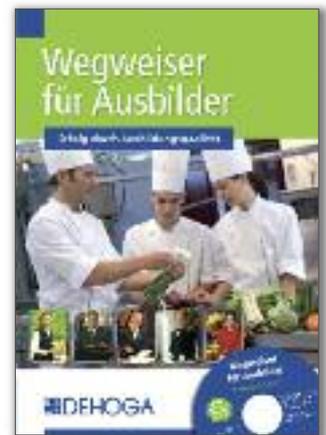
Der reduzierte Mehrwertsteuersatz in der Hotellerie hat endlich für Steuergerechtigkeit in Europa gesorgt und die Wettbewerbsfähigkeit der Branche gestärkt. Die Hotels in Deutschland haben kräftig in ihre Betriebe und Mitarbeiter investiert.

Das zeigten auch die Ergebnisse der Studie der Fachhochschule Westküste zu den Auswirkungen der Mehrwertsteuersenkung. Die Broschüre „Hotels investieren in Deutschland“ stellt die Menschen hinter den Zahlen vor. Hoteliers kommen zu Wort und berichten, wie sie die Steuersenkung genutzt haben. Eine eindrucksvolle Bilanz nach zwei Jahren reduziertem Mehrwertsteuersatz (mehr dazu im Kapitel 2.1.).



Wegweiser für Ausbilder

Qualitätssicherung und Aktualisierung der Ausbilder sind Daueraufgaben für jedes einzelne Ausbildungsunternehmen sowie für den DEHOGA und die Partner im dualen System. Mit der neuen Broschüre „Wegweiser für Ausbilder“ unterstützt der DEHOGA die engagierten Ausbilder in den Betrieben. Mit zahlreichen Checklisten und Mustern stellt die Publikation eine Arbeitshilfe für den Alltag im Ausbildungsbetrieb dar, dazu kommen erprobte Praxis-Tipps erfolgreicher Ausbilder und Auszubildender (mehr dazu im Kapitel 2.4).



Zu gut für die Tonne

Von 10,9 Millionen Tonnen Lebensmittelabfällen entstehen 17 Prozent bei den Großverbrauchern wie Gastronomie, Hotellerie, Kantinen und Mensen und Krankenhäusern. Bei täglich 31 Millionen

Gästen erscheint dies Zahl gering im Vergleich zum Anteil von 61 Prozent der Privathaushalte. Das zeigt: In der Regel schmeckt es den Gästen und die Teller sind leer. Und dennoch engagiert sich der DEHOGA dafür, den Anteil vermeidbarer Lebensmittelabfälle weiter zu verringern. Deshalb unterstützt der Verband die Kampagne von Bundesverbraucherministerin Ilse Aigner mit dem Titel „Zu gut für die Tonne“.



So wurde eine neue Checkliste entwickelt, in der für die Unternehmer die wichtigsten Tätigkeitsfelder zusammengefasst sind – von einer strukturierten Einkaufsplanung in Zusammenarbeit mit dem Handel über eine verbesserte Warenhaltbarkeit durch Gewährleistung der Kühlkette sowie eine optimale Lagerhaltung bis hin zum Angebot von kleineren Portionen. Die Initiative wurde mit dem „Politikaward 2012“ ausgezeichnet.

United against waste

Auch die Kampagne des Initiativkreismitglieds Unilever Foodsolutions greift dieses wichtige Thema auf.

Die Initiative für den Food Service Markt, bei welcher der DEHOGA als Partner auftritt, wurde gegründet, um Köche und die Industrie darauf aufmerksam zu machen, dass der Kampf gegen die Verschwendung von Lebensmitteln machbar ist und zudem viel Geld spart. In Zusammenarbeit mit dem DEHOGA wurde eine Checkliste erstellt, die als nützliche Handreichung für Entscheider in Hotellerie und Gastronomie zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen dient.



Präsentierten ihre Initiative auf dem DEHOGA-Branchentag 2012: Steven Verweij, Managing Direktor von Unilever Foodsolutions (r.), mit seinem Team.

Geschmackstage 2012

Esskultur, Geschmackserlebnisse, regionale und saisonale Lebensmittel sowie deren handwerklicher Produktion und Verarbeitung – das waren die Kernthemen der Geschmackstage 2012. Die Initiative, die erstmalig 2008 durch das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) initiiert wurde, soll Menschen aller Altersgruppen ermuntern, mit frischen Produkten zu kochen und Qualitätsprodukte aus handwerklicher Produktion für sich zu entdecken. Als offizieller Kooperationspartner der Geschmackstage stand der DEHOGA allen Interessierten unterstützend zur Seite und sorgte durch Veröffentlichungen für eine breite Außenwirkung.



DEHOGA Umweltcheck

Umwelt- und Klimaschutz haben in Gastronomie und Hotellerie naturgemäß eine hohe Bedeutung. Auch die Gäste, Privatreisende wie Firmenkunden, erwarten von den gastgewerblichen Betrieben umweltbewusstes und verantwortungsvolles Handeln.

DEHOGA **Umweltcheck**

Mit dem DEHOGA Umweltcheck gibt es jetzt für die mittelständischen Hoteliers und Gastronomen eine praktikable und finanzierbare Lösung, ihr Umweltengagement der Öffentlichkeit gegenüber klar und transparent darzustellen (mehr dazu im Kapitel 2.7).

DEHOGA Broschüre „Energiesparen leicht gemacht“

Neu aufgelegt wurde 2012 auch die handliche Broschüre „Energiesparen leicht gemacht“. Die Publikation stellt Energiedaten für verschiedene Betriebsarten gegenüber, informiert über einfache organisatorische Schritte und gibt einen Überblick über die technischen Möglichkeiten in Hotels und Restaurants, um Energie und Kosten zu sparen und damit der Umwelt Gutes zu tun (mehr dazu im Kapitel 2.7.).

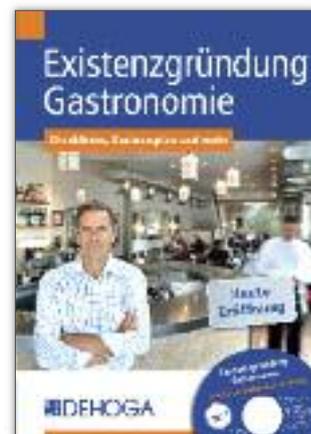
Systemgastronomie in Deutschland 2012

Im Berichtszeitraum neu aufgelegt wurde die Broschüre „Systemgastronomie in Deutschland 2012“, die die wichtigsten Fragen der Branche beantwortet: Was zeichnet die Systemgastronomie überhaupt aus? Welche Firmen bringen den wirtschaftlichen Erfolg? Welche Potenziale können ausgeschöpft werden und wo liegen die Probleme, Möglichkeiten und Chancen für Unternehmer, Mitarbeiter und Azubis? Die Broschüre der Fachabteilung Systemgastronomie im DEHOGA Bundesverband gibt Aufschluss über die geschichtliche und wirtschaftliche Entwicklung, über die Ausbildungsleistung der Unternehmen sowie über Karrierechancen. Die Mitgliedsunternehmen lassen keine Frage offen und geben so einen umfassenden Überblick über die Branche mit System (mehr dazu im Kapitel 5.1).

Als wahre Bestseller entpuppte sich die Broschüre „Kleine Gäste ganz groß – So punkten Sie bei Kindern und Eltern!“ des DEHOGA Bundesverbandes. Sie gibt darüber Aufschluss, was familienfreundliche Gastronomie dem Unternehmer eigentlich bringt, welche Angebote Familien glücklich machen und warum es richtig ist, in Kinderfreundlichkeit zu investieren. Auch die Broschüre „Gute Gastgeber für Allergiker“, die einen Beitrag dazu leistet, dass sich auch Gäste mit Allergien in Restaurants und Hotels in Deutschland wohlfühlen und unbeschwert genießen können, bleibt ein Renner.

Existenzgründung Gastronomie

Der Start in die Selbstständigkeit will gut vorbereitet sein. Zugeschnitten auf die Anforderungen an zukünftige Gastronomen hat der DEHOGA deshalb das Checklisten-Paket „Existenzgründung Gastronomie“ erarbeitet, das angehende Unternehmer bei der Existenzgründung unterstützt. Die Checklisten helfen dabei, sich gründlich mit der Entscheidung „Selbstständigkeit“ auseinanderzusetzen und auf dem Weg zum eigenen Betrieb keine wesentlichen Bausteine zu vergessen. Die insgesamt 47 Checklisten drehen sich unter anderem um die persönlichen und finanziellen Voraussetzungen, die Standortwahl und die Rechtsform, den Businessplan und das Bankgespräch oder auch Personalsuche und Marketing. Eine CD-ROM mit Software zur Erstellung eines kompletten und professionellen Businessplanes rundet das Arbeitspaket ab. Die Publikation kann im DEHOGA Shop erworben werden.



Der DEHOGA im Blickpunkt der Medien

Mit Erfolg die Themen der Branche kommuniziert

Die mediale Berichterstattung über den DEHOGA erreichte 2012 neue Rekorde. Ein Grund hierfür waren die GEMA-Tarife, die die Verwertungsgesellschaft im April veröffentlichte. Gegen die für die Branche existenzgefährdenden Tarifierhöhungen setzte sich der DEHOGA medial schlagkräftig zu Wehr. Hunderte Artikel, Interviews und Hintergrundberichte mit Überschriften wie „Abzappeln könnte Luxus werden“ oder „Das Ende der Clubszene?“ erschienen in überregionalen und regionalen Medien. Höhepunkt: 17 Millionen Zuschauer sahen am 1. Juli – in der Halbzeitpause des EM-Endspiels Spanien gegen Italien – das ZDF-„heute journal“, das die Vorwürfe gegen die GEMA thematisierte. Aber auch das Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes in Leipzig zum Thema Bettensteuer sorgte für hunderte von Artikeln mit DEHOGA-Nennung.



17 Millionen Zuschauer sahen am 1. Juli das ZDF-„heute journal“, das die Vorwürfe gegen die GEMA thematisierte.

Auch durch Pressemitteilungen wurden die Forderungen des DEHOGA in die Öffentlichkeit getragen. Darüber hinaus klärten die Verbandsvertreter in zahlreichen Interviews, Statements und Hintergrundgesprächen über die Brennpunkthemen des Gastgewerbes auf. Sie umfassten insbesondere:

- Analyse und Kommentierung der wirtschaftlichen Entwicklung der Branche
- Analyse und Positionierung zu Gesetzesinitiativen und öffentlichen Debatten – Schwerpunkthemen 2012: Neue GEMA-Gebühren, Mehrwertsteuer, Bettensteuer, Mindestlohn, Hygiene-Ampel, Rundfunk- und Urheberrecht und Ausbildung
- Informationen zu Initiativen, Produkten und Dienstleistungen des DEHOGA

Besonders die Einlassungen zur Debatte um die neuen GEMA-Gebühren, zur Bettensteuer, Mindestlöhnen und zur Mehrwertsteuer erzeugten den größten Niederschlag in regionalen wie überregionalen Medien. Aussagen zu Trends, Perspektiven, Marktstrategien und Informationen zur Deutschen Hotelklassifizierung sowie der Hotelstars Union fanden wie in den Vorjahren ein großes Echo in der Presselandschaft.

Wissen und Informationen aus erster Hand: die DEHOGA-Jahrespressekonferenz

Am 4. Juni veranstaltete der DEHOGA Bundesverband seine Jahrespressekonferenz im Verbändehaus Handel-Dienstleistung-Tourismus in Berlin. Basierend auf den Ergebnissen des Branchenberichts „Gastgewerbe Winter 2011/12 – Ausblick Sommer 2012“, der an diesem Tag der Öffentlichkeit vorgestellt wurde, erläuterte der Verband die Lage und Stimmung in der Branche und formulierte seine Erwartungen an die Politik. DEHOGA-Präsident Ernst Fischer und Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges forderten die Politik auf, den Aufschwung im Gastgewerbe nicht abzuwürgen, sondern mit den richtigen Maßnahmen zu stabilisieren und zu fördern. In ihren Ausführungen ging die DEHOGA-Verbandsspitze auf die Brennpunkthemen der Branche wie Mehrwertsteuer, GEMA-Gebühren, Bettensteuer und Hygiene-Ampel ein. Dabei machte sie unter anderem deutlich, dass Hygiene in den Betrieben des Gastgewerbes oberste Priorität



DEHOGA-Präsident Ernst Fischer stellte sich auf der Jahrespressekonferenz den Fragen der Journalisten.



Zusammen mit Bundesverbraucherministerin Ilse Aigner tritt Ingrid Hartges, DEHOGA Hauptgeschäftsführerin, öfters vor die Presse, hier bei der Vorstellung der Kampagne „Zu gut für die Tonne“.

genießt und unterstrich die Unverhältnismäßigkeit des geplanten Systems einer Restaurant-Ampel. Als standorttreue Branche käme es insbesondere auf die Rahmenbedingungen in Deutschland an.

Neue Medien

Eines der wichtigsten Instrumente der DEHOGA-Öffentlichkeitsarbeit ist der Internetauftritt www.dehoga.de. Auf zahlreichen Unterseiten stehen dem Nutzer Hintergrundinformationen zu allen politischen Themen des Verbandes zur Verfügung, können Pressemitteilungen, Daten, Fakten, Veranstaltungshinweise sowie alles Wissenswerte über Hotellerie und Gastronomie abgerufen werden.

Mit weit über 32.000 Besuchern im Monat ist die Website des Bundesverbandes eine zentrale Säule der verbandseigenen Präsentation. Ein weiterer Bestandteil der Internetseite, der in den letzten Jahren stetig an Beliebtheit gewinnt, ist die DEHOGA-Mediathek. Aktuelle Bilder-Galerien und Videomitschnitte der vergangenen Events vermitteln dem Nutzer einen Eindruck über die Veranstaltungen des DEHOGA und laden zum Stöbern ein.



2

Top-Themen der Branche

Auf den folgenden Seiten stellt der DEHOGA Bundesverband die Top-Themen der Branche in den letzten zwölf Monaten vor, informiert über die Initiativen und die Erfolge des Verbandes und erklärt die Ziele der Gastronomen und Hoteliers.

Im Fokus der Arbeit des DEHOGA Bundesverbandes stehen dabei die Handlungsfelder

- Mehrwertsteuer und Bettensteuern
- Recht und Steuern
- Fach- und Arbeitskräftesicherung
- Berufsaus- und Weiterbildung
- Arbeitsmarkt- und Tarifpolitik
- Lebensmittelhygiene und -kennzeichnung
- Umweltschutz und Nachhaltigkeit

Mehrwertsteuer und Bettensteuern

Mehrwertsteuer Hotellerie

Hoteliers investieren kräftig weiter und stellen neue Mitarbeiter ein

Die zum 1. Januar 2010 im Rahmen des Wachstumsbeschleunigungsgesetzes in Kraft getretene Mehrwertsteuersenkung für Übernachtungen hat einen gewaltigen Investitionsschub freigesetzt. Trotz der massiven und zum Teil sehr unsachlichen Kritik und der immer wieder aufkommenden Diskussion um Rücknahme der Maßnahme halten die Hoteliers Wort. Seit der Mehrwertsteuersenkung haben sie Tausende neue Arbeitsplätze geschaffen und Hunderte Millionen Euro in Neuanschaffungen, Renovierungen, An- und Umbauten investiert. Das regionale Handwerk und die Zulieferindustrie, Gäste und Mitarbeiter profitieren von der Mehrwertsteuersenkung.

Das ist auch das Ergebnis einer wissenschaftlichen Studie zu den Auswirkungen der Mehrwertsteuersenkung, durchgeführt vom Institut für Management und Tourismus (IMT) der Fachhochschule Westküste unter Leitung von Prof. Dr. Bernd Eisenstein.

Für die Studie wurden die durch die Mehrwertsteuersenkung ausgelösten individuellen Investi-

tionsmaßnahmen von 5.194 Gasthöfen, Pensionen und Hotels aus der gesamten Bundesrepublik ausgewertet und addiert. Zusammen haben diese Unternehmer fast eine Milliarde Euro (939,6 Millionen Euro) zusätzlich in Neuanschaffungen, Renovierungen, An- und Umbauten investiert. Darüber hinaus nutzten die Hoteliers die finanziellen Spielräume für Neueinstellungen. In den Jahren 2010 und 2011 haben sie 11.118 neue Arbeits- und Ausbildungsplätze – davon 5.426 Vollzeit-, 3.763 Teilzeitstellen sowie 1.929 Ausbildungsplätze – geschaffen. Die Studie, die vom Deutschen Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA Bundesverband) in Auftrag gegeben wurde, bestätigt damit die amtlichen Beschäftigungsstatistiken. Laut der Bundesagentur für Arbeit haben die Hoteliers 2010/2011 mehr als 14.000 neue sozialversicherungspflichtige Arbeitsverhältnisse geschaffen.

Neben Investitionen und Arbeitsplätzen wurden die Zimmerpreise um durchschnittlich 1,6 Prozent gesenkt – und das in Zeiten steigender Nachfrage. 9,2 Millionen Euro haben die Unternehmer für die Mitarbeiterqualifizierung ausgegeben.

Auch 2012 haben die Hoteliers weiter in ihre Häuser und Mitarbeiter investiert. Laut der Untersuchung der Fachhochschule planten die Unter-



Nur ein Beispiel für Investitionen, die sich ohne die Mehrwertsteuerreduzierung nicht hätten umsetzen lassen, hier das Hotel Reichsküchenmeister in Rothenburg ob der Tauber.

Die Studienergebnisse der Fachhochschule Westküste auf einen Blick

Frage: Bitte geben Sie an, ob Sie Investitionen aufgrund der Mehrwertsteuersenkung vorgenommen haben, die Sie ohne die Mehrwertsteuersenkung nicht getätigt hätten. Welche Art von Investitionen haben Sie vorgenommen? **Verwendung der Mehrwertsteuerentlastung in den 5.194 Betrieben, die sich an der Studie beteiligt haben.**

	Ausgaben für Investitionen	Einstellung neuer Mitarbeiter	Ausgaben für Qualifizierung
2010/2011	939.632.303 Euro	5.426 Vollzeit 3.763 Teilzeit 1.929 Azubis	9.208.021 Euro
2012 (geplant)	827.530.117 Euro	2.473 Vollzeit 1.959 Teilzeit 1.508 Azubis	6.421.395 Euro

nehmer 2012 Investitionen in Höhe von 827,5 Millionen Euro. Ferner sollten fast 6.000 neue Mitarbeiter und Auszubildende eingestellt werden. Für Qualifizierungsmaßnahmen waren 6,4 Millionen Euro vorgesehen.

Die Ergebnisse der von Januar bis Anfang März durchgeführten Erhebung beruhen auf Antworten von mehr als 5.000 Beherbergungsbetrieben. Damit hatte sich jeder dritte eingeladene Betrieb an der Umfrage beteiligt – dies ist für diese Art von Befragungen ein überdurchschnittlicher Wert.

Entscheidung für den Tourismusstandort Deutschland

Die Mehrwertsteuersenkung hat das Preis-Leistungs-Verhältnis der Hotels in Deutschland weiter verbessert und damit die Wettbewerbsfähigkeit einer internationalen Branche gestärkt. Die Häuser in Deutschland stehen in einem harten globalen Wettbewerb. Bereits seit den neunziger Jahren haben sich Politiker aus allen Parteien und auf allen Ebenen aus Wettbewerbsgründen und zur Stärkung des Deutschlandtourismus für die Ein-



führung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes für das Gastgewerbe ausgesprochen. Die Mehrwertsteuersenkung sorgte für die längst überfällige Steuergerechtigkeit in Europa.



In 23 von 27 Mitgliedstaaten der Europäischen Union gelten zum Teil seit vielen Jahren reduzierte Sätze für Übernachtungen. Alle Anrainerstaaten mit Ausnahme Dänemarks – hier gilt ein grundlegend anderes Steuer- und Abgabensystem – wenden teilweise seit Jahrzehnten den Niedrigsteuersatz für ihre Hotels an. Entlang der deutschen Grenze waren das 3.700 Kilometer Ungleichbehandlung. Alle touristischen Mitbewerber Deutschlands gewähren ihrer Hotellerie reduzierte Mehrwertsteuersätze. Die Mehrwertsteuersenkung für Übernachtungen ist und bleibt eine Entscheidung für den Tourismusstandort Deutschland.

Betriebe brauchen Vertrauensschutz und Planungssicherheit

Mit 380.000 Beschäftigten ist die Hotellerie eine besonders beschäftigungsintensive Branche. Die Hoteliers verlagern ihre Betriebe nicht ins Ausland, sichern und schaffen in Deutschland Arbeitsplätze und zahlen hier ihre Steuern. Das Beherbergungs-

gewerbe in Deutschland ist nicht nur mittelständisch, sondern weitgehend kleinbetrieblich strukturiert. Zwei Drittel der Betriebe bieten weniger als 20 Zimmer an. Gerade einmal knapp vier Prozent aller Betriebe haben 100 und mehr Zimmer. Von den 38.000 Hotels, Gasthöfen und Pensionen machen 15.800 weniger als 100.000 Euro Umsatz im Jahr. 84 Prozent der Hotels bleiben unter 500.000 Euro. 1.340 Betriebe gehören zu den TOP 50 Hotelgesellschaften. Dies entspricht lediglich 3,6 Prozent aller Hotelbetriebe.

Die Verteidigung der Mehrwertsteuersenkung war für die Hotellerie das beherrschende Thema 2012. In Pressekonferenzen, in Statements und Pressemitteilungen, auf Veranstaltungen, in Reden oder Schreiben an die Abgeordneten vor Ort als auch an die Bundespolitik haben der DEHOGA und seine Mitgliedsbetriebe die Gründe für die Mehrwertsteuersenkung erklärt und die dringend benötigten Impulse für die Branche aufgezeigt.

Der DEHOGA Bundesverband hat dafür umfangreiches Informations- und Kommunikationsmaterial erarbeitet – hier ist vor allem die Broschüre „Hotels investieren in Deutschland“ zu nennen – und dieses der Politik, der Presse als auch den Hoteliers zur Weiterverwendung zur Verfügung gestellt. Der DEHOGA dankt allen Unternehmern, die in den vergangenen Monaten gegenüber Journalisten, Politikern und vor allem ihren Gästen erklärt haben, wie sie die Mehrwertsteuersenkung nutzen.

Insbesondere auch vor diesem Hintergrund kritisiert der DEHOGA aufs Schärfste, dass die Mehrwertsteuersenkung immer wieder in Frage gestellt wird. Hier ist vor allem die Bundesratsinitiative zur Rücknahme des reduzierten Steuersatzes zu nennen, die ausgerechnet aus dem Tourismusland Schleswig-Holstein angestoßen wurde!



Denn eines ist klar: Die vor allem kleinen und mittelständischen Unternehmer benötigen Vertrauensschutz und Planungssicherheit. Nur dann werden sie weiter investieren und Mitarbeiter einstellen. Der DEHOGA und seine Mitglieder werden nicht nachlassen, die positiven Effekte der Mehrwertsteuersenkung für die Branche und die einzelnen Betriebe aufzuzeigen.

Mehrwertsteuer Gastronomie

Die vielen positiven Effekte eines reduzierten Mehrwertsteuersatzes, wie er in der Hälfte der EU-Mitgliedsstaaten für Restaurantumsätze Realität ist, wären auch in der hiesigen Gastronomie möglich. Der DEHOGA weist auf die immensen Widersprüche bei der Besteuerung von Speisen hin, die heute niemand mehr bestreiten kann. Wie ist zu erklären, dass die Tütensuppe beim Discounter mit sieben Prozent steuerlich begünstigt wird, während für die frisch zubereitete Kürbiskernsuppe in einem Restaurant 19 Prozent fällig werden? Wie kann es sein, dass Hundefutter mit sieben Prozent gefördert wird, während der Fiskus beim Schulesen der Kinder 19 Prozent Mehrwertsteuer verlangt?

Auch die jüngsten Entscheidungen des Bundesfinanzhofes haben es gezeigt: Die Widersprüche im Mehrwertsteuer-System sind kaum noch zu durch-

blicken! Wer seine Wurst vor Ort aß, zahlte 19 Prozent, wer sie mitnahm 7 Prozent Mehrwertsteuer. Doch nun sagen Europäischer Gerichtshof und Bundesfinanzhof: Nur noch derjenige, der sich mit seiner Currywurst im Imbiss hinsetzt, muss 19 Prozent zahlen. Wer stehen bleibt oder auf die Parkbank ausweicht, zahlt 7 Prozent!

Fair schmeckt's besser!

Der DEHOGA fordert, dass endlich Schluss ist mit diesem Steuer-Wirrwarr und der Ungleichbehandlung von Unternehmen, die zwar unterschiedlichen Branchen zugerechnet werden, aber letztlich ein und dasselbe anbieten: zubereitete Speisen für ihre Gäste. Der DEHOGA fordert ein faires Steuersystem, das auf Anbieter- sowie Verbraucherseite niemanden benachteiligt. Denn hiervon profitieren Gastronomen und Gäste gleichermaßen.

Nur ein einheitlicher, reduzierter Mehrwertsteuersatz für alle Speiseumsätze – unabhängig von der Art der Zubereitung und des Ortes des Verzehrs – wäre logisch, fair und praktikabel. Dabei fordert der DEHOGA nichts Unredliches und keine Privilegierung, sondern Chancengleichheit mit den Bäckern, Metzgern und dem Lebensmitteleinzelhandel. Es geht um eine gerechte Mehrwertsteuer für eine unglaublich arbeitsintensive Dienstleis-



tungsbranche. Schließlich kommen in der Gastronomie auf den gleichen Umsatz sechs Mal mehr Beschäftigte als im Lebensmitteleinzelhandel.

Die unterschiedliche Behandlung von Speiselieferungen im Vergleich zu Restaurationsleistungen ist weder vermittelbar noch zeitgemäß. Das gilt nicht zuletzt vor dem Hintergrund, dass mittlerweile auch Bäcker, Metzger und der Lebensmitteleinzelhandel umfangreiche gastronomische oder gastronomieähnliche Leistungen anbieten.

Immer mehr Menschen können nicht zu Hause essen, weil sie berufstätig sind. Immer mehr Schüler sind durch Ganztagschulen und -betreuung auf Schulverpflegung angewiesen. Zudem sind Restaurants und Wirtshäuser gerade in unserer schnelllebigen Zeit ein wichtiger Ort, wo man abschalten, Freunde treffen und am gesellschaftlichen Leben teilhaben kann. Sie sind Wohlfühlorte, wichtige Kommunikationsplätze, öffentliche Wohnzimmer. Viele Dörfer beklagen das Fehlen einer Gaststätte. Restaurants und Cafés, Imbisse und (Schul-) Kantinen werden zum Frühstück, Mittagessen und Abendessen immer häufiger angesteuert, um das Grundbedürfnis „Essen“ zu befriedigen.

Esskultur und Genuss fördern

Die Besteuerung dieses Grundbedürfnisses nun davon abhängig zu machen, wo und wie gegessen wird, passt nicht mehr in die heutige Zeit. Esskultur und Genuss leiden unter der Ungleichbehandlung der Mehrwertsteuerbelastung. Eine gepflegte Mahlzeit im Restaurant darf gegenüber dem schnellen Imbiss oder dem Essen to go steuerrechtlich nicht schlechter gestellt werden. Den veränderten Lebensgewohnheiten muss auch die Steuergesetzgebung gerecht werden. Aus steuersystematischen Gründen und aus Gründen der Gleichbehandlung fordert der DEHOGA die Einführung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes auf alle Restaurationsumsätze, insbesondere Speiseumsätze.

Frankreich hat vorgemacht, wie es geht: Nach Einführung des reduzierten Steuersatzes für die



Gastronomie im Jahr 2009 entstanden binnen der folgenden zwölf Monate 29.500 neue Stellen. Zusätzlich konnten 30.000 Arbeitsplätze erhalten bleiben.

In vielen europäischen Reiseländern wie Frankreich, Italien oder Spanien erfährt das kulinarische Wirken der Gastronomen nicht zuletzt durch den reduzierten Mehrwertsteuersatz eine viel höhere Wert-schätzung.

Es gibt also viele gute Gründe für den reduzierten Mehrwertsteuersatz. Deshalb hat der DEHOGA eine neue Kampagne mit dem Titel „Fair schmeckt’s besser!“ gestartet. Die 2012 erschienene neue Broschüre mit dem gleichen Titel ist der erste Baustein dieser Kampagne, die 2013 – vor der Bundestagswahl – mit mehreren Maßnahmen fort-gesetzt werden soll.

Bettensteuern

Erfolg vor dem Bundesverwaltungsgericht

Nach Einführung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes mit Wirkung zum 1. Januar 2010 versuchten einige Kommunen, die Wirkungen des Wachstumsbeschleunigungsgesetzes zu konterkarieren, indem sie sogenannte Bettensteuern eingeführt haben. Danach müssen Beherbergungsbetriebe entweder einen prozentualen Satz vom Übernachtungspreis oder einen fixen Eurobetrag als zusätzliche Kommunale Steuer an die Stadt abführen.

Der DEHOGA Bundesverband, die DEHOGA Landesverbände und der Hotelverband Deutschland (IHA) haben zwei Verfahren zur Überprüfung von Bettensteuersatzungen vor das Bundesverwaltungsgericht getragen. Das Bundesverwaltungsgericht hat mit Urteilen vom 11. Juli 2012 die Bettensteuersatzungen der Städte Bingen und Trier in Rheinland-Pfalz für nichtig erklärt. Zumindest dürfen nach den Urteilen für Übernachtungen, die geschäftlich im weitesten Sinne veranlasst sind, keine Bettensteuern erhoben werden.

Aus den vorgenannten Urteilen folgern einige Städte, dass es möglich sei, privat veranlasste Übernachtungen mit Bettensteuern zu belegen. Diese Auffassung ist aber schon juristisch nicht haltbar.

Keine Steuererhebung auf Verdacht

Aus den Urteilen des Bundesverwaltungsgerichtes ergeben sich für die Städte und Gemeinden als Satzungsgeber enge Grenzen für den Erlass einer mit der bundesverwaltungsgerichtlichen Rechtsprechung übereinstimmenden Satzung. Die Entscheidungen haben zur Konsequenz, dass bereits die Satzungen selbst – sollten sich die Kommunen





für den Erlass einer solchen entscheiden – eine eindeutige Unterscheidung zwischen beruflich bedingten und privaten Übernachtungen treffen und berufsbedingte Übernachtungen von der Bettensteuer ausnehmen müssen. Damit sind von vornherein Konstellationen ausgeschlossen, in denen zunächst von allen Übernachtungsgästen eine Abgabe erhoben wird und sich diejenigen die Abgabe zurückerstatten lassen können, die aus beruflichen Gründen übernachten mussten. Es ist unzulässig, eine Steuer auf „Verdacht“ zu erheben, wenn der Steuertatbestand nicht vorliegt.

Verstoß gegen Datenschutzbestimmungen

Wenn nach einer Bettensteuersatzung nur die privat veranlassenen Übernachtungen mit Bettensteuern belegt sind, müsste der Hotelier zunächst feststellen, ob die Übernachtung privat oder geschäftlich veranlasst ist. Nach vorliegender Stellung-

nahme des Landesbeauftragten für Datenschutz des Landes Nordrhein-Westfalen kommen für diese Feststellung entsprechende Erkundigungen oder Nachforschungen durch den Betreiber des Beherbergungsbetriebes beim Gast nicht in Betracht, da dieser dann als „verlängerter Arm“ der Finanzverwaltung in Erscheinung treten würde. Dies wäre datenschutzrechtlich unzulässig, denn es handelte sich nicht mehr um eine nach der Abgabenordnung zulässige Beauskunftung durch andere Personen auf ein Auskunftersuchen der Finanzbehörde. Der Betreiber des Beherbergungsbetriebes würde vielmehr als Erheber und Verarbeiter von Steuerdaten im Sinne der Abgabenordnung tätig, was rechtlich unzulässig ist.

Fazit

Die Einführung einer Bettensteuer ist rechtlich unzulässig und damit faktisch rechtswidrig, selbst wenn sie sich nur auf privat veranlasste Übernachtungen erstreckt.

Sollten Kommunen und Städte dennoch Satzungen zur Erhebung von Bettensteuern für privat veranlasste Übernachtungen erlassen oder an ihnen festhalten wollen, können die Gäste, deren Arbeitgeber oder eben auch die Betreiber der Beherbergungsbetriebe hiergegen bei den Verwaltungs- und Verfassungsgerichten Rechtsmittel einlegen.

Faktisch und juristisch ist eine Unterscheidung zwischen privat und geschäftlich veranlassenen Übernachtungen nicht möglich. Schließlich könnte jeder Gast behaupten, geschäftlich unterwegs zu sein um somit nicht der Bettensteuer zu unterliegen. Zu Recht haben die Leipziger Richter darauf hingewiesen, dass der Steuerehrliche nicht der Dumme sein dürfe.

Recht und Steuern

Im Sinne seiner Unternehmer kämpft der DEHOGA für vernünftige rechtliche Rahmenbedingungen. Darüber hinaus ist ein faires und wachstumsfreundliches Steuerrecht Voraussetzung für wirtschaftliche Dynamik. Neben dem Branchenthema Nummer 1 Mehrwertsteuer standen für den DEHOGA im Berichtszeitraum die Themen der geplanten Änderung der Spielverordnung, Erhöhung der Umlage nach dem Gesetz über erneuerbare Energien und das Melderecht auf der Agenda ganz oben.

Geplante Änderung der Spielverordnung

Mit großer Besorgnis hat der DEHOGA von dem Entwurf der 6. Verordnung zur Änderung der Spielverordnung (SpielV) Kenntnis erlangt.

Der DEHOGA sieht insbesondere die geplante Änderung in § 3 Absatz 1 SpielV kritisch, nach dem die Anzahl der in Gaststätten aufstellbaren Geldspielgeräte von drei auf nur noch ein Gerät reduziert werden soll.

Der DEHOGA hat in seiner Stellungnahme an die Politik deutlich gemacht, dass die geplante Änderung fatale Auswirkungen gerade auf kleine Gastronomiebetriebe hat. Eine Vielzahl von kleineren getränkegeprägten Gastronomiebetrieben, die durch das Aufstellen von Geldspielgeräten zumindest einen Teil ihrer Gäste binden, ist auf die regelmäßigen Einnahmen angewiesen. Sie stellen eine wichtige Einnahmequelle dar. Für die Gastronomiebetriebe, die in vielen Fällen als kleine und mittlere Familienbetriebe geführt werden, ist der Betrieb der Geldspielgeräte ein unverzichtbarer Beitrag zur Fixkosten-Deckung und stellt somit eine unentbehrliche Basis für den gastronomischen Betrieb dar.

Die Reduzierung der Anzahl der Geldspielgeräte in Gaststätten soll in erster Linie dem Jugendschutz



dienen, um zu verhindern, dass Jugendliche und Minderjährige Zugang zu gewerblichen Geldspielen haben. Dieser Ansatz läuft in solchen Betrieben per se aufgrund der Betriebsstruktur und -lage leer, zu denen Jugendliche keinen Zugang haben oder die nur in sehr geringem Maße von Jugendlichen frequentiert werden, wie z.B. Autobahnraststätten bzw. -rasthöfe. Diese dienen vorwiegend LKW- und Omnibusfahrern zum Aufenthalt während ihrer gesetzlich vorgeschriebenen Ruhepausen sowie PKW-Fahrern auf der Durchreise. In der Regel sind dies Personen, die einen Führerschein besitzen, der erst ab 18 Jahren erworben werden kann. Insoweit besteht bei diesen Betrieben nicht die Gefahr, dass sie von Jugendlichen unter 18 Jahren aufgesucht werden und ihnen damit das Spielen an Geldspielgeräten ermöglicht wird. Zudem gibt es gastronomische Betriebe, zu denen der Betreiber bewusst Jugendlichen den Zutritt untersagt, z.B. Diskotheken und Barbetriebe, oder in denen gesetzliche Zutrittsverbote bestehen, wie beispielsweise in Raucherkeipen, etc. Der DEHOGA wird sich im weiteren Gesetzgebungsverfahren dafür stark machen, dass die Anzahl der aufstellbaren Spielgeräte unverändert bei drei Geräten bleibt.

EEG Umlage

Mit der sogenannten Energiewende wurde das Ziel festgeschrieben, bis zum Jahr 2020 insgesamt 35 Prozent des Stroms aus erneuerbaren Energien zu erzeugen, derzeit sind es 25 Prozent. Um dieses Ziel zu erreichen, wird jeder gefördert, der Strom aus erneuerbarer Energie erzeugt und in das Stromnetz einspeist. Um entsprechende Anreize für Stromerzeuger zu schaffen, sind Anlagebetreibern die Vergütungssätze ab dem Zeitpunkt der Inbetriebnahme der Anlage im Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG) staatlich für 20 Jahre garantiert, unabhängig von Angebot und Nachfrage.

Weil die Vergütungssätze für die Stromerzeuger aus erneuerbarer Energie gesetzlich festgelegt sind, der Strom an den Börsen aber günstiger gehandelt wird, wird die Differenz von Vergütung und Marktpreis in Form der EEG-Umlage festgelegt. Diese wird auf jede verbrauchte Kilowattstunde vom Stromanbieter in der Rechnung einfach aufgeschlagen.



Im Jahr 2012 betrug die EEG-Umlage 3,59 Cent, im Jahr 2013 ist diese auf 5,277 Cent pro Kilowattstunde gestiegen! Das sind 1,687 Cent pro Kilowattstunde Kostensteigerung! Eine Umfrage des DEHOGA hat ergeben, dass dadurch die durchschnittlich Mehrbelastung für einen Gastronomiebetrieb bei 1.100 Euro, bei einem Hotelbetrieb sogar bei durchschnittlich 5.300 Euro pro Jahr liegt.

Der DEHOGA fordert eine schnelle Novellierung des EEG, damit der ökologische Ausbau der erneuerbaren Energien nicht zu einer Standortbelastung für den Mittelstand wird. Zudem sollte die Politik Lösungswege zu Finanzierungsalternativen zur derzeitigen EEG-Umlage suchen.

Hotelmelderecht: Erleichterungen in Sicht

Am 26. April 2012 hat der Deutsche Bundestag den Gesetzentwurf zur Änderung des Melderechts in erster Lesung debattiert. Am 28. Juni 2012 hat der Deutsche Bundestag mit den Stimmen der Regierungskoalition den Gesetzentwurf mit einigen Änderungen in 2. und 3. Lesung beschlossen.

Am 21. September 2012 hat der Bundesrat beschlossen, den Vermittlungsausschuss anzurufen. Ziel ist es, bei einfachen Melderegisterauskünften zu Zwecken der Werbung und des Adresshandels eine Einwilligungsregelung und bei Auskünften zu gewerblichen Zwecken allgemein eine Zweckbindung einzuführen. Außerdem wird sich der Vermittlungsausschuss mit der Meldepflicht von Berufs- und Zeitsoldaten sowie Polizeibeamten in Gemeinschaftsunterkünften befassen.

Bereits in der Entstehungsphase des Gesetzentwurfes haben sich der Hotelverband Deutschland (IHA) und der DEHOGA mit Stellungnahmen und auf Anhörungen intensiv in die Diskussion um die Regelung des speziellen Hotelmelderechts eingebracht.



Das künftige Melderecht wird weitgehende Erleichterungen für die Hotellerie bringen. Zuvorderst steht hier, dass der Meldeschein mit den Gästedaten vom Hotel vorausgefüllt werden kann. Der Gast hat dann diesen Meldeschein lediglich noch zu unterschreiben. Weiterhin wird die Aufbewahrungsfrist für die Meldescheine praxistauglicher ausgestaltet. Meldescheine müssen nach dem Willen des Gesetzgebers dann ein Jahr ab dem Anreisedatum aufbewahrt werden; danach hat der Hotelier drei Monate Zeit, die Scheine zu vernichten.

Allerdings wurden nicht alle Forderungen der Branche aufgenommen. Bis zuletzt hat sich das BMI dagegen gestellt, die Gesetzesgrundlage für einen komplett elektronischen Check-in zu schaffen. Ebenfalls wird die im Entwurf festgesetzte Befugnis der Länder kritisch gesehen, landesrechtlich Muster für den Meldeschein festsetzen zu dürfen. Nach Auffassung des Hotelverbandes Deutschland und des DEHOGA kann dies die Bemühungen der Bundesregierung, in diesem Bereich die Bürokratiekosten zu senken, massiv konterkarieren.

Fach- und Arbeitskräftesicherung



Die Sicherung des Fach- und Arbeitskräftebedarfs ist für das arbeitsintensive Gastgewerbe eine der größten Aufgaben der kommenden Jahre. Hotellerie und Gastronomie mit ihrem hohen Anteil dual ausgebildeter Fachkräfte, den besonderen Anforderungen an die Mitarbeiter, ihren vielen Kleinbetrieben und der oft angespannten Ertragslage stehen hier vor einer besonderen Herausforderung.

Die Branche muss zur Sicherung des zukünftigen Fach- und Arbeitskräftebedarfs mehr tun als bisher. Demografischer Wandel, konjunkturelle Entwicklungen und bildungspolitische Diskussionen machen deutlich: Der Wettbewerb wächst. Es ist mit Sicherheit zu erwarten, dass die Herausforderungen in den nächsten Jahren weiter zunehmen. Ausbildung und Qualifizierung haben dabei Priorität.

In erster Linie sind die Unternehmen gefordert. Wer, wenn nicht die Branche selbst, sollte die Azubis und Mitarbeiter begeistern, sie so qualifizieren, dass sie für die Anforderungen des Arbeitslebens gut gerüstet sind und Ihnen eine attraktive berufliche Perspektive bieten?

Der DEHOGA muss und kann es sich zur Obliegenheit machen, diese Zukunftsaufgabe der Mitgliedsunternehmen zu unterstützen und Hilfestellung zu leisten. Vielfach hängt der Erfolg bei Mitarbeiter- und Nachwuchsgewinnung und -bindung von politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen

ab. Hierzu hat der DEHOGA in seinen „Standpunkten“ Positionen und Forderungen formuliert. In der politischen Interessenvertretung, der Öffentlichkeitsarbeit und der Wahrnehmung der sozialpartnerschaftlichen Rolle trägt der DEHOGA als Branchen-, Wirtschafts- und Arbeitgeberverband das Seine bei. Im DEHOGA schreitet die Umsetzung der vielfältigen Maßnahmen des im September 2011 verabschiedeten 10-Punkte-Maßnahmenplans zur Fach- und Arbeitskräftesicherung voran. In der Publikation „Fit für die Zukunft“ sind die zehn wichtigsten Maßnahmen in vier Handlungsfeldern dargestellt. Von besonderer Bedeutung ist dabei das Ineinandergreifen der priorisierten Maßnahmen auf den unterschiedlichen Ebenen im DEHOGA Bundesverband und seinen Untergliederungen. Einige Schlaglichter:

- Erscheinen des „Wegweisers für Ausbilder“ im September 2012
- Durchführung von Ausbilder-Seminaren und Installation von Ausbildungsbotschaftern in mehreren Landesverbänden
- Ausweitung von „Ausbildung und Karriere“ auf www.dehoga.de mit Erfolgsgeschichten aus der Branche im März 2012
- Start des Projektes „INDIGHO“ zur lebensphasenorientierten Arbeitszeitgestaltung im April 2012
- Abschluss von Sozialpartnervereinbarungen im Rahmen des ESF-Programms „weiter bilden“ in vier Landesverbänden im Frühjahr 2012

Handlungsfeld Ausbildung	Handlungsfeld Mitarbeitervielfalt
1. Ausbildungsqualität sichern und verbessern <i>Ausbilder-Wegweiser, Ausbilderseminare, Dialog vor Ort</i>	6. Frauenpower demonstrieren <i>Familienfreundlichkeit, flexible Arbeitszeitmodelle und Führungsfrauen</i>
2. Eine starke Branche lebendig präsentieren <i>flächendeckendes, regionales Netzwerk von Ausbildungsverantwortlichen</i>	7. Potenziale Älterer in den Blick nehmen <i>Arbeitsgestaltung und Demografie-Instrumente</i>
3. Dem Nachwuchs im Netz begegnen <i>Webseiten für Nachwuchsmarketing und Social Media</i>	8. Freizügigkeit aktiv nutzen <i>Wissenstransfer und Branchenaktionen</i>
Handlungsfeld Weiterbildung und Karriere	Handlungsfeld Mitarbeitergewinnung und -bindung
4. Perspektiven entwickeln, Karrieren fördern <i>Erfolgsgeschichten und Durchstiegsmöglichkeiten</i>	9. Weichen in den Tarifverträgen stellen <i>Flächendeckendes Tarifgeschäft und Tarifstrategie</i>
5. Weiterbildungsangebot verstärken <i>Fortentwicklung von Weiterbildungen und eigenes Weiterbildungsangebot</i>	10. Handlungsmuster hinterfragen <i>Kein bloßes „Weiter so“</i>

Berufsaus- und Weiterbildung

Bundesausschuss für Berufsbildung

Für Bildungsthemen der Branche, insbesondere für die berufliche Aus- und Weiterbildung, ist im DEHOGA der Bundesausschuss für Berufsbildung zuständig. Der BAB 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) und die Schulleiter der Hotelfachschulen in Berlin, Dortmund, Hamburg, Hannover, Heidelberg, Leipzig und Saarbrücken sowie der Dualen Hochschule Baden-Württemberg Ravensburg sind als ständige Gäste im Bundesausschuss für Berufsbildung vertreten.

In seiner Sitzung am 14./15. Mai 2012 in Potsdam hat der Bundesausschuss für Berufsbildung einen neuen Vorstand gewählt: Vorsitzende bleibt für die nächsten vier Jahre Eva Rühle, Rehabilitationsklinik „Schwäbische Alb“ in Bad Urach. Als Stellvertreter stehen ihr zur Seite: Armin Schumann, Café Restaurant Luisenhof in Dresden, Ursula Blasius, Restaurant Ratsstube Blasius in Merzig und Hans Schneider, Landgasthof-Hotel Riesengebirge in Neuhof. Eine weitere Sitzung fand anlässlich der Deutschen Jugendmeisterschaften am 21. Oktober 2012 in Königswinter statt.

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 Berufsaus- und Weiterbildung herbeizuführen.



Der in der Sitzung am 14./15. Mai 2012 für vier Jahre gewählte Vorstand des Bundesausschusses für Berufsbildung: Vorsitzende Eva Rühle, Rehabilitationsklinik „Schwäbische Alb“ in Bad Urach (2.v.r.) mit ihren drei Stellvertretern Armin Schumann, Café Restaurant Luisenhof in Dresden, Ursula Blasius, Restaurant Ratsstube Blasius in Merzig und Hans Schneider (r.), Landgasthof-Hotel Riesengebirge in Neuhof.

Aktueller gastgewerblicher Ausbildungsmarkt

Im Ausbildungsjahr 2011 machte sich der Rückgang der Schulabgängerzahlen erneut deutlich bei den Ausbildungszahlen in den gastgewerblichen Berufen bemerkbar. Zur demografischen Entwicklung kam eine weiter steigende Studierendenquote; auch wächst, bedingt durch die Konjunkturbelebung, in den Industriebranchen wieder das Interesse an Ausbildung. Die doppelten Abiturientenjahrgänge sowie die Aussetzung der Wehrpflicht spiegeln sich auf dem Ausbildungsmarkt kaum wieder. All dies führt dazu, dass Hotellerie und Gastronomie sich mit ihrem Werben um geeignete und motivierte Auszubildende in einem zunehmend schwierigen Wettbewerb befinden. Erkennbar ist das Bemühen der gastgewerblichen Unternehmen, im Interesse der zukünftigen Fachkräftesicherung durch weiter starkes Ausbildungsengagement dem Rückgang entgegenzuwirken.

Das Gastgewerbe ist eine starke Ausbildungsbranche, die sechs gastgewerblichen Berufe haben einen Anteil von über sechs Prozent an allen neu abgeschlossenen Ausbildungsverträgen. Rund

77.000 junge Menschen lernen einen der gastgewerblichen Berufe. Dabei sind die vielfach in der Branche stattfindenden Ausbildungen in anderen anerkannten Ausbildungsberufen (z.B. Veranstaltungskaufmann/-frau, Kaufmann für Tourismus und Freizeit, Büroberufe und andere), schulische Ausbildungen sowie duale Studiengänge noch nicht mitgerechnet. Das Gastgewerbe trägt damit maßgeblich dazu bei, dass Schulabgängern und selbst den sogenannten „Altbewerbern“ vielfältige und differenzierte Möglichkeiten des Einstiegs in ihr Berufsleben angeboten werden können. Die im europäischen Vergleich sehr geringe Jugendarbeitslosigkeit spricht eine klare Sprache für den Erfolg des dualen Systems.

Dennoch beläuft sich der Rückgang bei den Neuverträgen auf -11,4 Prozent, bei den bestehenden Ausbildungsverhältnissen im Gastgewerbe auf -11,3 Prozent. Am stärksten ist die rückläufige Entwicklung bei den Restaurantfachleuten und bei den Köchen.

Der aktuelle Ausbildungsstellenmarkt der Bundesagentur für Arbeit für das Vermittlungsjahr 2011/2012 verzeichnet erneut eine rückläufige Zahl von Ausbildungsplatzbewerbern in allen gastgewerblichen Bereichen. Rund 6.800 Ausbildungsplätze in Speisenzubereitung, Hotellerie und Gas-

tronomie waren Ende September 2012 noch frei. Trotz des aus Sicht der Unternehmen teilweise extrem angespannten Ausbildungsmarktes findet allerdings eine wachsende Zahl von Jugendlichen keinen Ausbildungsplatz, meist aufgrund schlechter schulischer Qualifikation oder fehlender Sozialkompetenz. Dieser Mismatch muss bildungspolitisch dringend angepackt werden.

„Wegweiser für Ausbilder“ erschienen

Nichts ist so gut, dass es nicht noch besser werden könnte. Die Qualitätssicherung der Ausbildung ist eine Daueraufgabe für jedes einzelne Ausbildungsunternehmen sowie für den DEHOGA und die Partner im dualen System. Aus diesem Grund hat der DEHOGA Bundesverband den neuen „Wegweiser für Ausbilder – Erfolg durch Ausbildungsqualität“ veröffentlicht.

Der im September 2012 erschienene knapp 160 Seiten starke Wegweiser ist Bestandteil der „Initiative Ausbildungsqualität“. Er enthält neben knapp gefassten fachlichen und rechtlichen Informationen zu allen Themen rund um Nachwuchsgewinnung, Ausbildungsorganisation und Karriereplanung vor allem jede Menge praktische Arbeitshilfen: Die zahlreichen Muster und Checklisten finden sich alle auch auf einer beiliegenden

Ausbildungsstellenmarkt der Bundesagentur für Arbeit

Ausbildungsjahr 2011/2012, Stichtag: 30. September 2012

Berufsgruppe (nach Berufsklassif. 2010)	Berufsausbildungsstellen				Bewerber für Berufsausbildungsstellen			
	gemeldet seit Beginn des Berichtsjahres		darunter unbesetzte Stellen		gemeldet seit Beginn des Berichtsjahres		darunter unversorgte Bewerber	
	Anzahl	Veränderung zum Vorjahr	Anzahl	Veränderung zum Vorjahr	Anzahl	Veränderung zum Vorjahr	Anzahl	Veränderung zum Vorjahr
293 Speisenzubereitung	11.385	-6,6%	2.330	+14,2%	17.081	-7,5%	368	+37,5%
632 Hotellerie	7.039	-6,0%	1.636	+12,4%	11.964	+0,1%	151	+28,0%
633 Gastronomie	6.165	-12,3%	2.805	+2,8%	17.466	-4,3%	229	+44,0%

Quelle: Bundesagentur für Arbeit

Entwicklung aller fortbestehenden und neu begonnenen gastgewerblichen Ausbildungsverhältnisse 2010 bis 2011

Beruf	2010	2011	Entwicklung 2010 zu 2011
Koch/Köchin	33.798	29.374	-13,1%
Restaurantfachmann/-frau	12.183	10.095	-17,1%
Hotelfachmann/-frau	27.060	25.170	-7,0%
Hotelkaufmann/-frau	1.019	1.032	1,3%
Fachmann/-frau für Systemgastronomie	6.598	5.837	-11,5%
Fachkraft im Gastgewerbe	6.229	5.589	-10,3%
Summe	86.887	77.097	-11,3%

DEHOGA-Statistik, Quelle: DIHK; Stand Februar 2012

Aktuelle Entwicklung der neu abgeschlossenen Ausbildungsverhältnisse nach Berufen 2010 bis 2011

Beruf	2010	2011	Entwicklung 2010 zu 2011
Koch/Köchin	14.026	12.012	-14,4%
Restaurantfachmann/-frau	5.212	4.368	-16,2%
Hotelfachmann/-frau	11.157	10.446	-6,4%
Hotelkaufmann/-frau	423	412	-2,6%
Fachmann/-frau für Systemgastronomie	2.543	2.278	-10,4%
Fachkraft im Gastgewerbe	3.461	3.095	-10,6%
Summe	36.822	32.611	-11,4%

DEHOGA-Statistik, Quelle: DIHK; Stand Februar 2012

Entwicklung aller fortbestehenden und neu begonnenen gastgewerblichen Ausbildungsverhältnisse 1998 bis 2011

Jahr	Ausbildungsverhältnis	Entwicklung
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 %
2010	86.887	-9,6 %
2011	77.097	-11,3 %

DEHOGA-Statistik, Quelle: DIHK; Stand Februar 2012

Entwicklung der neu begonnenen gastgewerblichen Ausbildungsverhältnisse 1998 bis 2011

Jahr	Ausbildungsverhältnis	Entwicklung
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 %
2010	36.822	-5,9 %
2011	32.611	-11,4 %

DEHOGA-Statistik, Quelle: DIHK; Stand Februar 2012

CD-ROM. In den Praxis-Tipps erfolgreicher Ausbilder wird beispielsweise erklärt, wie man als Ausbilder ein erfolgreiches Schnupperpraktikum für Schüler gestaltet, wie der erste Ausbildungstag geplant werden kann oder wie das Auswahlverfahren organisiert und bewertet wird. Der Wegweiser ist geeignet für Betriebe, die neu mit der Ausbildung beginnen, sowie für junge Fachkräfte, die erstmals in Ausbildungsverantwortung gelangen. Er richtet sich aber gleichermaßen an die „alten Hasen“ unter den Ausbildern. Der „Wegweiser für Ausbilder – Erfolg durch Ausbildungsqualität“ kann im DEHOGA Shop zum Mitgliederpreis von 19,90 Euro (für Nichtmitglieder 29,90 Euro) bestellt werden.

Fort- und Weiterbildungsmarkt

1.700 Teilnehmer (und damit ein Plus von rund 25 Prozent) haben im Jahr 2011 an einer IHK-Prüfung für eine gastgewerbliche Fortbildung teilgenommen. Wachsende Teilnehmerzahlen verzeichnen auch die Weiterbildungen an den Hotelfachschulen und Hochschulen sowie die Akademien und Weiterbildungseinrichtungen der DEHOGA-Familie.

Eine detaillierte Darstellung der vielfältigen Weiterbildungsmöglichkeiten im Gastgewerbe findet sich im Karriere-Kapitel unter www.dehoga.de.

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 und bietet zahlreiche ein- und mehrtägige Seminare für Fach- und Führungskräfte aus dem Hotel- und Gaststättengewerbe, Kur- und Fremdenverkehr, Reisebüro- und Reiseveranstalterbereich, der Freizeitwirtschaft

und dem Bildungsbereich an. 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.

Im Jahr 2012 wurden insgesamt 120 Seminare mit fast 1.600 Teilnehmern innerhalb und außerhalb Berlins durchgeführt. Dazu kommen zahlreiche In-house-Seminare für einzelne Unternehmen oder Kooperationen. Rund 30 Prozent der Teilnehmer kommen aus dem Gastgewerbe, die Mehrzahl davon aus kleineren und mittleren Unternehmen.

Ausbildung im Gastgewerbe heute und morgen

Die Auszubildenden von heute sind die Fachkräfte von morgen. 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. Diese Aufgabe hat für den DEHOGA Priorität.

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. Auch wenn die Akademisierung, insbesondere durch duale Studiengänge, auch in unserer Branche zunehmend Einzug hält, wird

der überwiegende Teil der Fachkräfte nach Einschätzung des DEHOGA weiter aus dem dualen Ausbildungssystem hervorgehen. Ergänzt wird dieses Ausbildungssystem durch die berufliche und hochschulische Weiterbildung.

Struktur und Inhalte der sechs gastgewerblichen Ausbildungsberufe

- 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 Gäs-

ten, 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.

Im Frühjahr 2012 hat der DEHOGA einen internen Diskussionsprozess für eine Aktualisierung der Ausbildungsinhalte eingeleitet. Dieser Prozess wird fortgeführt, intensiviert und strukturiert und soll in ein Neuordnungsverfahren der Ausbildungsordnungen münden.

- 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 Deutschem Industrie- und Handelskammertag (DIHK) „Berufsausbildung im Gastgewerbe“, die bei den örtlichen Industrie- und Handelskammern erhältlich ist, sowie die „Erläuterungen zur Ausbildungsordnung“, welche durch das Bundesinstitut für Berufsbildung herausgegeben werden.

- Der Azubi-Bewerber-Knigge gibt Tipps für die einzelnen Phasen der Bewerbung um einen Ausbildungsplatz in Hotellerie und Gastronomie. Der Knigge kann in der Rubrik „Ausbildung und Karriere“ unter www.dehoga.de eingesehen oder unter www.dehoga-shop.de bestellt werden.

Berufsbildungspolitik

Die duale Berufsausbildung in Deutschland ist ein Erfolgsmodell. Damit sie weiterhin ihre Stärken – Vermittlung von Handlungskompetenz und Orientierung am Bedarf – ausspielen kann, sind alle Bildungsakteure gefordert.

Das Berufsprinzip muss ernst genommen werden und notwendige Modernisierungsmaßnahmen dürfen nicht dazu führen, dass Ausbildungsgänge unnötig verschult oder zergliedert (modularisiert) werden und dadurch ihr großer Vorteil einer Orientierung am Arbeitsmarkt verloren geht. Dies muss insbesondere im Rahmen der vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geplanten „Ausbildungsbausteine“ für die Fachkraft im Gastgewerbe beachtet werden. Die bloße Summe von Bausteinen ist qualitativ mit einer dualen betrieblichen Ausbildung nicht gleichzusetzen.

Die Unternehmen sind bei der Ausbildung pragmatisch zu unterstützen. Besondere Bedeutung hat die Förderung bei Ausbildung lernschwächerer Jugendlicher, z.B. durch ausbildungsbegleitende Hilfen (abH).

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 immer noch viel

zu viele Schüler die Schule ohne Abschluss verlassen. Selbst etlichen Jugendlichen mit Schulabschluss fehlen oftmals einfachste Basiskenntnisse, z.B. in Mathematik oder Deutsch, und insbesondere grundlegende soziale Kompetenzen, 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 Lehreraus- und -fortbildung widmen. Mit Sorge beobachtet der DEHOGA in diesem Zusammenhang auch die Tendenz, weniger Fachpraxislehrer an den Berufsschulen einzusetzen.

Die Industrie- und Handelskammern als „zuständige Stellen“ im Sinne des Berufsbildungsgesetzes sind gefordert, die Eignung der Ausbildungsstätten und die Einhaltung der Ausbildungsstandards effektiv zu überwachen und konsequent sicherzustellen. Die Sicherung und Verbesserung der Ausbildungsqualität kann nur im Dialog mit den Branchenvertretern vor Ort gelingen.

Berufsbildung ist eine Gemeinschaftsaufgabe. Packen wir sie gemeinsam an!

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 Tarifrecht sowie Arbeits- und Sozialrecht und soll die qualifizierte Meinungsbildung auf Bundesebene fördern.

Der Bundesausschuss für Arbeitsmarkt- und Tarifpolitik hat in seiner Sitzung am 1. Oktober 2012 in Mannheim seinen Vorstand für die nächsten vier Jahre neu gewählt. Ausschussvorsitzender Fritz Engelhardt, Inhaber des Hotel Garni Engelhardt in Pfullingen, wurde in seinem Amt einstimmig bestätigt. Als Stellvertreter stehen ihm auch weiterhin Dierk Kraushaar und Marc-Andreas Kühnelt zur Seite.

Tarifpolitik

Auch das Jahr 2012 war wieder von großer tarifpolitischer Aktivität geprägt: In Brandenburg, Bremen, Hamburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Nordrhein-Westfalen, dem Saarland, Sachsen-Anhalt und Schleswig-Holstein sind aktualisierte Entgelttarifverträge in Kraft getreten. Damit gibt es zum Redaktionsschluss (12. Dezember 2012) in allen DEHOGA-Tarifverträgen gültige Entgelttarifverträge. Der Spezialentgelttarifvertrag für die Systemgastronomie ist gekündigt und wird zur Zeit verhandelt.

Tarifanalyse

Die mit der Gewerkschaft NGG vereinbarten Tarifentgelte sehen, der allgemeinen Lohn- und Kauf-

kraftentwicklung folgend, deutlich höhere Lohnsteigerungen vor als in den Vorjahren. Die jeweils letzten Tarifrunden beliefen sich in den Ländern nach Westrick-Formel (bereinigt um Laufzeiteffekte, Leermonate und Einmalzahlungen) auf Lohnsteigerungen zwischen 2,04 Prozent und 7,29 Prozent (in vielen Tarifgebieten differenziert nach Tarifgruppen). Im Fünf-Jahres-Mittel (2008 bis 2012) liegen die Steigerungsraten zwischen 1,43 Prozent und 4,03 Prozent. Das Statistische Bundesamt meldete mit Stand Jahresmitte aufgrund der guten Konjunktur den stärksten Anstieg der tariflichen Monatsverdienste seit 2008.

Die Entgeltunterschiede in den verschiedenen Tarifgebieten und im Ost-West-Vergleich werden zunehmend geringer; sie sind allerdings aufgrund der sehr unterschiedlichen wirtschaftlichen Situation der Betriebe in den verschiedenen Bundesländern und den ebenfalls sehr unterschiedlichen Lebenshaltungskosten nach wie vor beträchtlich. Die untersten geltenden Tariflöhne haben eine Spreizung zwischen 6,42 Euro pro Stunde (Brandenburg) und 9,14 Euro (Hessen). Festzustellen sind bei den Abschlüssen der zweiten Jahreshälfte 2012 sehr lange Laufzeiten, in der Spitze bis zu 48 Monaten (Sachsen-Anhalt) bzw. 39 Monaten (Brandenburg).

In NRW hat das Ministerium für Arbeit, Integration und Soziales am 20. November 2012 die untersten beiden Entgeltgruppen des Entgelttarifvertrages vom 1. Mai 2012 rückwirkend zum 4. September 2012 für allgemeinverbindlich erklärt. Auch in Niedersachsen sind seit dem 1. Dezember 2011 die beiden unteren Tarifgruppen allgemeinverbindlich.



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

Die Ausbildungsvergütungen wurden im letzten Jahr in mehreren Tarifgebieten überproportional erhöht. Die Steigerungsraten lagen hier in den jeweils letzten Tarifrunden nach Westrick-Formel zwischen 1,7 Prozent und 12,6 Prozent (je nach Tarifgebiet und Ausbildungsjahr). In absoluten Zahlen liegen die Ausbildungsvergütungen aktuell im ersten Ausbildungsjahr in den verschiedenen Tarifgebieten zwischen 400 Euro und 640 Euro.

Tarifsynopse und Tarif-News

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: Juli 2012).

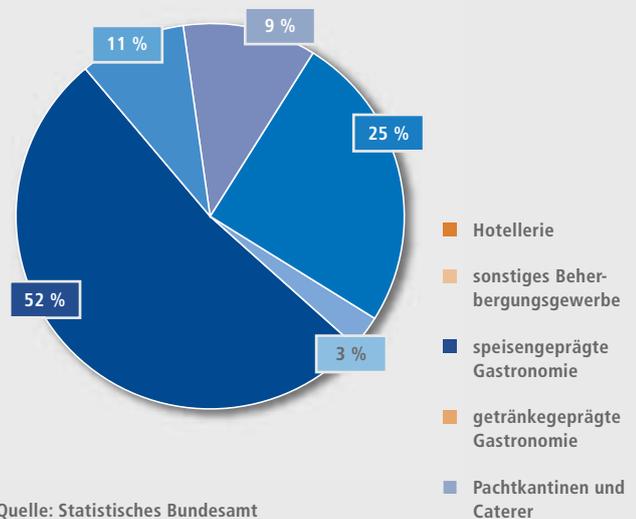


In bisher 14 Ausgaben ist im Jahr 2012 der Tarifnewsletter des DEHOGA Bundesverbandes erschienen, der die rund 250 Mitglieder der Tarifkommissionen der Länder über tarifliche Entwicklungen im DEHOGA und in anderen Branchen sowie über tarifpolitische Diskussionen informiert.

Beschäftigung im Gastgewerbe

Das Gastgewerbe in Deutschland ist ein echter und nachhaltiger Jobmotor! In den letzten zehn Jahren ist die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Hotellerie und Gastronomie um mehr als 105.000 gestiegen. Das ist ein Wachstum um 13,3 Prozent, während das Plus in der Gesamtwirtschaft lediglich bei 4,8 Prozent lag. Fast jeder

Beschäftigtenanteile im Gastgewerbe 2011 (Arbeitnehmer)



fünfte neue sozialversicherungspflichtige Arbeitsplatz ist in den letzten zehn Jahren im Gastgewerbe entstanden!

Derzeit liegen die Zahlen für die sozialversicherungspflichtige Beschäftigung auf einem Allzeit-Hoch: Nach aktuellsten Zahlen der Bundesagentur für Arbeit gab es im September 2012 im Gastgewerbe insgesamt 918.700 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte.

Nach Segmenten bedeutet dies: Mit Stand 31. März 2012 (Bundesagentur für Arbeit, veröffentlicht Oktober 2012) waren 259.167 Menschen im Beherbergungsgewerbe sozialversicherungspflichtig beschäftigt (+3,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitpunkt), im Gaststättengewerbe waren es 475.277 (+4,3 Prozent) und bei den Pachtkantinen und Caterern 122.517 (+7,8 Prozent).

Die Zahl der bei den Arbeitsagenturen gemeldeten offenen Stellen im Gastgewerbe lag im Oktober 2012 bei 26.724, was gegenüber dem Vorjahr ein Minus von 4,4 Prozent bedeutet (Beherbergung: 9.050, Gastronomie: 17.674). Die meisten offenen Stellen sind für Köche und Kellner/Stewards ausgeschrieben. Die Unternehmen stellen nahezu durchweg fest, dass es schwieriger wird, geeignete und motivierte Fachkräfte zu finden. Vakanzenzeiten

(d.h. die Zeit zwischen gewünschter und tatsächlicher Besetzung) sowie Kompromisse bei der Mitarbeiterauswahl nehmen zu.

Mindestlohn: Hände weg von politisch-staatlichen Lohnvorgaben. Vorfahrt für die Tarifhoheit!

Immer wieder gibt es im politischen Raum Rufe nach der Einführung eines Mindestlohns über Gesetz. Während sich der DGB sowie die Parteien SPD, Bündnis 90/Die Grünen und Die LINKE für die Einführung eines bundeseinheitlichen gesetzlichen Mindestlohns in Höhe von 8,50 Euro pro Stunde oder mehr aussprechen, verfolgen Teile der Union den Weg über eine allgemein verbindliche Lohnuntergrenze, die über eine Kommission festgelegt werden soll. Zuletzt hatte Thüringen im September 2012 über den Bundesrat den Gesetzesantrag auf Einführung eines branchen- und bundeseinheitlichen Mindestlohns auf diesem Weg eingebracht.

Lohnfindung ist jedoch nicht Sache des Staates sondern der Tarifvertragsparteien. Das Gastgewerbe steht zu seiner tarifpolitischen Verantwortung und kann gültige Entgelttarifverträge in allen Regionen aufweisen. Die Tarifvertragspartner berücksichtigen bei ihren Abschlüssen verantwortungsvoll die Wirtschaftskraft der jeweiligen Region und der Unternehmen sowie die Lebenshaltungskosten. Die Festlegung einer politisch-staatlichen Lohnuntergrenze durch eine Kommission, auch wenn in diese nebst einem Schlichter einzelne Arbeitgeber- und Arbeitnehmervertretern durch die Dachorganisationen berufen werden, hat dagegen mit grundgesetzlich geschützter Tarifautonomie und mit einem durch Arbeitgeberverbände und Gewerkschaften ausgehandelten Tarif nichts zu tun. Staatliche Lohnfestsetzung, wie auch immer sie betitelt und organisiert wird, kann niemals Marktgegebenheiten Rechnung tragen, sondern wird immer politischen und Wahl-

kampfwängen folgen. Es kann und darf jedoch nicht sein, dass Lohnhöhen sich nicht mehr nach Produktivität und Arbeitsmarktgesichtspunkten, sondern nach Wahlversprechen der Parteien richten. Auch eine Mindestlohnkommission würde die Debatte über die Mindestlohnhöhe nicht der Parteipolitik entziehen.



Eine Gleichmacherei durch Mindestlöhne hätte weiter fatale Auswirkungen für Arbeitsplätze und Unternehmen. Ferner ist zu berücksichtigen, dass eine unterste Lohngruppe nie isoliert betrachtet werden kann. Gesehen werden muss – gerade auch im Interesse der Fachkräftesicherung – das gesamte Entgeltgefüge, in dem der Stundenlohn für die ungelernete Hilfskraft ohne Berufserfahrung sich doch deutlich vom Stundenlohn der ausgebildeten Fachkraft unterscheiden sollte.

Das größte Armutsrisiko ist Arbeitslosigkeit. Der gerade mühsam auf Langzeitarbeitslose und Geringqualifizierte übergeschwappte Aufschwung auf dem Arbeitsmarkt wäre für diese Gruppen schnell wieder beendet. Das ist alles andere als sozial. Die

hervorragende Arbeitsmarktbilanz in Deutschland beweist, dass wir ohne Mindestlohn bislang gut gefahren sind. Deutschland weist eine deutliche niedrigere Arbeitslosigkeit und eine bessere Entwicklung auf, als die EU-Staaten mit Mindestlöhnen. Insbesondere bei der Beschäftigung junger Menschen und bei der Entwicklung der Arbeitsmarktchancen für Geringqualifizierte heben wir uns positiv ab.

Der DEHOGA wird im Sinne eines stabilen, wirtschaftlich verantwortungsbewussten und in sich stimmigen Tarifgefüges in Hotellerie und Gastronomie die weiteren Gespräche führen. Den Primat der Tarifverträge werden wir hochhalten.

Minijob-Neuregelung verabschiedet

Am 23. November 2012 hat der Bundesrat dem Gesetzentwurf der Koalition zu einigen Neuregelungen bei den Minijobs zugestimmt. Zum 1. Januar 2013 steigt damit die Verdienstgrenze bei den für den Arbeitnehmer sozialversicherungsfreien Minijobs von 400 auf 450 Euro. In der sogenannten Gleitzone, innerhalb derer die Arbeitnehmer-Sozialversicherungsbeiträge langsam bis zum Normallohn ansteigen, steigt die Verdienstgrenze von 800 auf 850 Euro. Weiter wird das Regel-Ausnahme-Verhältnis bzgl. der Rentenversicherungsfreiheit umgedreht, d.h. die bisherige Versicherungsfreiheit mit der Möglichkeit der vollen Versicherungspflicht wird in eine Rentenversicherungspflicht mit Befreiungsmöglichkeit umgewandelt.

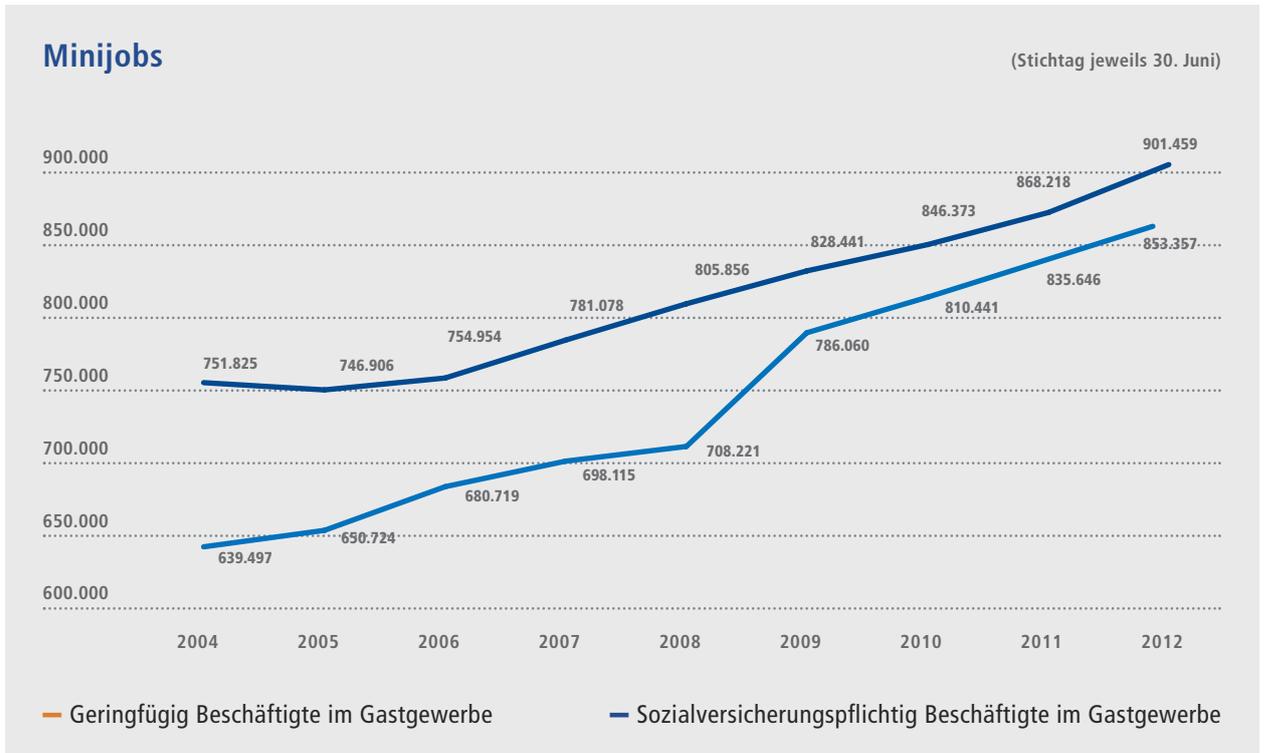
Bei dieser kleinen Reform geht es nicht um eine Ausweitung oder arbeitsmarktpolitische Umwertung der Minijobs, sondern lediglich um eine Anpassung an die Lohnentwicklung seit der letzten Anhebung der Grenze im Jahr 2003. Es ist deshalb davon auszugehen, dass die Anhebung kaum beschäftigungspolitische Auswirkungen haben wird.



Wichtig für gastgewerbliche Arbeitgeber: Zahlreiche Übergangsvorschriften des neuen Gesetzes führen zur unterschiedlichen Behandlung von ab dem 1. Januar 2013 begründeten Arbeitsverhältnissen im Vergleich zu bereits bestehenden Arbeitsverhältnissen. Die Einzelheiten dazu hat der DEHOGA in einem Merkblatt dargestellt. Für die Umsetzung im Betrieb steht eine Checkliste zur Verfügung.

Obwohl sich die Minijobs in den vergangenen Jahren als erfolgreiches Stück Arbeitsmarkt etabliert haben, wurden aus Anlass der aktuellen Anpassung der Verdienstgrenze erneut Stimmen laut, die sie durch Verteuerung und Bürokratisierung für Arbeitgeber und Arbeitnehmer unattraktiv machen wollen. Die Vorschläge reichen von einer Abschaffung der geringfügigen Nebenbeschäftigung über die Begrenzung der Höchststundenzahl bis zur völligen Abschaffung der Minijobs. Dahinter steht der Irrglaube, dass jede Art von Beschäftigung, die nicht dem Prototyp der unbefristeten, sozialversicherungspflichtigen Vollzeitbeschäftigung zu einem staatlich fixierten Mindestlohn entspricht, am besten lebenslang beim gleichen Arbeitgeber, „prekär“ sei und bekämpft werden müsse. Diese Position ist ideologisch, verantwortungslos und verkennt die wirtschaftliche Realität.

Insbesondere muss darauf hingewiesen werden, dass es entgegen immer wiederkehrender anders-



lautender Behauptungen im Gastgewerbe keine Verdrängung von sozialversicherungspflichtiger Beschäftigung durch Minijobs gibt. Richtig ist, dass es im Gastgewerbe eine hohe Anzahl Minijobber gibt und dass deren Zahl steigt (sowohl absolut als auch im Verhältnis zur sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung). Richtig ist jedoch auch, dass die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Branche während der gesamten Zeit seit der Minijob-Neuregelung immer dann steigt, wenn auch die Zahl der Minijobber steigt (und umgekehrt). Dies belegt, dass die Minijobs die sozialversicherungspflichtige Beschäftigung in der Branche sichern, nicht gefährden oder verdrängen.

Ein deutlich überproportionales Wachstum bei den Minijobs gab es in den letzten zehn Jahren zweimal: Das erste Mal nach der Minijob-Neuregelung zum 1. April 2003, als innerhalb von nur zwei Mo-

naten fast 130.000 geringfügig Nebenbeschäftigte im Gastgewerbe angemeldet wurden – ein klarer Beleg für die These, dass Minijobs Schwarzarbeit effizient bekämpfen. Das zweite Mal 2008/2009 in den Jahren der Wirtschafts- und Finanzkrise, als in den Industriebranchen bis zu 1,5 Mio Beschäftigte staatlich gefördert in Kurzarbeit waren. Hier diente die geringfügige Beschäftigung sicherlich als Ventil der Personalkostensteuerung, da Kurzarbeit für die gastgewerblichen Unternehmen in der Regel nicht nutzbar ist. Gleichzeitig wurde auch hier sozialversicherungspflichtige Beschäftigung in der Branche auf-, nicht etwa abgebaut!

Restaurants und Hotels sind auf die flexiblen, unbürokratischen, einfachen und rechtssicheren Minijobs angewiesen, um auf Stoßzeiten und Saisonspitzen reagieren zu können. Sie können insbesondere für wiedereinsteigende Mütter, Langzeitarbeitslose oder ungelernete Kräfte eine Brücke

in den Beruf darstellen. Der Nettoverdienst aus Minijobs fließt oftmals direkt in den Konsum und kurbelt so die Binnennachfrage an. Es gibt zudem einen evidenten Zusammenhang zwischen praxisgerechten Minijob-Regelungen (gerade auch was die Nebenbeschäftigung angeht) und dem Umfang der Schwarzarbeit. Die so häufig bemühte Belastung der sozialen Sicherungssysteme durch die Minijobs dagegen ist eine Mär.

Ausländerbeschäftigung – eine Selbstverständlichkeit wird entideologisiert

Für die Betriebe der Hotellerie und Gastronomie war es schon immer Normalität und Ausdruck von Weltoffenheit und Weltläufigkeit: Auslandsaufenthalte, internationale Lebensläufe, grenzüberschreitende Karrieren. Die Beschäftigung von ausländischen Mitarbeitern in den Betrieben in Deutschland ist dabei ebenso unabdingbar wie für die deutschen Mitarbeiter verschiedenste Stationen im In- und Ausland. Auf die Potenziale der in Deutschland lebenden Migranten für den gastgewerblichen Arbeits- und Ausbildungsmarkt mussten die Betriebe der Branche auch noch nie besonders hingewiesen werden. Enge Grenzen waren der Beschäftigung von Mitarbeitern mit ausländischem Pass jedoch bislang durch das deutsche Ausländerbeschäftigungsrecht mit seinem seit 1973 bestehenden strengen Anwerbestopp gesetzt.

Demografischer Wandel, drohender Fachkräftemangel und ein durch die gute Konjunktur entspannter Arbeitsmarkt machen es möglich: Die internationale Beschäftigung ist auf dem Weg, mehr als Chance denn als Risiko wahrgenommen zu werden. Zunächst waren es nur IT-Experten und Ingenieure, dann Akademiker allgemein, die man auf den deutschen Arbeitsmarkt lassen wollte. Die beiden EU-Osterweiterungen von 2004 und 2007 und insbesondere der Eintritt der Arbeitnehmerfreizü-

gigkeit für die meisten osteuropäischen Staaten zum 1. Mai 2011 haben Vorbehalte Lügen gestraft: Negative Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt oder das Lohnniveau in Deutschland sind ausgeblieben. Seit Mitte 2012 wirbt die Bundesregierung mit der Kampagne „Make it in Germany“ in der ganzen Welt für die Attraktivität von Arbeiten und Leben in Deutschland. Beschworen wird die Notwendigkeit einer „Willkommenskultur“ – im Gastgewerbe wahrlich eine Selbstverständlichkeit.

Und die Politik schreitet weiter voran auf diesem Weg. Im Oktober 2012 kündigte das Bundesministerium für Arbeit und Soziales ein Sonderprogramm mit einem Fördervolumen von bis zu 40 Mio Euro pro Jahr an, das jungen Menschen aus der EU bei einer Arbeits- oder Ausbildungsaufnahme in Deutschland helfen soll. Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 18 bis 35 Jahren sollen im Rahmen des Programms beispielsweise Gutscheine für Sprachkurse im Heimatland oder in Deutschland bekommen können. Auch die Kostenerstattung für Anerkennungsverfahren und -lehrgänge sollen möglich sein. Im Bereich Ausbildung werden Vermittlungsprojekte gefördert, wenn sie zusätzlich zum gesamten Vermittlungsprozess auch ausbildungsbegleitende Betreuung umfassen. Raimund Becker, Vorstand Arbeitslosenversicherung der BA, zum Programm: „Die jungen Bewerber können berufliche Perspektiven entwickeln, die Arbeitgeber können Fachkräfte-Engpässe abfedern und die Heimatländer könnten nach einer gewissen Zeit ausgebildete und erfahrene Fachkräfte zurückgewinnen.“ Der DEHOGA hat die Zielsetzung des Programms begrüßt. Unmittelbar nach Vorliegen der Förderrichtlinie um den Jahreswechsel werden die Einzelheiten durch die ZAV in der Sitzung des Bundesausschusses für Arbeitsmarkt und Tarifpolitik vorgestellt. Der DEHOGA geht davon aus, dass bereits 2013 erste regionale Projekte für das Gastgewerbe realisiert werden können.



Ein weiterer Paradigmenwechsel kündigt sich mit dem im November 2012 vorgelegten Referentenentwurf des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales zur Änderung des Ausländerbeschäftigungsrechts an. Darin wird insbesondere ein neuer Zulassungstatbestand für Absolventen von im Ausland erworbenen Berufsausbildungen zum deutschen Arbeitsmarkt ohne Vorrangprüfung vorgeschlagen. Damit wird erstmals anerkannt, dass (zumindest für bestimmte Berufe und Branchen wie das Gastgewerbe) Arbeitsmarktengpässe nicht nur bezüglich akademisch ausgebildeter Mitarbeiter bestehen und entstehen sondern auch für solche, die eine Qualifikation haben, wie sie in Deutschland einer dualen Ausbildung, ggf. mit entsprechender Weiterbildung, entspricht. Am 7. De-

zember 2012 hat der DEHOGA gegenüber dem Ministerium sowie gegenüber der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände eine ausführliche Stellungnahme abgegeben. Zwar ist aufgrund der extrem engen Reglementierung noch ein weiter Weg vom jetzt vorliegenden Verordnungsentwurf bis hin zu einer tatsächlichen Nutzbarkeit für beruflich Qualifizierte aus Drittstaaten. Die grundsätzliche Richtung lässt jedoch hoffen, dass Politik und Gesellschaft sich in nächster Zeit noch einige notwendige Schritte in Richtung auf die Bedürfnisse des Arbeitsmarktes zubewegen.

Projekt INDIGHO zur lebensphasenorientierten Arbeitsgestaltung gestartet

Wie stellen sich die Beschäftigtenstrukturen im Gastgewerbe bezüglich des Alters dar? Welche Erwartungen haben Auszubildende? Welche betrieblichen und persönlichen Faktoren begünstigen einen Wechsel bzw. Verbleib in der Branche? Wie sehen Erwerbsbiografien aus? Wie werden Betriebsübernahmen erlebt? Wie gehen Führungskräfte in der Branche mit ihrer Gesundheit um, und wie wirken sich Gesundheitskompetenzen von Führungskräften auf die Gesundheit der Mitarbeiter aus? Mit diesen und weiteren Fragen zur Beschäftigungs- und Innovationsfähigkeit im Gastgewerbe unter den Bedingungen des demografischen Wandels befasst sich das Verbundprojekt INDIGHO. Der DEHOGA Bundesverband ist Valuepartner in diesem Forschungsprojekt der Berufsgenossenschaft BGN, des Landesinstitut für Arbeitsgestaltung des Landes Nordrhein-Westfalen und der Sozialforschungsstelle der TU Dortmund. Derzeit laufen eine Onlinebefragung zur Altersstruktur in den Betrieben sowie eine Befragung von Auszubildenden. Geplant sind weiter Interviews zur Rolle von Gesundheit in der Gründungs- bzw. Übernahmephase. Erste Ergebnisse werden für Anfang 2013 erwartet.

Gespräche mit der Finanzkontrolle Schwarzarbeit fortgesetzt

Auch im Jahr 2012 wurden sowohl auf Bundesebene als auch in verschiedenen Regionen die Zusammenarbeitsgespräche mit der Finanzkontrolle Schwarzarbeit (FKS) fortgesetzt. In einem Termin gemeinsam mit Vertretern des Bundesfinanzministeriums und der Gewerkschaft NGG hat der DEHOGA Bundesverband erneut auf die Problematik teilweise unverhältnismäßiger Kontrollen in den Betrieben hingewiesen. Ein weiteres Risiko stellen die für viele Betriebe undurchschaubaren Abgrenzungsregelungen zwischen Selbständigen (insbesondere sog. Mietköchen) und Arbeitnehmern dar. Als Resultat aus dem Gespräch hat der DEHOGA Bundesverband nochmals für die Einhaltung der Sofortmelde- und Ausweismitführungspflicht sensibilisiert. Die Erkenntnisse werden zum Jahreswechsel in die DEHOGA-Stellungnahme für den 12. Schwarzarbeitsbekämpfungsbericht der Bundesregierung einfließen.

Reformbedarf bei der Gesetzlichen Unfallversicherung

Die Daten des Jahres 2012 haben den Verdacht, dass die Verlagerung der Zuständigkeit für Betriebsprüfungen von den Berufsgenossenschaften auf die Deutsche Rentenversicherung im Jahr 2010

keine Einsparungen, sondern im Gegenteil mehr Verwaltungsaufwand und deutlich höhere Kosten bewirken würde, deutlich bestätigt. Kostenerstattungen der BGN an die Deutsche Rentenversicherung auf der einen Seite, geringere Einnahmen auf der anderen Seite führten unter dem Strich zu Mehrbelastungen für die Arbeitgeber der Nahrungsmittelindustrie und des Gastgewerbes in Millionenhöhe. Gut gemeint ist beim Bürokratieabbau eben nicht gut gemacht. Um zumindest wirtschaftlich unsinnige Betriebsprüfungen zu vermeiden, muss der zwischen DGUV und Deutscher Rentenversicherung vereinbarte Kompromissvorschlag schnellstens Gesetz werden.

Weiter spricht sich der DEHOGA aus Gründen der Kostenbegrenzung gegen die von Seiten der CDU jüngst geforderte Abschaffung der Möglichkeit von Friedenswahlen aus.

Schließlich bedarf der Leistungskatalog der gesetzlichen Unfallversicherung endlich einer Überarbeitung. Insbesondere müssen die Wegeunfälle, die rund ein Sechstel der bei der Berufsgenossenschaft gemeldeten Unfälle ausmachen und damit den Beitragssatz maßgeblich mitbestimmen, aus dem Katalog gestrichen werden. Anders als bei den Arbeitsunfällen ist die Tendenz bei den Wegeunfällen steigend, ohne dass die Arbeitgeber Einfluss auf das Unfallgeschehen nehmen könnten.

Die Branchenlösung zur betrieblichen Altersvorsorge: hogarente

Ein voller Erfolg: seit über zehn 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 nach ihrer Umfirmierung nunmehr ERGO heißt, und die HDI-Gerling Lebensversicherung AG, nach deren Umfirmierung nur noch HDI, beauftragt. Beide Unternehmen haben im Ausschreibungsverfahren hinsichtlich Rendite und einfacher Handhabung das beste Ergebnis präsentiert. Bisläng haben circa 160.000 Arbeitnehmer mit der hogarente Vorsorge für die Zukunft getroffen.

Die vor drei Jahren eingeführten Neuerungen bei der hogarente auf Wunsch der Arbeitgeber, als auch der Arbeitnehmer, haben die Akzeptanz der hogarente noch verbessert. Die Unternehmen kön-

nen seitdem 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 einziehen zu lassen.

Auf Wunsch vieler versicherter Arbeitnehmer besteht nun auch 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.

Aufgrund der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs, nach dem es rechtlich nicht unzulässig ist, bei Versicherungsverträgen nach dem Geschlecht der versicherten Person zu differenzieren, wird es zukünftig auch im Rahmen der hogarente nur noch sogenannte Unisex-Tarife geben. Für bestehende hogarenten-Verträge ändert sich dadurch allerdings nichts.

Nach aktuellen Informationen der Konsortialpartner ERGO und HDI liegt der durchschnittliche Betrag der jährlichen freiwilligen Entgeltumwandlung bei über 750 Euro. Dies verdeutlicht, dass die Mitarbeiter die Notwendigkeit der zusätzlichen Altersvorsorge ernst nehmen.

Weitere Informationen unter www.hogarente.de

ERGO

Überseering 45
22297 Hamburg

Fon 040/63 76-5848
hogarente@ergo.de



HDI Pensionskasse AG

Charles-de-Gaulle-Platz 1
50679 Köln

Fon 0800/7 23 66 69
dehoga-service@hdi.de



Lebensmittelhygiene und -kennzeichnung

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

Auf der Verbraucherschutzministerkonferenz am 17. September 2010 hatten sich Bund und Länder über die bundesweit einheitliche Veröffentlichung der Ergebnisse von amtlichen Lebensmittelkontrollen verständigt. In den anschließenden Beratungen konnte insbesondere aufgrund der rechtlichen Bedenken der Wirtschaftsminister keine Verständigung erzielt werden. Am 12. Juli 2012 hat das Bundesverbraucherministerium erklärt, dass die Bundesländer keine gemeinsame Positionierung zur Einführung einer Hygiene-Ampel finden konnten. Aufgrund dessen könne der Bund auch keinen entsprechenden Rechtsrahmen für die Einführung eines Transparenzsystems setzen. Dieses Ergebnis ist zu begrüßen. Ist es doch das Resultat einer konsequenten Positionierung des DEHOGA zu diesem Thema.

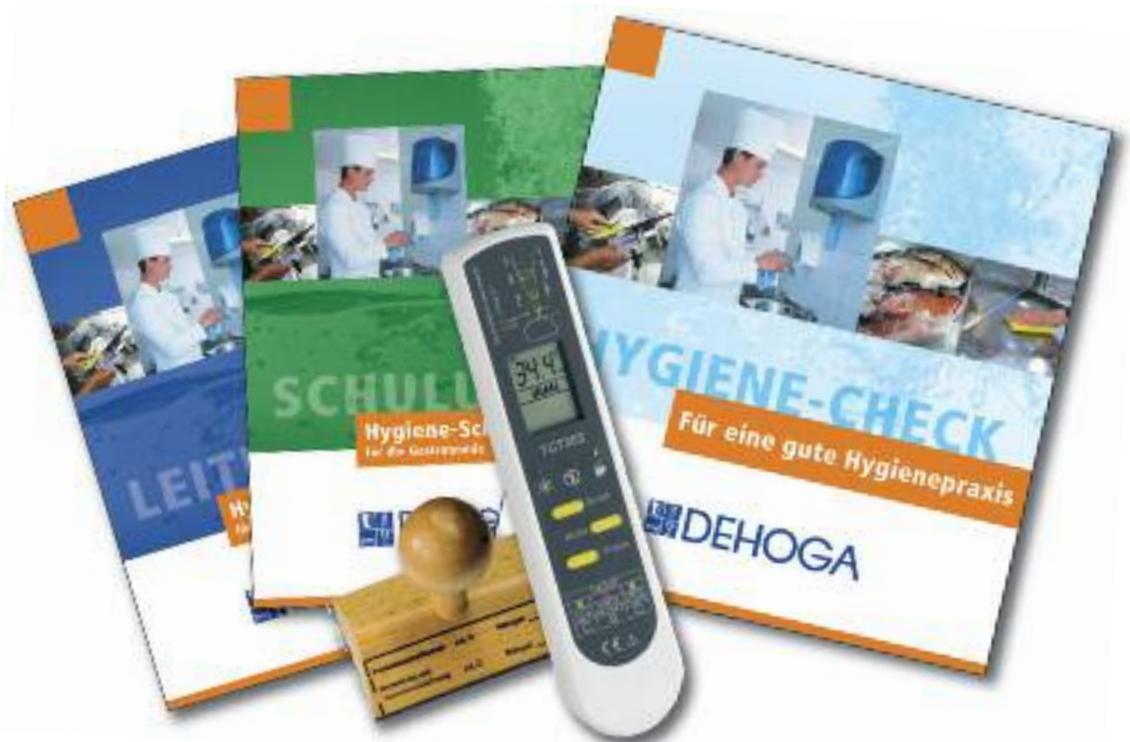
Damit ist das Thema jedoch noch nicht vom Tisch. So können die Bundesländer nach Auskunft des BMELV auf Basis der bestehenden Gesetzeslage eigene Transparenzsysteme einführen. Zudem werden nach einer Novellierung des Verbraucherinformationsgesetzes ab 1. September 2012 sogenannte „gravierenden Hygieneverstöße“ veröffentlicht (siehe nächstes Kapitel).

Egal ob Smiley, Ampel oder Barometer – jede Art von Veröffentlichung birgt die große Gefahr, dass Gastronomen auf Dauer stigmatisiert werden. Es ist unverhältnismäßig und rechtlich bedenklich, dass in Restaurants das Ergebnis einer Momentaufnahme über Monate zum Aushang kommen soll, obwohl längst alle Mängel beseitigt sind. Der DEHOGA fordert, die bestehenden Gesetze und Sanktionsmöglichkeiten konsequent anzuwenden anstatt neue, ineffektive Werkzeuge zu schaffen.



Verbraucherinformationsgesetz § 40 Abs. 1a LFGB

Am 1. Mai 2008 ist das Verbraucherinformationsgesetz (VIG) in Kraft getreten. Das VIG soll der Vorbeugung und raschen Eindämmung von Lebensmittelskandalen dienen. Nach einer Evaluierung des VIG hat der Deutsche Bundesrat im Februar 2012 dem „Gesetz zur Änderung des Rechts der Verbraucherinformation“ zugestimmt, das am 1. September 2012 in Kraft getreten ist. Durch eine damit einhergehende Ergänzung des § 40 des Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuches (LFGB) werden die Behörden in Zukunft verpflichtet, alle Rechtsverstöße durch Grenzwertüberschreitungen zwingend zu veröffentlichen. Auch alle sonstigen Verstöße, zum Beispiel gegen Hygienevorschriften oder den Täuschungsschutz sollen in Zukunft veröffentlicht werden, wenn ein Bußgeld von mindestens 350 Euro zu erwarten ist.



Die Länder sind seitdem aufgefordert, konkrete Ausführungsbestimmungen zum § 40 Abs. 1a LFGB zu erlassen. Sofern sie vorliegen, sind sie komplex und nicht einheitlich. Auch ist mit der 350 Euro-Grenze des § 40 Abs. 1a LFGB kein klares Abgrenzungskriterium gegeben, da das Bußgeld lediglich in dieser Höhe „erwartet werden muss“ – im Unterschied zur rechtskräftigen Verhängung. Aus welchen Umständen der Gesetzentwurf den Schluss zieht, dass sich die Schwelle von 350 Euro als sachgerecht erwiesen habe, geht aus der Gesetzesbegründung nicht hervor. Letztendlich liegt es im Ermessen der Behörde, zu entscheiden, ob die Voraussetzungen für eine Information der Öffentlichkeit in Form eines zu erwartenden Bußgeldes von mindestens 350 Euro erfüllt sind.

Es ist daher äußerst fraglich, ob die neue Eingriffsschwelle damit den verfassungsrechtlichen Anforderungen an eine Ermächtigungsgrundlage gerecht wird. Insbesondere deshalb, weil der Widerspruch

gegen einen Bußgeldbescheid keine aufschiebende Wirkung hat und der Betroffene nur auf dem Weg des einstweiligen Rechtsschutzes vorgehen kann.

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.

DEHOGA Hygieneoffensive

Nicht zuletzt vor dem Hintergrund der Diskussion über die Einführung einer Hygiene-Ampel hat der DEHOGA Bundesverband schon 2011 den Startschuss zur großen Hygieneoffensive des Gastgewerbes gegeben und das neue „DEHOGA-Hygienepaket“ vorgestellt. Das Hygiene-Paket soll

vor allem klein- und mittelständischen Betrieben Hilfestellung bei der Umsetzung der allgemeinen Hygieneanforderungen und bei der Einführung eines HACCP-Konzeptes/Eigenkontrollkonzeptes geben. Das DEHOGA-Hygiene-Paket, das als praktischer Ordner angeboten wird, beinhaltet:

- die aktualisierte, offizielle Hygiene-Leitlinie für die Gastronomie
- die Broschüre Hygieneschulung für die Mitarbeiter in der Gastronomie
- das Merkblatt zur betrieblichen Bewertung und Beurteilung der Lebensmittelüberwachung

Der Clou des DEHOGA Hygienepakets sind die 15 mit Experten entwickelten Checklisten für alle Be-

reiche, die es jedem gastgewerblichen Unternehmer ein ganzes Jahr ermöglichen, optimale Hygiene zu gewährleisten. Mit den Checklisten für die täglichen, wöchentlichen und monatlichen Kontrollen, lassen sich die gesetzlich vorgeschriebenen Dokumentationspflichten praktisch und einfach erfüllen. Zu beziehen ist das Hygiene-Paket direkt über den DEHOGA Shop (www.dehoga-shop.de).

Allergenkennzeichnung bei loser Ware

Die EU-Kommission hat im Januar 2008 den Entwurf einer „Verordnung betreffend die Information der Verbraucher über Lebensmittel“ veröffentlicht (Lebensmittelinformations-Verordnung). Ziel der Verordnung ist es, das Lebensmittelkennzeich-



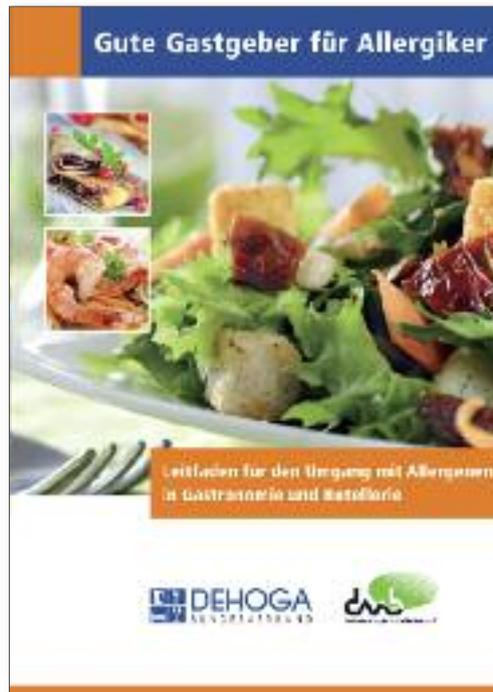
Der DEHOGA nimmt die Belange der Gäste mit Allergien ernst, sensibilisiert und klärt auf. Dabei kooperiert er, wie hier bei den Restaurantkarten „Eine Bitte an den Koch“, mit dem Deutschen Allergie- und Asthmabund (DAAB). Für unbeschwertes Genuss in der Gastronomie.

nungsrecht infolge der geänderten Erwartungshaltung der Verbraucher EU-weit zu aktualisieren und zu modernisieren. Danach sollen dem Gast vor seiner Kaufentscheidung und ohne gesonderte Nachfrage wichtige Informationen über die Zutaten einer Speise vorliegen.

Am 22. November 2011 ist die neue Verordnung im Amtsblatt der Europäischen Union veröffentlicht worden. Sie gilt ab dem 13. Dezember 2014. Die Verordnung sieht u.a. eine verpflichtende Allergenkennzeichnung für lose Ware vor. In welcher Art und Weise die Informationen bereitgestellt werden, liegt in der Verantwortung des jeweiligen Mitgliedstaates. In zahlreichen Schreiben an die zuständigen EU-Politiker und an die Bundesregierung hat der DEHOGA stets darauf hingewiesen, dass eine Deklaration aller verwendeten Zutaten, die Allergien auslösen können, in den Speisekarten nicht umsetzbar ist. Der DEHOGA wird sich nun weiterhin auf nationaler Ebene dafür einsetzen, dass es zielführend ist, wenn der Gast im Verkaufsräum oder in den Speisekarten darauf hingewiesen wird, dass er Informationen zu allergenen Zutaten im Gespräch oder durch ausliegendes Informationsmaterial erhalten kann.

Allergiebrochure

Der DEHOGA Bundesverband hat bereits Ende 2008 zusammen mit dem Deutschen Allergie- und Asthmabund sowie dem Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz



(BMELV) im Zuge der Umsetzung des „Aktionsplanes gegen Allergien“ eine Allergiebrochure für die Hotellerie und Gastronomie herausgegeben. Der Leitfaden soll den Gastronomen und seine Mitarbeiter für die Allergieproblematik sensibilisieren. Nachdem die Exemplare der Broschüre sofort vergriffen waren, ist diese Ende 2011 noch einmal komplett überarbeitet, ergänzt und neu aufgelegt worden.

Die Broschüre kann direkt über den DEHOGA Shop (www.dehoga-shop.de) bestellt werden und ist für DEHOGA-Mitglieder kostenlos.

Umweltschutz und Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit – kaum ein anderer Begriff wurde in den vergangenen Jahren so stark öffentlich diskutiert wie dieser und dabei so unterschiedlich interpretiert. Dabei ist eines klar: Gerade der Tourismus und damit seine Hauptleistungsträger, die Hotels und Gaststätten dieses Landes, sind auf nachhaltiges Wirtschaften und auf eine intakte Umwelt angewiesen. Der Erhalt der ökologischen Vielfalt, der verantwortungsvolle Umgang mit den vorhandenen Ressourcen und der Gedanke an die nächsten Generationen sind für unsere Branche über lebenswichtig und müssen im Bewusstsein jedes Unternehmers verankert werden.

Die Energiekampagne Gastgewerbe des DEHOGA Bundesverbandes zur Reduzierung des Energieverbrauchs in Hotels und Gaststätten, die im März 2006 mit Unterstützung des Bundesumweltministeriums startete, war dabei ein wichtiger Schritt in die richtige Richtung. Als erste Dienstleistungsbranche in Deutschland leistet das Gastgewerbe damit einen wesentlichen Beitrag zum Klimaschutz und hilft den Unternehmern Kosten zu senken. 6.000 Unternehmer nutzen bereits die Handlungsempfehlungen und Tipps der Energiekampagne.

Auch der Anfang 2012 gestartete DEHOGA Umweltcheck ist ein voller Erfolg. Hiermit können Hotels und Gaststätten ihren Beitrag zum Klimaschutz besser für die Umweltkommunikation bei den Gästen nutzen. Das zeigt: Ökologie und Ökonomie schließen sich schon längst nicht mehr aus.

DEHOGA Umweltcheck

Gäste erwarten von den gastgewerblichen Betrieben verstärkt umweltbewusstes und verantwortungsvolles Handeln. Mit dem DEHOGA Umweltcheck gibt es jetzt für die stark mittelständisch geprägte Branche eine unkomplizierte Lösung, ihr Umweltengagement der Öffentlichkeit gegenüber



klar und transparent darzustellen. Der Umweltcheck wird in den Kategorien Bronze, Silber und Gold verliehen. Dabei kann sich jeder Betrieb aus Gastronomie und Hotellerie dem Check unterziehen. Mittlerweile sind 64 Betriebe mit dem DEHOGA Umweltcheck ausgezeichnet worden. 37 Betriebe erhielten die Auszeichnung in Gold, 12 in Silber und 15 in Bronze (Stand November 2012).

Die neue Auszeichnung schließt damit die Lücke zwischen dem Einstieg in das betriebliche Umwelt-

Anzahl der mit dem DEHOGA Umweltcheck ausgezeichneten Betriebe

Bundesland	Anzahl
Baden-Württemberg	27
Bayern	6
Berlin	2
Brandenburg	3
Hamburg	1
Hessen	2
Mecklenburg-Vorpommern	2
Niedersachsen	4
Nordrhein-Westfalen	5
Rheinland-Pfalz	10
Sachsen	1
Thüringen	1

Stand November 2012

engagement, wie zum Beispiel der Teilnahme an der Energiekampagne Gastgewerbe, und sehr anspruchsvollen und teilweise kostenintensiven Umweltauszeichnungen oder Umweltmanagementsystemen. Grundlage des DEHOGA Umweltchecks ist die Auswertung definierter Umweltkennzahlen des Betriebes. Der Kriterienkatalog umfasst die Bereiche Energie- und Wasserverbrauch, Abfallaufkommen bzw. Restmüll und Lebensmittel, wie beispielsweise den regionalen Einkauf. Anhand seiner Verbrauchswerte sowie seiner Angebotsgestaltung wird der Betrieb eingestuft und bei Bestehen mit der Auszeichnung in Bronze, Silber oder Gold belohnt.

Alle mit dem DEHOGA Umweltcheck ausgezeichneten Betriebe werden auf der Internetseite unter www.dehoga-umweltcheck.de veröffentlicht. Dort finden sich auch alle weiteren detaillierten Informationen zum DEHOGA Umweltcheck.

Broschüre „Energiesparen leicht gemacht“ neu aufgelegt

Energiekosten senken, Wettbewerbsvorteile sichern, darum geht es in der neu aufgelegten DEHOGA-Broschüre. Die Broschüre im DIN-A4 Format stellt durchschnittliche Energiedaten für verschiedene Betriebsarten gegenüber, informiert über einfache organisatorische Schritte und gibt einen Überblick über die technischen Möglichkeiten in Hotels und Restaurants, um Energie und Kosten zu sparen und damit gleichzeitig der Umwelt etwas Gutes zu tun.

Auf 36 Seiten hält die Publikation anschauliche Grafiken und detaillierte Anleitungen für die praktische Umsetzung der Maßnahmen in Küche, Bar und Restaurant bereit. Hinweise und Tricks vom richtigen Beleuchtungskonzept über eine umweltschonende Heizungsanlage bis zur energieeffizien-

ten Wäscherei finden sich in der DEHOGA-Broschüre ebenso wie jede Menge Best-Practice-Beispiele und Tipps zu Fördermitteln. Erläuterungen zur DEHOGA-Energiekampagne Gastgewerbe und zum DEHOGA Umweltcheck runden das Angebot der Broschüre ab.

Die Broschüre ist kostenlos erhältlich beim DEHOGA Bundesverband. Darüber hinaus steht die Energiebroschüre als PDF-Datei zum kostenlosen Download bereit unter www.dehoga.de.



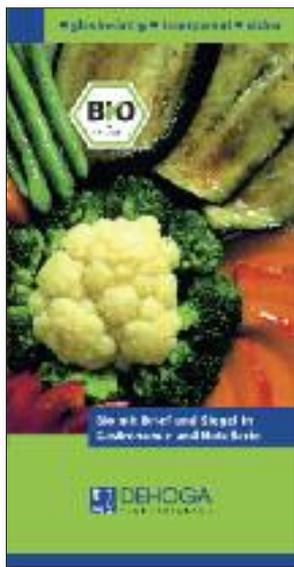
Bio-Zertifizierung

Wo Bio drauf steht, muss auch Bio drin sein

Jeder Gastronom, der heute in Deutschland Bio-Lebensmittel 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. Ebenso steht die Broschüre auf der DEHOGA-Homepage zum Download bereit.



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 wurde. Das deutsche Biosiegel, das den Verbrauchern bestens bekannt ist, kann auf nationaler Ebene weiter verwendet werden.

Neues Bio-Logo auf europäischer Ebene in einem Wettbewerb gefunden



Das deutsche Bio-Siegel



Das neue EU-weite Bio-Logo

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-Studenten aus allen EU-Staaten. Ziel war es, ein Logo für vorverpackte Bioprodukte zu entwerfen

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. Viabono bietet ein Mehr an Qualität, mehr Urlaub, mehr Erholung, mehr Erlebnis, mehr Sicherheit und Gesundheit – verbunden mit dem guten Gefühl umweltgerecht zu reisen. Rund 300 Betriebe aus Hotellerie und Gastronomie, aber auch Tourismusgemeinden oder Naturparks setzen die Idee des nachhaltigen Reisens heute in die Tat um. Diese Kompetenz will Viabono zukünftig nutzen und führende Zertifizierungsstelle und Kooperationspartner für umweltfreundlichen und nachhaltigen Tourismus in Deutschland werden. Als Beispiel seien der DEHOGA Umweltcheck, der CO₂-Fußabdruck oder der CO₂-Kompass in Kooperation mit den AO Hostels genannt.

Auch wurden die Viabono-Kriterienkataloge für die Hotellerie und Gastronomie überarbeitet und auf die vier Kennzahlenbereiche Wasser, Abfall, Energie/Klima und Lebensmittel konzentriert. Die



Viabono-Kriterien lehnen sich damit an den Anforderungen für den DEHOGA Umweltcheck Gold an. Zusätzliche Anforderungen bestehen u.a. in einer nachzuweisenden

Bio-Zertifizierung und einem grundsätzlichen Verzicht auf Einwegverpackungen.

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
Fax 02205/9 19 83-55

info@viabono.de
www.viabono.de

Arbeitskreis Umwelt

Am 6. Februar 2012 traf sich im Steigenberger Hotel Berlin der Arbeitskreis Umwelt des DEHOGA. Zwischen den Teilnehmern aus den DEHOGA Landesverbänden und Fachverbänden fand wieder ein reger Austausch zu den verschiedensten Umweltthemen statt. Vorgestellt wurde insbesondere das vom Bundesumweltministerium geförderte DEHOGA Energie- und Umweltkonzept, das die Energiekampagne Gastgewerbe fortsetzt.

Weitere Schwerpunkte der Tagung waren die Vorstellung des DEHOGA Umweltchecks und Informationen über neueste gesetzgeberische Entwicklungen zum Thema Energieeffizienz und die neue Trinkwasserverordnung. Ein Höhepunkt war der Vortrag des Direktors des Steigenberger Hotel Berlin, Torsten K. Schulze, der eindrucksvoll das Nachhaltigkeitskonzept des Hauses erläuterte.



Biomentor und Vorsitzender des Arbeitskreises Umwelt: Ullrich Langhoff, Inhaber des Restaurant Lippeschlösschen in Wesel.

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/Urheberrechtswahrnehmungsgesetz die Möglichkeit, ihre Rechte und Ansprüche durch Verwertungsgesellschaften geltend machen zu lassen.

GEMA und Bundesvereinigung der Musikveranstalter

Die GEMA vertritt in Deutschland die Aufführungs-, Vervielfältigungs- und Senderechte von über 60.000 Komponisten, Textdichter oder Musikverleger, die bei ihr Mitglied sind. Damit ist sie insbesondere für das Gastgewerbe die bedeutendste Verwertungsgesellschaft für musikalische Werke. Auf der anderen Seite haben sich die Musiknutzer zur Bundesvereinigung der Musikveranstalter (BVMV) zusammengeschlossen, um in einer starken Gemeinschaft den mächtigen Verwertungsgesellschaften entgegen treten zu können. Die BVMV verhandelt mit allen Verwertungsgesellschaften die Höhe der einschlägigen Tarife und schließt entsprechende Gesamtverträge ab. Den Mitgliedern der BVMV/des DEHOGA wird aufgrund des bestehenden Gesamtvertrages ein Rabatt von 20 Prozent auf alle GEMA-Gebühren eingeräumt.

Delegiertenversammlung

Auf der letzten Delegiertenversammlung der Bundesvereinigung der Musikveranstalter wurde

der Vorstand ergänzt: nach dem Ausscheiden von Dieter Licht (HDE) wurde die Position des 2. stellv. Vorsitzenden mit Herrn Joachim König, Präsident des EVVC und Direktor des Congress Centrums Hannover, besetzt. Die Delegierten sprachen sich einstimmig für Herrn König aus. Er steht fortan dem Vorsitzenden Ernst Fischer (DEHOGA) sowie dem 1. stellv. Vorsitzenden Wolfgang Steuer (Swinging World) zur Seite. Die Geschäftsführung der Bundesvereinigung der Musikveranstalter liegt weiterhin in den Händen von Ingrid Hartges und RA Stephan Büttner.



Neuer stellv. Vorsitzender: Joachim König, EVVC.

Mitgliederstruktur

Mitglieder der Bundesvereinigung der Musikveranstalter sind u.a.:

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

GEMA-Tarifreform für 2013 ausgesetzt – Planungs- und Rechtssicherheit erreicht!

Tausende Betreiber von Clubs, Discotheken und Musikkneipen können aufatmen: Nach einem beispiellosen über Monate andauernden Verhandlungsmarathon über die GEMA-Tarifreform konnte die Bundesvereinigung der Musikveranstalter und

der DEHOGA erreichen, dass die GEMA auf eine Durchsetzung der im April 2012 veröffentlichten Tarife verzichtet. Damit können alle Veranstaltungen, u.a. in Clubs, Discotheken, Musikkneipen, Hotels- und Gaststätten, Tanzschulen, Variétébetrieben, Hallenbetrieben sowie auf Stadt- und Straßenfesten für 2013 auf der Basis der bewährten Alttarife geplant und durchgeführt werden. Mit dieser Lösung ist zumindest für 2013 die Zeit der existenziellen Ängste vieler Veranstalter beendet.

Dafür musste der GEMA allerdings ein Zuschlag für alle Veranstaltungen in Höhe von fünf Prozent für 2013 zugestanden werden. Für Discotheken

und Clubs wird ab den 1. April 2013 nochmals ein weiterer Zuschlag von zehn Prozent fällig. Allerdings werden viele musikveranstaltenden Betriebe durch den Wegfall des Zuschlags für den Ein-

satz eines Laptops/PCs bzw. selbst gebrannter CDs (sogenannter Vervielfältigungszuschlag) ab dem 1. April 2013 entlastet. Dieser wird durch eine Anpassung des Tarifs VR-Ö ersetzt.

Bei der nunmehr erzielten Kompromisslösung handelt es sich um eine Übergangsregelung für das Jahr 2013 ohne Präjudiz für die Folgejahre. So ist auch ausgeschlossen, dass seitens der GEMA für das Jahr 2013 Nachforderungen geltend gemacht werden.

In der am 19.12.2012 stattgefundenen Anhörung bei der Schiedsstelle des Deutschen Patent- und Markenamtes erfuhren die Beteiligten, dass voraussichtlich im April 2013 mit einem Einigungsvorschlag der Schiedsstelle zu rechnen ist. Die Parteien haben dann die Möglichkeit, unter Berücksichtigung des Schiedsstellenspruchs eine tarifliche Neuregelung für 2014 zu finden.

**GEMA
TARIFREFORM
STOPPEN!**



Bezüglich der nicht vom Streit erfassten Tarife für Hintergrund- und Tonträgermusik, Radio und Fernseh wiedergabe etc. verständigten sich die Bundesvereinigung der Musikveranstalter und DEHOGA mit der GEMA auf eine Erhöhung von 2,2 Prozent ab 1. Januar 2013.

Ernst Fischer, Vorsitzender der Bundesvereinigung der Musikveranstalter und Präsident des DEHOGA versicherte, dass die Verbände unabhängig von dieser vertraglichen Vereinbarung mit der GEMA für das Jahr 2013 nicht nachlassen werden, gesetzgeberischen Handlungsbedarf anzumahnen. Einseitig veröffentlichte Tarife – zumal wenn sie mit existenzgefährdenden Erhöhungen einhergehen – dürfen erst dann zur Anwendung kommen, wenn die ordentlichen Gerichte rechtskräftig über die Angemessenheit der Tarife entschieden haben.

GEMA-Handbuch

Die Bundesvereinigung der Musikveranstalter gibt zusammen mit der GEMA aus informationspolitischen Gründen ein GEMA-Handbuch heraus. Das Handbuch soll vor allem



den Mitgliedern der Bundesvereinigung der Musikveranstalter und des DEHOGA die Anwendung der Tarife bzw. die Überprüfung der Verträge und Rechnungen erleichtern.

GVL

Die GVL ist die Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten (sie vertritt 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, bei Hörfunk, Fernsehen/Großbildschirme sowie für Tonträgerwiedergabe in Discotheken beträgt der GVL-Aufschlag 26 Prozent. Für die Vervielfältigung von Tonträgern muss ein Zuschlag von 10 Prozent bzw. in Discotheken von acht Prozent des GEMA-Wiedergabetarifbes gezahlt werden.

GVL fordert Erhöhung von 400 Prozent – Rechtsstreit vor dem OLG München

Die GVL hat den bestehenden Gesamtvertrag teilweise gekündigt und fordert eine Erhöhung des GVL-Zuschlages von 20 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 von 20 Prozent auf 30 Prozent zugesprochen. Das OLG München hat diese Erhöhung auf 30 Prozent mit Urteil im September 2012 bestätigt. Beide Parteien haben Revision zum Bundesgerichtshof eingelegt.

VG Media und CNN

Mit der VG Media, die derzeit 52 private TV-Sender und 71 private Rundfunksender vertritt, besteht für den Zeitraum bis 31. Dezember 2013 mit der Bundesvereinigung der Musikveranstalter bzw. mit dem DEHOGA ein Gesamtvertrag bezüglich Hotelweisersendung (§§ 87, 20, 20b UrhG), wonach Mitglieder nur fünf Euro pro Zimmer/Jahr, Nichtmitglieder hingegen 7,40 Euro pro Zimmer/Jahr zahlen müssen.

Trotz dieses bestehenden Vertrages verlangt die VG Media rückwirkend ab dem 1. Januar 2012 eine höhere Gebühr von 8,70 für Mitglieder (bzw. 9,67 Euro für Nichtmitglieder) und hat „Klage“ vor der urheberrechtlichen Schiedsstelle erhoben. Zur Begründung führt sie an, dass sich die Zahl ihrer Mitglieder (private TV- und Rundfunksender wie z.B. CNN, Euronews, Eurosport, Al Jazeera, Bibel TV etc.) erhöht habe.

DEHOGA und Bundesvereinigung der Musikveranstalter halten diese Forderung vor dem Hintergrund des bestehenden Gesamtvertrages für rechtswidrig und haben eine renommierte, auf Urheberrecht spezialisierte Berliner Anwaltskanzlei mit ihrer Interessenvertretung beauftragt. Mit einer Entscheidung der Schiedsstelle ist im Sommer/Herbst 2013 zu rechnen.

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 im Laufe des Berichtszeitraumes eine grundlegende Reform der Rundfunkfinanzierung beschlossen haben. Danach wird ab der Gebührenperiode 2013 ein neues System der Rundfunkfinanzierung in Deutschland eingeführt. Nach dem 15. Rundfunkänderungsstaatsvertrag wird ein geräteunabhängiger Rundfunkbeitrag erhoben, den sowohl jeder Haushalt als auch jeder Betrieb zu zahlen hat.

Bei Betrieben wird eine Staffelung eingeführt, nach der abhängig von der Anzahl der Beschäftigten mindestens ein Drittel einer vollen Rundfunkgebühr (bei bis zu acht Beschäftigten) bis hin zu 180 Rundfunkbeiträgen bei 20.000 oder mehr Beschäftigten zu zahlen ist. Ein Rundfunkbeitrag soll dabei, wie bisher, bei 17,98 Euro liegen. Die ursprünglich geplante Staffelung, die auf Drängen des DEHOGA und weiterer Wirtschaftsverbände leicht korrigiert wurde, sah bereits ab fünf Beschäftigten einen vollen Rundfunkbeitrag vor, und hätte auch im Übrigen bei Kleinstbetrieben zu massiven Mehrbelastungen geführt. Nachstehend die Staffelung des Staatsvertrages:

Beschäftigte im Sinne dieser Staffelung sind alle sozialversicherungspflichtig zum vorangegangenen Jahresende Beschäftigten im Jahresdurchschnitt.

Hat ein Inhaber mehrere Betriebsstätten, müssen für jede Betriebsstätte nach der Anzahl der Beschäftigten Rundfunkbeiträge gezahlt werden. Allerdings ist ein Dienstfahrzeug pro Betriebsstätte frei. Gibt es mehr Dienstfahrzeuge als Betriebsstätten, muss für jedes Kraftfahrzeug ein Drittel Rundfunkbeitrag in Höhe von 5,99 Euro pro Monat gezahlt werden.

Darüber hinaus ist jeweils ein Drittel einer Rundfunkgebühr für jedes Hotel- und Gästezimmer zu zahlen. Allerdings besteht für Saisonbetriebe die Möglichkeit, bei einer Schließung von mehr als drei Monaten, sich von den Rundfunkbeiträgen freustellen zu lassen.

Auch wenn die Umstellung auf einen geräteunabhängigen Rundfunkbeitrag aus Sicht des DEHOGA richtig ist, kann 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 gewesen, die Unternehmen bzw. Betriebsstätten von der Zahlungspflicht auszunehmen. Denn die Mitarbeiter

Ein Rundfunkbeitrag beträgt 17,98 Euro	Beitrag in Euro
ein bis acht Beschäftigte (ein Drittel des Rundfunkbeitrags)	5,99 Euro
neun bis 19 Beschäftigte (einen Rundfunkbeitrag)	17,98 Euro
20 bis 49 Beschäftigte (zwei Rundfunkbeiträge)	35,96 Euro
50 bis 249 Beschäftigte (fünf Rundfunkbeiträge)	89,90 Euro
250 bis 499 Beschäftigte (zehn Rundfunkbeiträge)	179,80 Euro
500 bis 999 Beschäftigte (20 Rundfunkbeiträge)	359,60 Euro
1.000 bis 4.999 Beschäftigte (40 Rundfunkbeiträge)	719,20 Euro
5.000 bis 9.999 Beschäftigte (80 Rundfunkbeiträge)	1.438,40 Euro
10.000 bis 19.999 Beschäftigte (120 Rundfunkbeiträge)	2.157,40 Euro
20.000 oder mehr Beschäftigte (180 Rundfunkbeiträge)	3.236,40 Euro (Maximalbeitrag)

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 zahlte bisher, wenn ein Fernseher im Gastraum aufgestellt und ggf. noch ein Radio vorhanden ist, insgesamt knapp 24 Euro pro Monat an Rundfunkgebühren. Dieser Betrieb muss nach dem neuen Modell zukünftig knapp 90 Euro pro Monat bezahlen. Das sind pro Jahr ca. 780 Euro mehr an Rundfunkgebühren, was eine Gebührenerhöhung von 375 Prozent bedeutet!

Noch schlechter gestellt sind die Filialbetriebe, die für jede einzelne Betriebsstätte, auch wenn keine Rundfunkgeräte vorhanden sind, Gebühren zahlen müssen. Nach einer Abfrage des DEHOGA bei

Filialbetrieben führt die Anwendung des neuen Modells zu erheblichen Mehrbelastungen bis hin zu einem Vielfachen der heutigen Rundfunkgebühren!

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.

Gerecht wäre es, wenn auf die Beschäftigtenzahl des Unternehmens insgesamt, und nicht auf die der einzelnen Betriebsstätten, abgestellt wird. Eine zusätzliche Belastung der Hotellerie mit Rundfunkgebühren ist darüber hinausgehend 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 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.

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.



3

Fokus Gastronomie

Mehr als 30 politische Branchenfokuspunkte hat der DEHOGA für 2012/2013 definiert. Neben den Top-Themen standen für die Gastronomie im letzten Jahr Fragen zur Alkoholpolitik, zum Jugendschutz und zum Gaststättenrecht sowie die Konsequenzen der Rauchverbote in den Bundesländern im Fokus. Plattform für den Erfahrungsaustausch der Unternehmer zu diesen und weiteren aktuellen Problemstellungen ist der Beirat Gastronomie.

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.



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:

- 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.



Aufklären statt neuer Verbote

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.

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.

„Glücksspiel: Nix für Jugendliche“

Der DEHOGA unterstützt gemeinsam mit dem Bundesverband Automatenunternehmer e.V. die im Dezember 2012 gestartete Aktion des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend und der Bundesarbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz e.V. „Glücksspiel: Nix für Jugendliche“.

Kindern und Jugendlichen, die jünger als 18 Jahre sind, ist das Spielen an Geldspielgeräten nicht gestattet. Um die gesetzlichen Regelungen für die Gastronomie jederzeit im Blick halten und umsetzen zu können, informiert ein neues Faltblatt schwerpunktmäßig über den Glücksspiel-Paragrafen des Jugendschutzgesetzes (§ 6), fasst aber ebenso Altersgrenzen des Jugendschutzgesetzes bei Tabak, Bier, Wein, Spirituosen, Alkopops und dem Aufenthalt in Gaststätten und Discotheken zusammen. Mit einem sichtbar im Betrieb angebrachten Aufkleber kann das verantwortungsvolle Handeln des Unternehmers demonstriert werden.

Die Flyer und Aufkleber können über den DEHOGA Bundesverband oder das BMFSFJ kostenfrei bezogen werden. Die Aktion ist der jüngste Bestandteil der seit 2005 mit Beteiligung des DEHOGA bestehenden Kampagne des Ministeriums „Jugendschutz – Wir halten uns daran“.



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.

Anzeige wird auch der Finanzverwaltung zu Kontrollzwecken übermittelt. Dieser Liberalisierung sind nun auch die Länder Hessen, Niedersachsen, Thüringen, Saarland und Sachsen gefolgt und haben ein Landesgaststättengesetz mit nahezu gleichlautenden Regelungen erlassen.



In Sachen Gesetzgebung hat das Land 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



Bremen hat ebenfalls ein Landesgaststättengesetz verabschiedet, das allerdings an einer Erlaubnispflicht für Gastronomen festhält, die Alkohol ausgeben. Das IHK Unterrichtsverfahren gibt es in allen Landesgaststättengesetzen allerdings nicht mehr.

Die Streichung des IHK-Unterrichtungsverfahrens in seiner bisherigen Form, der reinen Anwesenheitspflicht ohne Prüfung, stellt keinen Verlust dar. Der Wegfall des Unterrichtsverfahrens sollte 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 Selbständigkeit geben.

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 Discotheken innerhalb kurzer Zeit immens.

DEHOGA ruft das Bundesverfassungsgericht an – mit Erfolg!

Der DEHOGA hat im Interesse zahlreicher massiv betroffener Kneipen, Bars und Discotheken 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.

Die DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges hat allerdings immer betont: „Unsere Klagen sind kein 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 Discotheken aber nicht ignorieren.“

In Folge des Urteils des Bundesverfassungsgerichts waren alle Länder aufgefordert, gesetzliche Neuregelungen zum Nichtraucherschutz bis Ende

Seite 1



Nichtraucherschutzgesetze in den Bundesländern – Synopse zu den Landesgesetzen –

Erwachen Sie nach der Urteilsverkündung des Bundesverfassungsgerichts vom 29. Juli 2010 und in Baden-Württemberg und Berlin anschließender Urteilsverkündung vom Rauchverbot ausgehend, um die unterschiedlichen Voraussetzungen erfüllen. Unter der Überschrift 'Frage' sind die Auswirkungen des Urteils in den folgenden Bundesländern unsere Fragen und Antworten nach dem Urteil des Bundesverfassungsgerichts zum Rauchverbot.

Bundesland	Ausrichtung vom Rauchverbot	Ergänzungsregeln in Gaststätten/Kneipen	Absolutes Rauchverbot	Öffentlichkeit	Raucherstube	Restriktion
Baden-Württemberg (JNR 2010) <small>In Kraft getreten am 1. März 2010</small>	<ul style="list-style-type: none"> bestimmte Räume in Zentren, Bsp. gilt die Gaststätte ohne Thallabereich Ein raucher- oder raucherfreie Zone mit Rauchverbot Nicht raucherfreie Zone ist nicht möglich Zurück zu 10 Jahren Auf der geschlossenen Gewandfläche darf in Mehrzahl rauchen nicht gestattet werden 	<ul style="list-style-type: none"> Kaffeepause wichtiger Arbeit, z. B. bei legaler Brotzahn, fertige Sandwiches und Mülltrennung, Kaffeevollautomat etc. 	<ul style="list-style-type: none"> Kneipen in und vorwiegend als gastronomischer Bereich sind nicht betroffen 	<ul style="list-style-type: none"> Ein Raucher ist vollständig abgetrennt in benachteiligten Nebenräumen ohne Türöffnung ist erlaubt, wenn die geschlossene gewandfläche nicht geschlossen ist 	<ul style="list-style-type: none"> Gaststätten sind nicht möglich (das gilt auch für die Kneipen für gastronomischer Bereich) 	<ul style="list-style-type: none"> Das Rauchen in den Mehrzahl raucher ist gestattet

Die Synopse zu den Landesgesetzen zum Nichtraucherschutz.

des Jahres 2009 zu finden. Fast alle verabschiedeten Nichtraucherschutzgesetze orientieren sich an den Vorgaben des Bundesverfassungsgerichts.

Der Gesetzgeber im Saarland haben sich dagegen für ein ausnahmsloses Rauchverbot entschieden. Auch in Nordrhein-Westfalen wurde ein ausnahmsloses Rauchverbot beschlossen, welches am 1. Mai 2013 in Kraft treten wird.

In Bayern wurde durch einen Volksentscheid am 4. Juli 2010 das absolute Rauchverbot ohne jegliche Ausnahmen mit Wirkung zum 1. August 2010 eingeführt. Seit Beginn des Jahres 2011 darf auch nicht mehr auf dem Münchner Oktoberfest in den Bierzelten geraucht werden.

Service des DEHOGA: Synopse zu den Landesgesetzen zum Nichtraucherschutz

Der Flickenteppich der Nichtraucherschutzgesetze hinterlässt nach wie vor viele offene Fragen. Der DEHOGA Bundesverband hat daher eine Synopse zu den einzelnen Nichtraucherschutzgesetzen und dem Verfahrensstand der Gesetzgebung in den Bundesländern gefertigt, die unter www.dehoga.de heruntergeladen werden kann.

Beirat Gastronomie

Der Beirat Gastronomie kam in diesem Jahr unter dem Vorsitz von Waldemar Fretz am 13./14. Februar 2012 auf Einladung des DEHOGA Baden-Württemberg in Stuttgart sowie am 27./28. November 2012 auf Einladung des DEHOGA Westfalen in Winterberg-Altastenberg 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.

Im Vordergrund der Sitzungen des Beirates Gastronomie standen neben dem noch immer brandaktuellen Thema reduzierter Mehrwertsteuersatz für die Gastronomie auch das bedeutsame und sensible Thema Hygienekennzeichnung/Hygiene-Ampel und die GEMA-Tarifreform 2013. Weiterhin wurde nochmals auf das Hygienepaket des DEHOGA

verwiesen, mit dem die Gastronomie sehr gut für die nächste Hygienekontrolle gewappnet ist.

Die Sitzungsteilnehmer waren sich in Bezug auf den reduzierten Mehrwertsteuersatz einig, dass diese Forderung nach wie vor das wichtigste Branchenanliegen sei. Die Forderung nach Einführung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes für die Gastronomie ist gerade jetzt – im Vorfeld der Bundestagswahl im Jahr 2013 – auf der politischen Agenda des DEHOGA auf Platz eins.

Kritisch wurde von den Sitzungsteilnehmern die Möglichkeit der Eintragung von Meinungen in Internet-Bewertungsplattformen gesehen. Diese sei aufgrund der Anonymität oft übertrieben herabwertend. Es gäbe bei vielen Bewertungsplattformen keine Kontrolle der Betreiber.

Weiteres aktuelles Thema der letzten Beiratssitzung war der aktuelle Sach- und Diskussionsstand zur GEMA-Tarifreform 2013.

Anlässlich der Herbstsitzung in Winterberg wurde turnusmäßig der Vorsitzende und stellvertretende Vorsitzende des Beirates Gastronomie gewählt. Waldemar Fretz, Betreiber des Hoepfner Burghofs in Karlsruhe, bleibt Vorsitzender des Beirats Gastronomie des DEHOGA Bundesverbands. Der Beirat bestätigte Fretz, der seit November auch stellvertretender Präsident des DEHOGA Bundesverbandes ist, einstimmig in seinem Amt. Ebenfalls einstimmig wiedergewählt wurde Lothar Weinand (Präsident des DEHOGA Rheinland/Hotel Rheinpavillon in Kamp-Bornhofen) als Stellvertretender Vorsitzender des Beirats Gastronomie.

Abgerundet wurde sowohl die Frühjahrssitzung als auch die Herbstsitzung mit dem gemeinsamen Abendessen auf Einladung des jeweiligen DEHOGA-Landesverbandes.



Der neue Vorstand des Beirats Gastronomie im DEHOGA: Waldemar Fretz, Vorsitzender des Beirates Gastronomie im DEHOGA sowie stellvertretender DEHOGA-Präsident, Jürgen Benad, Geschäftsführer DEHOGA, und Lothar Weinand, stellvertretender Vorsitzender Beirat Gastronomie (v.l.).



4

Fokus Hotellerie

Ein echtes Erfolgsprodukt des DEHOGA ist die Deutsche Hotelklassifizierung. Knapp 8.500 Hotels dürfen sich derzeit mit dem repräsentativen Messingschild schmücken, das die Anzahl der verliehenen Sterne darstellt. Das System der Hotelsterne hat sich durchgesetzt und bewährt. Auf europäischer Ebene arbeitet der DEHOGA an einer Harmonisierung der Systeme und ist mit der Gründung der Hotelstars Union dabei ein gutes Stück vorgekommen. Mehr Informationen zu den Aktivitäten des DEHOGA auf dem Gebiet der Hotel- und G-Sterne und zum Deutschen Hotelführer finden sich auf den folgenden Seiten.

Klassifizierungen

Deutsche Hotelklassifizierung

Bereits seit 1996 bietet der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband auf freiwilliger Basis die Deutsche Hotelklassifizierung an, welche 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.

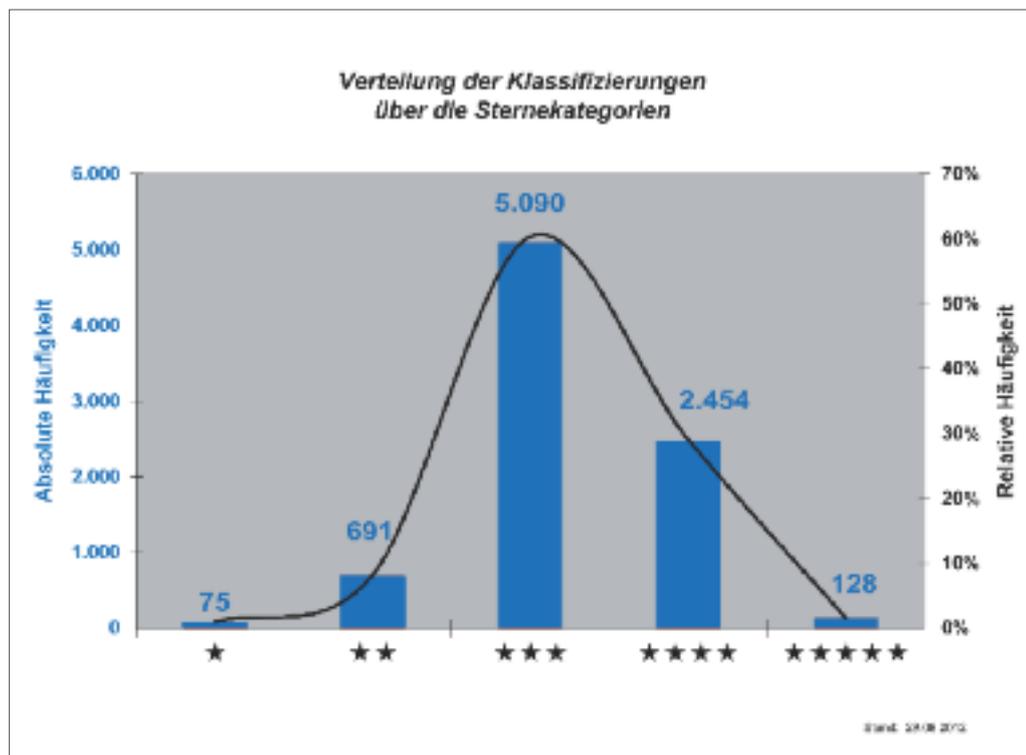
Der Fachbereich Hotellerie des DEHOGA legt die Bewertungskriterien und -modalitäten der Deutschen Hotelklassifizierung verbindlich fest und sorgt für deren bundesweit einheitliche Anwendung. Die Klassifizierung selbst wird von den Bundesländern durch eigene Klassifizierungsgesellschaften durchgeführt.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

prüft. Erst dann werden die Sterne verliehen, die für drei Jahre gültig sind.

Die Kriterien der Deutschen Hotelklassifizierung werden regelmäßig an die sich ändernden Gästeerwartungen und Markttrends angepasst. 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.

Die Deutsche Hotelklassifizierung stellt eine Erfolgsgeschichte dar. Inzwischen nehmen knapp 8.500 gültig klassifizierte Betriebe teil. Tendenz: steigend.

Die Kriterien zum Download sowie weitere Informationen stehen unter www.hotelsterne.de zur



Quelle: www.hotelsterne.de, Stand Juli 2012

Ergebnisse der Deutschen Hotelklassifizierung nach Bundesländern

Bundesland	★	★★	★★★	★★★★	★★★★★	Anzahl
Baden-Württemberg	5	75	930	345	18	1.386
Bayern	10	138	1.134	498	24	1.804
Berlin	3	29	121	108	9	270
Brandenburg	5	15	107	57	2	186
Bremen	1	12	18	12	0	43
Hamburg	3	22	42	53	10	130
Hessen	4	53	315	152	14	538
Mecklenburg-Vorpommern	2	7	144	145	8	306
Niedersachsen	5	72	530	247	7	861
Nordrhein-Westfalen	16	101	593	356	11	1.077
Rheinland-Pfalz	4	106	450	132	2	694
Saarland	3	14	33	20	1	71
Sachsen	6	13	195	104	5	323
Sachsen-Anhalt	3	3	146	68	1	221
Schleswig-Holstein	3	22	182	91	13	311
Thüringen	2	9	150	66	3	230
Summe	75	691	5.090	2.454	128	8.438
Relative Häufigkeit	0,9%	8,2%	60,3%	29,1%	1,5%	

Quelle: www.hotelsterne.de, Stand Juli 2012

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

Bundesland	G★	G★★	G★★★	G★★★★	G★★★★★	Anzahl
Baden-Württemberg	0	26	128	2	0	156
Bayern	1	57	227	12	0	297
Berlin	0	0	1	0	0	1
Brandenburg	0	9	14	0	0	23
Bremen	0	0	0	0	0	0
Hamburg	0	0	0	0	0	0
Hessen	0	7	28	5	0	40
Mecklenburg-Vorpommern	0	0	8	1	0	9
Niedersachsen	1	12	44	4	0	61
Nordrhein-Westfalen	2	102	47	0	0	61
Rheinland-Pfalz	4	18	60	5	0	87
Saarland	0	3	3	1	0	7
Sachsen	0	10	34	5	0	49
Sachsen-Anhalt	0	5	13	1	0	19
Schleswig-Holstein	0	4	9	0	0	13
Thüringen	1	8	44	0	0	53
Summe	9	171	660	36	0	876
Relative Häufigkeit	1,0%	19,5%	75,3%	4,1%	0%	100%

Quelle: www.hotelsterne.de, Stand Juli 2012



Verfügung. Zudem hat jeder Betrieb die Möglichkeit, seine voraussichtliche Einstufung mithilfe der kostenlosen und unverbindlichen Testklassifizierung zu ermitteln.

Deutsche Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen

Das Reiseland Deutschland verfügt neben dem Hotelmarkt auch über viele kleinere Beherbergungsbetriebe ohne Tagungs-, Wellness- oder Restaurantbereich. 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 2012 haben sich bereits fast 900 Betriebe klassifizieren lassen.

Die Deutsche Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen wendet sich an Beherbergungsbetriebe mit mehr als acht Gästebetten, aber 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 G-Sterne am Klassifizierungshimmel in Deutschland.

Die Kriterien der Deutschen Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen und weitere Informationen sind im Internet unter der Adresse www.g-klassifizierung.de verfügbar.

Einheitliche Hotelsterne

Die Hotelverbände aus Deutschland, der Niederlande, Österreich, Schweden, der Schweiz, Tschechien und Ungarn gründeten im Dezember 2009 die „Hotelstars Union“. Unter der Schirmherrschaft von HOTREC – Hospitality Europe – haben die Mitglieder ein gemeinsames Klassifizierungssystem in ihren Ländern eingeführt. Inzwischen sind auch Estland, Lettland, Litauen, Luxemburg und Malta der Sternefamilie beigetreten.

Das Fundament der einheitlichen Hotelsterne bilden die 21 Prinzipien von HOTREC, dem europäischen Dachverband für Hotels, Restaurants und Cafés in Europa, die alle Mitglieder der „Hotelstars Union“ für bindend erklärten. Mit den 21 Prinzipien einigten sich die Länder auf grundlegende Standards für die Hotelklassifizierung: Fünf Kategorien, Vergabe der Sterne nur nach Kontrolle des Betriebes, Einhaltung der rechtlichen Bestimmungen, Sauberkeit und ein guter Allgemeinzustand, regelmäßige Überprüfung der Kriterien, Anpassung an die Marktbedürfnisse, einfach zugängliche Informationen usw.

Mit der Weiterentwicklung der Kriterien und einer noch besseren Abstimmung werden Synergien genutzt, Anreize zur Steigerung der Qualität gesetzt und die Vermarktung der Angebote gefördert. Der



HOTELSTARS.EU

Das Logo der Hotelstars Union.



Die Sternfamilie in Europa wächst weiter.

Gast muss seine Anforderungen an ein Hotel nicht mehr dem jeweiligen Land anpassen oder im Reisekatalog die Erläuterungen des Veranstalters lesen, sondern kann sich zunehmend auf einen Standard ohne Grenzen verlassen.

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

Deutscher Hotelführer

„Deutscher Hotelführer“ goes App

Die neue mobile Version des Deutschen Hotelführers zeigt dem Reisenden auf Hotelsuche nach einer automatischen Standortermittlung die passenden Hotels in der Nähe direkt auf dem



Handy an. Die App bietet dabei alle Inhalte des Hotelführers. So flexibel wie der Suchradius können auch die Preiskategorie und die Hotelqualifizierung gewählt werden. Darüber hinaus lassen sich die Suchergebnisse anhand unterschiedlicher Kategorien wie etwa Sauna, Internetzugang oder Business-Service weiter einschränken.

Der „Deutsche Hotelführer“ zeigt nicht nur große Hotels in den Metropolen an. Er macht auch kleinere Häuser und Pensionen in ländlichen Regionen auffindbar, die in anderen Verzeichnissen kaum gelistet sind. Wer also auf sein Budget bei Übernachtungen achten muss oder will, hat mit der Deutschen-Hotelführer-APP ein echtes Schnäppchen gemacht. Kostet nichts und hilft sparen. iPhone-Besitzer suchen im App-Store nach „Deutscher Hotelführer“ und die Android-Version kann man direkt bei Google-Play herunterladen.

Matthaes Verlag GmbH
Presse Buchverlag
Silberburgstr. 122
70176 Stuttgart
Fon 0711/2133-335
Fax 0711/2133-320
Mail presse-buch@matthaes.de



5

Aus unseren Fachabteilungen

Im DEHOGA sind die fünf Fachabteilungen Systemgastronomie, Gemeinschaftsgastronomie, Bahnhofsgastronomie, Discotheken und Catering zusammengeschlossen. Sie vertreten die speziellen Anliegen der in ihnen organisierten Unternehmen. Dabei nehmen die Fachabteilungen die ideellen, beruflichen, gewerbepolitischen und steuerlichen Belange der einzelnen Branchensegmente wahr. Die Fachabteilungen bündeln und koordinieren die entsprechenden sozial- und tarifpolitischen Interessen.

Fachabteilung Systemgastronomie

Fachabteilungs-Vorstand neu gewählt

In ihrer Mitgliederversammlung am 7. November 2012 hat die Fachabteilung Systemgastronomie turnusgemäß ihren Vorstand für die nächsten vier Jahre neu gewählt:

Vorsitzender

Thomas Hirschberger
(Hans im Glück Franchise GmbH)

Stv. Vorsitzender

Uwe Büscher (Maredo Restaurants Holding)

Beisitzer

Klaus Fahrer (LeBuffet Restaurant&Café GmbH)

Stefan Fehr (McDonald's Deutschland Inc.)

Schatzmeister

Dierk Kraushaar (Stockheim GmbH & Co. KG)



Thomas Hirschberger, Vorsitzender der Fachabteilung Systemgastronomie.

Thomas Hirschberger ist zugleich seit dem 5. November 2012 stellvertretender Präsident des DEHOGA Bundesverbandes und vertritt hier die Interessen der Systemgastronomie innerhalb des DEHOGA.

Sprachrohr eines Wachstumssegments

Die starke Lobby eines boomenden Branchensegments: 54 Mitgliedssysteme – vom alt-eingesessenen, mittelständischen Familienunternehmen bis zur deutschen Tochtergesellschaft eines internationalen Konzerns, von Verkehrsgastronomen über Steakhaus-Ketten bis hin zu Quick-service-Spezialisten und Handelsgastronomen – mit insgesamt fast 5.000 Betrieben und rund 150.000 Mitarbeitern stehen Ende 2012 hinter der Fachabteilung Systemgastronomie im DEHOGA.

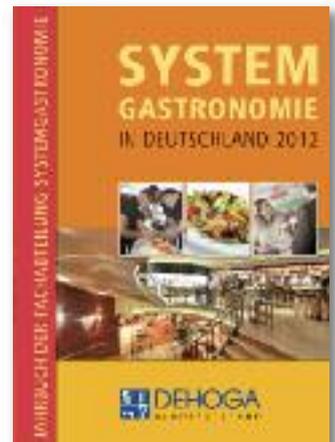
Die Top 100 der größten Unternehmen bzw. Systeme der Gastronomie in Deutschland haben 2011 zum ersten Mal mehr als 11 Milliarden Euro netto umgesetzt und sind weiter auf Erfolgskurs. Die Fach-

abteilung bringt die wachsende Bedeutung der Markengastronomie hinsichtlich Wirtschaftskraft und Arbeitsplatzangebot in das DEHOGA-Verbandsgeschehen und in Politik und Öffentlichkeit ein – seit mittlerweile mehr als zwanzig Jahren.

Plattform für die ganze Bandbreite der Systemgastronomie

Das Bedürfnis nach überregionalem und spezialisiertem Erfahrungsaustausch der in Filialen bzw. Franchisebetrieben multiplizierten Gastronomie organisierte sich zunächst in einem Arbeitskreis, bis die Vielzahl der Themen und die starke Expansion 1991 zur Gründung der Fachabteilung führten. Seitdem sind Lobbying und Networking die Säulen der täglichen Arbeit in der Fachabteilung.

Ein regelmäßiger Rundschreibendienst hält die Mitgliedsfirmen permanent auf dem Laufenden über Aktivitäten und neue Gesetze sowie deren Konsequenzen für die betriebliche Praxis. Problemthemen, die sich im Alltagsgeschäft eines Systemers ergeben, werden aufgegriffen und entsprechende Lösungsangebote entwickelt. Zum tarifpolitischen Geschehen in den DEHOGA-Landesverbänden wird informiert und über die Mitglieder in den Tarifkommissionen der Landesverbände Einfluss genommen. Als bundesweite tarifliche Alternative wurde 1997 von einer eigens gebildeten Tarifgemeinschaft der Spezialtarifvertrag Systemgastronomie geschaffen, der aktuell neu verhandelt wird. Auf den mindestens zweimal jährlich stattfindenden Mitgliederversammlungen steht der Erfahrungsaustausch zur Geschäftsentwicklung und zur Personalsituation im Vordergrund.



Die Daten- und Informationssammlung Nummer 1 für und über die Systemgastronomie: Das Jahrbuch „Systemgastronomie in Deutschland“, 2012 in elfter Auflage erschienen.

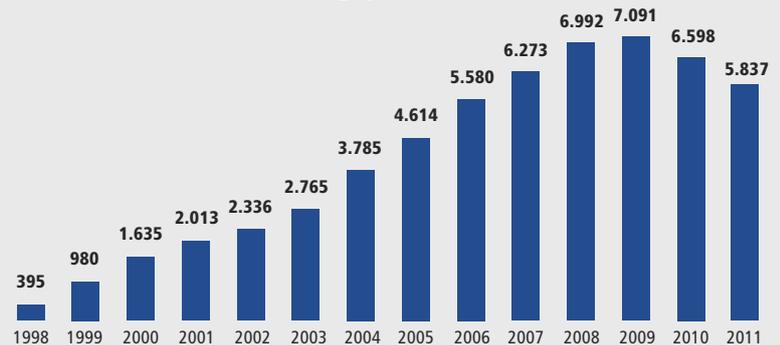
Nachwuchssicherung heißt Zukunftssicherung

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 und in Zeiten eines drohenden Fachkräftemangels mehr denn je.

Wichtigste Säule: Der 1998 aus der Fachabteilung heraus entwickelte Ausbildungsberuf Fachmann/ Fachfrau für Systemgastronomie. Rund 5.800 junge Menschen befinden sich aktuell in dieser Ausbildung. Wie bei allen gastgewerblichen Berufen sind hier allerdings seit zwei Jahren Rückgänge zu verzeichnen – eine Riesen-Herausforderung für die Nachwuchsarbeit der Branche.

Neben der anspruchsvollen managementorientierten Ausbildung der Fachleute für Systemgastronomie nutzen viele Unternehmen der Systemgastronomie in den letzten Jahren auch zunehmend die differenzierten Möglichkeiten, die ihnen das duale System der gastgewerblichen Berufe bietet. In der

Ausbildungsverhältnisse Fachmann/-frau für Systemgastronomie in allen drei Ausbildungsjahren



Quelle: DIHK; Stand März 2012

Systemgastronomie werden jährlich mehrere hundert eher praktisch begabte Jugendliche für die zweijährige Ausbildung zur „Fachkraft im Gastgewerbe“ eingestellt und so fit gemacht für einen qualifizierten Einstieg in gewerbliche Aufgaben im systemgastronomischen Restaurant. Nach Erreichen des zweijährigen Berufsabschlusses kann die Ausbildung mit dem Ausbildungsziel „Fachmann/-frau für Systemgastronomie“ fortgeführt werden; Durchlässigkeit ist also gegeben.

Mit der Ausbildungsinitiative www.gast-star.de ist die Systemgastronomie auch im Internet sowie auf Facebook präsent.

Forum Systemgastronomie mit Nationalem Azubi-Award

Das 21. Forum Systemgastronomie am 4. September 2012, in diesem Jahr erstmals auf der HOGATEC in Essen, erwies sich einmal mehr als Wissens-, Innovations- und Kommunikationsplattform der Branche (vgl. Kap. 1.1).



Impressionen vom 11. Nationalen Azubi-Award Systemgastronomie



01



02



03



04



05

01 Moderierten gewohnt souverän die Veranstaltung: Ingrid Hartges (r.), DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin, mit DEHOGA-Geschäftsführerin Sandra Warden und dem Juryvorsitzenden Dierk Kraushaar (Stockheim-Gruppe).

02 Die strahlende Gewinnerin Anna Vera Stemes von Maredo freut sich über ihre Preise, die von DEHOGA-Präsidenten Ernst Fischer (l.) und dem Fachabteilungsvorsitzenden Thomas Hirschberger überreicht wurden.

03+04 Volle Konzentration bei den Wettkampfteilnehmern wie hier bei der Warenerkennung (Bild rechts) und der Präsentationsaufgabe.

05 Jeder ein Gewinner – Die Auszubildenden haben sich bereits in regionalen Meisterschaften oder in Ihrem Ausbildungsunternehmen für die Teilnahme am Azubi-Award qualifiziert.

Emotionaler Höhepunkt der Veranstaltung war einmal mehr die Siegerehrung der zehn besten Teilnehmer des Nationalen Azubi-Awards Systemgastronomie. 38 angehende bzw. frisch gebackene Fachleute für Systemgastronomie, die sich entweder in ihren Unternehmen oder über Landesmeisterschaften qualifiziert hatten, nahmen am großen Nachwuchswettbewerb der Markengastronomen teil und kämpften um die begehrten ersten Plätze. Zwei Tage lang hatten sie mit Können, Kreativität und Durchhaltevermögen um die Spitzenplätze gerungen. So mussten sie Fragen zum Personalwesen, Controlling, Marketing sowie zur Systemorganisation beantworten. Auch das Fachrechnen kam nicht zu kurz. Ein wichtiger Aspekt des Awards war wie jedes Jahr die Warenerkennung. Hier galt es, Gerätschaften zu identifizieren und Obstsorten, Kräuter oder Flüssigkeiten zu benennen. Die Teilnehmer stellten ihre Kenntnisse und Fähigkeiten außerdem bei einer anspruchsvollen Konzeptions- und Präsentationsaufgabe unter Beweis. Ganz praktisch wurde es in der diesjährigen Über-



raschungsaufgabe: Einem neuen Azubi musste das richtige Waschen und Desinfizieren der Hände erklärt und demonstriert werden.

Als Auszeichnung für ihre herausragenden Kenntnisse gab es für die Auszubildenden nicht nur Urkunden und Medaillen, sondern auch viele hochwertige Sachpreise, Reisen und Bildungsgutscheine. So kann sich die Goldmedaillengewinnerin über eine Reise nach Chicago, gesponsert von McDonald's, einen Weiterbildungsgutschein zur Fachwirtin im Gastgewerbe beim IST-Studieninstitut im Wert von 3.000 Euro sowie ein iPad 3, gesponsert von Nordsee, freuen.

Die Platzierungen 2012

1. Platz	Anna Vera Stemes, Maredo
2. Platz	Friedrich Honay, Konditorei Junge
3. Platz	Simone Labs, Maredo
4. Platz	Hanna Russbild, McDonald's
5. Platz	Marc-Julian Sterzik, Vapiano
6. Platz	Philipp Meusel, IKEA
7. Platz	Philipp Herrmann, Call a Pizza
8. Platz	Daniel Orth, McDonald's
9. Platz	Felia Glowalla, Nordsee
10. Platz	Meike Freund, Cafe Extrablatt

Ewige Bestenliste des Nationalen Azubi-Awards

1. Platz	McDonald's
2. Platz	Maredo
3. Platz	Hallo Pizza
4. Platz	Burger King
5. Platz	Nordsee
6. Platz	Joey's Pizza Service
7. Platz	LSG Sky Chefs
8. Platz	IKEA
9. Platz	Stockheim
10. Platz	Mövenpick/Marché

Fachabteilung Gemeinschaftsgastronomie

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 Imagebroschüren, Informationsflyer und Messeauftritte.

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 Mitgliederversammlung fand am 3. September 2012 anlässlich der Messe HOGATEC in Essen statt. So hatten die Mitglieder der Fachabteilung die Möglichkeit, die erstmalig in Essen stattfindende Messe am neuen Standort kennzulernen. Am Vorabend der Mitgliederversammlung trafen sich die Mitglieder bereits bei der Verleihung des „Frankfurter Preises“ auf Einladung des Deutschen Fachverlages.

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.

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

Fachabteilung Bahnhofsgastronomie

UNION Deutscher Bahnhofsbetriebe

Für die UNION Deutscher Bahnhofsbetriebe ist 2012 das 36. 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 über 85 Jahren gegründet und die FAB geht auf den über 100 Jahre alten Verband der Bahnhofswirte zurück.

In der UNION sind rund 150 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,

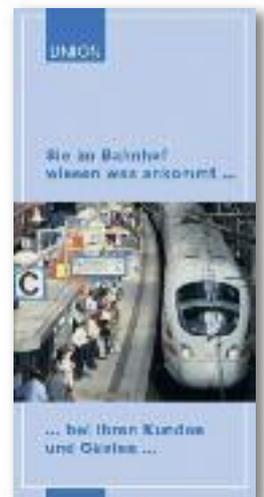
Schuhe, Tabak sowie Presse und Buchhandel. Die UNION pflegt gleichzeitig eine enge Kooperation mit dem Verband Deutscher Bahnhofsbuchhändler.

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 Imbisspezialitäten 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 Deutsche Bahn AG und





für den Betrieb von 5.400 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 2011 hat die Deutsche Bahn ihren Umsatz um 10,4 Prozent auf 37,9 Milliarden Euro steigern können. Dies resultierte insbesondere aus der deutlichen konjunkturellen Erholung und der nachfolgenden Belebung der für die Bahn relevanten Transport- und Logistikmärkte. Daneben machten sich auch positive Effekte im Personenverkehr bemerk-

bar, insbesondere durch die höhere Verkehrsleistung und in der Infrastruktur infolge der wieder spürbar gestiegenen Nachfrage im Schienengüterverkehr. Im Geschäftsfeld DB Netze Personenbahnhöfe, das für den Betrieb der Bahnhöfe zuständig ist, wurde ein Ergebnis von 1,08 Milliarden Euro erzielt – ein Plus von 3,2 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, treffen sich Vertreter der UNION in regelmäßigen Abständen mit den Marketingverantwortlichen der Deutschen Bahn.

Die Mitglieder der UNION werden die Standortkampagne 2013, die an den TOP 10 Bahnhöfen stattfindet, optimal unterstützen. In Vorbereitung der Standortkampagne haben sich daher Mitglieder der UNION mit den Marketingverantwortlichen der Bahn in Fulda getroffen.

Das Thema „Betriebs- und Nebenkostenabrechnungen“ steht seit Jahren auf der Tagesordnung und hat uns auch im Berichtszeitraum erneut beschäftigt. Die Deutsche Bahn ist dazu übergegangen, die Nebenkosten pauschal abzurechnen. Der Prozess ist noch nicht abgeschlossen, und wird von der UNION konstruktiv begleitet.

Weitere Schwerpunkte der Arbeit im Berichtszeitraum waren u.a. eine weitere Tabaksteuererhöhung und eine von DB Station & Service an alle Mieter versandte neue Anlage zu den Mietverträgen. In persönlichen, konstruktiven Gesprächen mit der Deutschen Bahn konnten wichtige Ergebnisse im Interesse der Mitglieder erzielt werden.

Mitgliederversammlung 2012 UNION Deutscher Bahnhofsbetriebe

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.

Auf der diesjährigen Mitgliederversammlung, die am 11. Oktober in Berlin stattfand, standen eine Vielzahl interessanter Themen und der Erfahrungsaustausch zu den politischen Aktivitäten auf der Agenda. Über aktuelle politische Themen informierte die Hauptgeschäftsführerin des DEHOGA Bundesverbandes, Ingrid Hartges, in ihrem Grußwort.

Fachabteilung Discotheken

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



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 Club- und 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 nach wie vor einen sehr hohen Stellenwert ein.

Der Konkurrenzdruck hat allerdings in den letzten Jahren aufgrund des größer gewordenen Freizeitangebotes (zum Beispiel Fitnessstudios, Internet oder Multiplex-Kinos) sowie durch Veranstaltungen in Szene-, Tanz-, Event- und Erlebniskneipen zugenommen. 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.

BDT-Mitgliederversammlung/ Ulrich Weber neuer Präsident

Auf der Mitgliederversammlung des BDT am 8. Mai 2012 in Hamburg wurde Ulrich Weber, Inhaber der Großraum-Discothek „PM Nacht-erlebniswelt“ in Moers, einstimmig zum neuen Präsidenten gewählt. Er folgte damit auf Henning Franz aus Eckernförde, der sich nach 20 Jahren an der Verbandsspitze nicht mehr zur Wiederwahl stellte. Franz wurde von den Teilnehmern unter stehendem Applaus verabschiedet und für seine verdienstvolle Arbeit zum Ehrenpräsidenten des BDT gewählt.



Neuer Präsident des BDT: Ulrich Weber

Weber, langjähriger BDT-Vizepräsident und seit über 25 Jahren als erfolgreicher Discothekenunternehmer tätig, übernahm das Ruder des Verbandes in der wohl schwierigsten Zeit, die die Discothekenbranche je erlebt hatte. Die von der GEMA angekündigte Tarifreform drohte ab 2013 für Clubs und Discotheken existenzgefährdend zu werden. Der neue Verbandspräsident rief daher zur Solidarität und zum Widerstand unter allen Clubbetreibern und Discothekenunternehmern in Deutschland auf. Zum Vizepräsidenten wurden Hans-Bernd Pikkemaat, „Aura“ Ibbenbüren, und Knut Walsleben, „Fun-Parc“ Trittau, gewählt. Hajo Römer,



Das neue BDT-Präsidium.

„Castel“ Bitburg, wurde im Amt des Schatzmeisters bestätigt. Im weiteren Präsidium vertreten sind Dirk Bamberger, „Top 10“ Balingen, Wolfgang Traxel, „Discoplex A65“ Kandel sowie Holger Pfister, „Musikpark“ Lübeck.

GEMA-Discothekentarif

Tausende Betreiber von Clubs, Discotheken und Musikneipen konnten aufatmen: Nach einem beispiellosen, über Monate andauernden Verhandlungsmarathon über die GEMA-Tarifreform, bei dem der BDT durch seinen Präsidenten Ulrich Weber und seinen Geschäftsführer Stephan Büttner permanent vertreten war, konnte Ende 2012 erreicht werden, dass für das komplette Jahr 2013 die Alttarife weiter zur Anwendung kommen. Damit können nun alle Veranstaltungen für 2013 auf der Basis der bewährten Tarifstrukturen geplant und durchgeführt werden. Allerdings wird der Discotarif ab dem 1. Januar 2013 um 5 Prozent und ab dem 1. April 2013 um weitere 10 Prozent erhöht. Im Gegenzug wird der Vervielfältigungszuschlag für den Einsatz eines Laptops/PCs bzw. selbst gebrannter CDs ab 1. April 2013 wegfallen und durch einen neuen, wesentlich günstigeren Tarif ersetzt, der sich aber in der Regel an die DJs richtet. Dadurch werden Clubs und Discotheken nicht unerheblich entlastet.

Oberlandesgericht München weist GVL-Forderung zurück

In dem gegen die GVL (Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrecht) geführten gerichtlichen Verfahren hat das Oberlandesgericht München am 27. September 2012 entschieden, dass sich die zu zahlende Vergütung für die Musiknutzung in Tanzschulen erhöht: Der so genannte GVL-Zuschlag auf den entsprechenden GEMA-Basistarif verteuert sich von bisher 20 auf zukünftig 30 Prozent. Damit folgte das OLG München der erstinstanzlichen Entscheidung der Schiedsstelle beim Deutschen Patent- und Markenamt und wies die weitergehende Klage der GVL, die eine Verfünfachung ihrer Vergütung von 20 auf 100 Prozent fordert, zurück.



Das Urteil des OLG München ist aus Sicht der Musikveranstaltenden Betriebe nicht befriedigend, da es neben der derzeit im Raum stehenden massiven GEMA-Gebührenerhöhung eine erneute, nicht unerhebliche Kostenbelastung mit sich bringt. Auch wenn das Gericht der GVL-Forderung auf Verfünfachung der Tarife eine klare Absage erteilt hat, könnte der Urteilsspruch nicht nur für Tanzschulen, sondern auch auf für alle Musikveranstaltenden Betriebe auswirken und zu einer enormen Mehrbelastung führen.



Eifrige Diskussionen zum Schwerpunktthema Urheberrecht wurden beim GEMA-Roundtable geführt.

Branchentreffen „Disco Contact 2012“

Kraftvoll und dynamisch zeigte sich auch 2012 wieder Deutschlands größtes Branchentreff für Discotheken, Clubs und Szenegastronomie. Am 15./16. Oktober fand in und um den sehenswerten Tanzpalast „Aura“ in Ibbenbüren nahe Osnabrück das elfte Branchen-Meeting „disco contact“ statt. Das vom BDT, der Branchenzeitschrift „disco magazin“ und dem Aura-Team um Hans-Bernd Pikkemaat entwickelte Konzept aus Messe, Seminaren und einmaligem Nightlife-Angebot hat sich nicht nur bewährt, es wurde in diesem Jahr noch weiter ausgebaut.

Der in diesem Rahmen veranstaltete GEMA-Roundtable stieß bei den Besuchern auf großes Interesse.

Discothekenunternehmerpreis 2012

Der BDT im DEHOGA Bundesverband hat auf dem Branchenmeeting „disco contact“ in Ibbenbüren die höchste Ehrung der Branche, den Discothekenunternehmerpreis für das Jahr 2012, verliehen. BDT-Präsident Ulrich Weber zeichnete Hilke und Peter

Meyer, Inhaber von drei Großdiscotheken in Niedersachsen, 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.



Freut sich über den Discothekenunternehmerpreis: Peter Meyer (M.) mit BDT-Präsidenten Ulrich Weber (l.) und BDT-Geschäftsführer RA Stephan Büttner.

Fachabteilung Catering

Neue Fachabteilung im DEHOGA versammelt die größten Cateringunternehmen Deutschlands

Mit der Gründung der neuen Fachabteilung Catering wird der DEHOGA Bundesverband seinem Anspruch gerecht, Sprachrohr der gesamten gastgewerblichen Branche zu sein. Die Cateringunternehmen sind attraktive Arbeitgeber mit hohen Qualitätsstandards und sozialer Verantwortung.



Erklärtes Ziel der Fachabteilung ist es, die Interessen der deutschen Cateringbranche wahrzunehmen und diese der Öffentlichkeit und der Politik gegenüber zu vertreten. Als Vorsitzender der Fachabteilung wurde Reiner Worbs auf der konstituierenden

Sitzung der Fachabteilung gewählt. Reiner Worbs ist gleichsam Vorsitzender der Geschäftsführung der Dussmann Service Deutschland GmbH und Mitglied des Vorstandes der Dussmann Gruppe. Als stellvertretender Vorsitzender wurde Jürgen Thamm von der Compass Group gewählt. Das Amt als Schatzmeister nimmt Jörg Rutschke, apetito catering, wahr.



Reiner Worbs, Vorsitzender der Fachabteilung Catering

Als große Herausforderung sehen die Mitglieder der Fachabteilung die Herbeiführung der steuerlichen Gleichbehandlung im Sozialcatering. Ein weiteres Ziel ist die Erhöhung der Arbeitgeberattraktivität.

Die Fachabteilung sieht es als ihre Hauptaufgabe an, die wirtschaftliche Bedeutung, das Tätigkeitspektrum sowie die Beschäftigungspotenziale der Branche in der Gesellschaft und der Politik bekannter zu machen.

Zu den Mitgliedern der Fachabteilung zählen die größten Cateringunternehmen Deutschlands: apetito catering B.V. & Co. KG, Aramark Holdings GmbH & Co. KG, Compass Group Deutschland GmbH, Dussmann Service Deutschland GmbH, Sodexo Services GmbH sowie SV (Deutschland) GmbH. Die Unternehmen erwirtschafteten 2011 einen Jahresumsatz von über zwei Milliarden Euro und beschäftigten über 44.000 Mitarbeiter.

Die Fachabteilung Catering ist die Nachfolgeorganisation des „Verbandes der Internationalen Caterer in Deutschland“ (V.I.C.), der sich 2011 auflöste.



6

Aus unseren Fachverbänden

Die zwei Fachverbände im DEHOGA sind der Hotelverband Deutschland (IHA) sowie die UNIPAS – Union der Pächter von Autobahn-Service-Betrieben. Zusammen mit dem DEHOGA kämpfen sie für eine Verbesserung der Rahmenbedingungen für Gastronomie und Hotellerie in Deutschland.

Hotelverband Deutschland (IHA)



Profil

Dem Hotelverband Deutschland (IHA) gehören mehr als 1.400 führende Hotels des vorwiegend mittleren und oberen Marktsegments aus Individual-, Kooperations- und Kettenhotellerie an. Das Reiseland Deutschland wird bei Gästen aus dem Inland und Reisenden aus aller Welt immer beliebter. Der Hotellerie kommt dabei eine Schlüsselposition im Inlandstourismus zu. Vor diesem Hintergrund versteht sich der Hotelverband Deutschland (IHA) als Ansprechpartner der Politik, Netzwerker der Hotellerie sowie als Dienstleister der Branche. 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. Die Mitglieder des Hotelverbandes profitieren von qualifizierten Dienstleistungen, die ihren speziellen betrieblichen Bedürfnissen entsprechen und ihnen entscheidende geldwerte Vorteile bringen.

Politische Schwerpunktthemen

Die Hotellerie kann vom anhaltenden Aufwärtstrend im Deutschlandtourismus weiter profitieren. So erhöhte sich die Zahl der Gästeübernachtungen 2012 in den ersten neun Monaten im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um vier Prozent auf 320,3 Millionen. Davon entfielen 53,8 Millionen Übernachtungen auf ausländische Gäste (+ acht Prozent) und 266,5 Millionen auf Gäste aus dem Inland (+ drei Prozent).

Ein Erfolg war das Urteil des Bundesverwaltungsgerichts in Leipzig in Sachen Bettensteuer. Die Richter sahen die Satzungen der Städte Bingen und Trier als unzulässig an. Damit ist das Thema deutschlandweit faktisch vom Tisch (mehr dazu im Kapitel 2.1.)

Ärgerlich dagegen war der erneute Versuch, den reduzierten Mehrwertsteuersatz in der Hotellerie wieder zurückzunehmen. Dass die Bundesratsinitiative gerade aus dem Tourismusland Schleswig-Holstein angestoßen wurde, befremdete sehr. Der Bundesrat lehnte Anfang November die Gesetzesinitiative Schleswig-Holsteins ab.

Laut einer Studie des DEHOGA Bundesverbandes löste die Senkung des Mehrwertsteuersatzes im Januar 2010 bundesweit einen Investitionsschub aus. So wurden in den Jahren 2010 und 2011 fast eine Milliarde Euro in Neuanschaffungen, Renovierungen sowie Energieeffizienzmaßnahmen investiert und über 11.000 Arbeits- und Ausbildungsplätze geschaffen. Für das Jahr 2012 wurden weitere Investitionen in Höhe von 827,5 Millionen Euro sowie weitere 6.000 neue Arbeits- und Ausbildungsplätze geplant.

Im Fokus des Engagement des Hotelverbandes standen darüber hinaus mehr Fairness im Bereich der Online-Distribution und Hotelbewertungen, die fragwürdige Gebührenpolitik der Kreditkartenorganisationen sowie Haftungsfragen beim Internetzugang für Gäste.

Veranstaltungen

IHA-Hotelkongress

Rund 200 führende Hoteliers, Hoteldirektoren und Hotelmanager trafen sich vom 13. bis 15. Juni im nhow Hotel Berlin zum IHA-Hotelkongress 2012, um sich aus erster Hand über aktuelle Entwicklungen in der Online-Distribution, im Direktmarketing und zur IT-Sicherheit zu informieren. Der Vorsitzende Fritz G. Dreesen mahnte von den Online-Vertriebspartnern der Hotellerie mehr Fairness an. Auf dem Hotelkongress wurden auch die Verbands-gremien für die nächsten vier Jahre gewählt. Dem

Vorstandsvorsitzenden Fritz G. Dreesen stehen Dr. Monika Gommolla (Maritim Hotelgesellschaft mbH, Bad Salzuflen) als 1. Stellv. Vorsitzende, Otto Lindner (Lindner Hotels AG, Düsseldorf) als 2. Stellv. Vorsitzender und Manfred Gangnus (SETA-Hotel, Bad Neuenahr) als Schatzmeister zur Seite.

Die Referenten

- Uwe Frers von Escapio
- Richard Wiegmann von Trust International
- Torsten Sabel von Customer Alliance
- Michael Toedt von Toedt, Dr. Selk & Coll
- Profi-Hacker Sebastian Schreiber
- Peter Hense von Spirit Legal aus Leipzig
- Ulrich Kastner von myhotelshop
- und Hans van der Kooij vom Koninklijke Horeca Nederland, dem niederländischen Partnerverband der IHA,

lieferten den Teilnehmern jede Menge Diskussionsstoff und wertvollen Input für ihren Geschäftsalltag. Am Abend lud der Hotelverband zum traditionellen IHA-Get-Together mitsamt dem EM-Fußballspiel Deutschland gegen die Niederlande.

Jahrespressekonferenz

Auf reges Medieninteresse stieß auch die diesjährige Jahrespressekonferenz, die am 22. März 2012 stattfand. Der IHA-Vorsitzende Fritz G. Dreesen und IHA-Hauptgeschäftsführer Markus Luth berichteten über den anhaltenden Auswärtstrend im Deutschlandtourismus, erklärten die Perspektiven der Branche und formulierten die Erwartungen der Hoteliers an die Politik. Der Einführung von Bettensteuern wurde eine klare Absage erteilt. Mit großen Sorgen blickte man auch die wachsende strukturelle Abhängigkeit von Online-Buchungsportalen.



01



02



03



04

01 Volle Konzentration auf die Zukunftsthemen der Hotellerie beim IHA-Hotelkongress 2012.

02 Der neue Vorstand des IHA um Vorsitzenden Fritz G. Dreesen (4.v.l.).

03 Hat auch in den kommenden vier Jahren alles im Griff: IHA-Vorsitzender Fritz G. Dreesen im hoteleigenen Tonstudio des nhow Hotels Berlin.

04 Brancheninfos aus erster Hand erhielten die zahlreich erschienenen Journalisten auf der Jahrespressekonferenz des Hotelverbandes.

Neuer Internetauftritt

Der Hotelverband präsentierte im November einen komplett überarbeiteten und mit zahlreichen neuen Features versehenen Internetauftritt. Mit der verstärkten Integration von Web 2.0-Inhalten, der Darstellung aktueller Branchen-News, vereinfachten Interaktionsmöglichkeiten, einer benutzerfreundlichen Menüführung und einem frischen Layout wurde das Internetangebot des Hotelverbandes noch attraktiver, informativer und übersichtlicher. Neben einem neuen und zeitgemäßen Design wurde die Menüführung stringenter und benutzerfreundlicher gestaltet. Neben aktuellen Brancheninformationen, Veranstaltungshinweisen und Karrieretipps bietet die Website www.hotellerie.de den Nutzern unter anderem einen Einkaufsberater, eine Bilddatenbank sowie einen Blog zu aktuellen Hotellertiteln.



IHA-Referent Tobias Warnecke, IHA-Referentin Anke Hobi, IHA-Vorsitzender Fritz G. Dreesen, IHA-Referentin Lizzy Herzog und IHA-Hauptgeschäftsführer Markus Luthe (v.l.) präsentieren den aktuellen Branchenreport.

Services und Publikationen

Neben wirkungsvoller Lobbyarbeit für die Branche bietet der Hotelverband seinen Mitgliedern exklusive professionelle und spezialisierte Dienstleistungen wie Fachseminare, aktuell zum Beispiel zu den Themen Webmarketing, Datenschutz oder Arbeitsrecht, Publikationen oder 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 ist ein profunder Indikator des Branchengeschehens und liefert belastbare Rahmendaten für alle Marktteilnehmer.

Hotelverband Deutschland (IHA)

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.



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, 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 2012 war für die UNIPAS ein von Veränderungen geprägtes Jahr. Zum 1. Januar hat die UNIPAS nach zehnjähriger Betreuung durch den BTG in Minden (Bundesverband Tankstellen und Gewerbliche Autowäsche Deutschland e.V.) ihre

Geschäftsstelle zum DEHOGA Bundesverband nach Berlin verlegt. Die fachliche Betreuung der Autobahntankstellen wird aber auch weiterhin durch den BTG sichergestellt.

Die Umsatzentwicklung des Jahres 2012 bleibt hinter den Erwartungen der Pächter zurück. Auch die Kraftstoffpreise an den Autobahntankstellen haben für einen stärkeren Umsatzrückgang als im Marktdurchschnitt gesorgt.

Um die Umsätze zu optimieren, wurde die Unternehmensberatung Simon-Kucher & Partner von Tank & Rast beauftragt, eine Pricing-Studie durchzuführen. Die Ergebnisse dienen den Pächtern zur Optimierung ihrer Angebote. Die Absatz- und Gewinnentwicklung kann zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht abschließend beurteilt werden.



Freundlicher Service in der Raststätte.



Salatauswahl im Gastronomiebereich der Raststätte Irschenberg.

Für das Jahr 2013 sind Änderungen bei den Belieferungsrechten an den Tankstellen vereinbart worden. An ca. 75 Stationen werden durch Beliefererwechsel Umflogungen erfolgen.

Die konstruktive Zusammenarbeit zwischen UNIPAS und Tank & Rast konnte in diesem Jahr fortgesetzt werden. In vielen Gesprächen werden alle bestehenden Probleme angesprochen und es wird gemeinsam nach Lösungen gesucht.

Union der Pächter von Autobahn-Service-Betrieben (UNIPAS)

Am Weidendamm 1A
10117 Berlin

Fon 030/726252-86

Fax 030/726252-42

info@unipas.de

www.unipas.de



DEHOGA- Landesverbände

Lokal. Regional. National. Für einen schlagkräftigen Verband muss der DEHOGA überall gut aufgestellt sein – von der Orts- über die Landes- bis zur Bundesverbandsebene. Und das ist er. Die 17 Landesverbände im DEHOGA garantieren den Mitgliedern eine optimale Ansprache, Kommunikation, Dienstleistung und Interessenvertretung vor Ort. Mit den entsprechenden Sozialpartnern handeln die DEHOGA-Landesverbände die tariflichen Löhne und Arbeitsbedingungen aus.

Baden-Württemberg

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

Eine starker Auftritt bei der INTERGASTRA und die sehr erfolgreiche Hygiene-Schulungsoffensive bildeten 2012 wichtige Schwerpunkte der Arbeit des DEHOGA Baden-Württemberg. Mit der erstmaligen Ausrichtung eines Parlamentarischen Abends wurden auch in der Lobbyarbeit neue Wege beschritten.

Mit Rekordzahlen hat die INTERGASTRA in Stuttgart ihre Position als eine der führenden Branchenfachmessen in Deutschland nachhaltig unterstrichen. 86.000 Besucher erlebten vom 11. bis 15. Februar 2012 die größte INTERGASTRA in der bisherigen Messegeschichte mit rund 1.200 Ausstellern und einer Gesamtfläche von über 90.000 Quadratmetern.

Als ideeller Träger der Messe setzte der DEHOGA Baden-Württemberg erneut starke Akzente im Rahmenprogramm. Auf rund 2.500 Quadratmetern präsentierte der Verband in Halle 5 nicht nur seine Dienstleistungsangebote, sondern bot gemeinsam mit Partnerverbänden aus Hessen, Saarland und Rheinland-Pfalz sowie mit führenden Branchenvereinigungen ein täglich wechselndes Programm mit interessanten Fachveranstaltungen und guter Unterhaltung auf der DEHOGA-Bühne.



Dialog mit der Politik: Beim ersten Parlamentarischen Abend des Landesverbandes konnten die DEHOGA-Vertreter über 50 Landtagsabgeordnete begrüßen. Rechts im Bild Landtagspräsident Guido Wolf mit DEHOGA-Landesverbandspräsident Peter Schmid und der stellvertretenden Hauptgeschäftsführerin des DEHOGA Baden-Württemberg, Petra Thollembeck.

Der Erfolg der Messe ist nicht zuletzt ein Ergebnis engagierter Verbandsarbeit: Mehr als 160 Busfahrten waren von DEHOGA-Kreisverbänden mit Unterstützung der METRO organisiert worden, um Mitgliedern die gemeinschaftliche Fahrt zur Messe zu ermöglichen. Auf diese Weise wurde die INTERGASTRA in Stuttgart nicht nur zu einer hochkarätigen Fachveranstaltung, sondern auch wieder zu einem starken Gemeinschaftserlebnis.

Erfolgreiche Hygieneoffensive

Mehr als 6.000 Gastronomen und Mitarbeiter aus DEHOGA-Mitgliedsbetrieben haben im Jahresverlauf 2012 an den Schulungen im Rahmen der großen „Hygieneoffensive“ des DEHOGA Baden-Württemberg teilgenommen. Damit übertraf die Resonanz auf diese groß angelegte Qualifizierungsinitiative auch optimistische Erwartungen. In allen Teilen Baden-Württembergs organisierten DEHOGA-Kreisverbände insgesamt fast 80 Vor-Ort-Schulun-



Auf der DEHOGA-Bühne bot der Verband ein spannendes Fach- und Rahmenprogramm während der gesamten fünf INTERGASTRA-Messtage.



Starke DEHOGA-Präsenz auf der INTERGASTRA in Stuttgart: Auf rund 2.500 Quadratmetern Fläche informierte der Verband nicht nur über seine vielfältigen Leistungen, sondern bot auch ein spannendes Fach- und Unterhaltungsprogramm auf der DEHOGA-Bühne.

gen, die von den Mitgliedern begeistert angenommen wurden. „Der Erfolg unserer Hygieneoffensive zeigt nicht nur das hohe Bewusstsein für die Bedeutung des Verbraucherschutzes in unserer Branche – er stellt auch eine ganz starke organisatorische Leistung unserer DEHOGA-Basis dar“, erklärt Peter Schmid, Präsident des DEHOGA Baden-Württemberg. Im Mittelpunkt der halbtägigen Unterrichtungen, die von erfahrenen Praktikern geleitet wurden, standen die vielfältigen Dokumentationspflichten, die Gastronomen heute erfüllen müssen. Basis der Unterrichtung war der DEHOGA-Hygienecheck-Ordner, der neben den Hygiene-Leitlinien des Verbandes auch praxiserichtete Vorlagen und Checklisten enthält. Die baden-württembergische DEHOGA-Hygieneoffensive wird mit neuen inhaltlichen Schwerpunkten im Jahr 2013 fortgesetzt.

Dialog mit der Politik

Die Stärke der regionalen Präsenz mit insgesamt 49 Kreis- und Bezirksverbänden konnte der DEHOGA Baden-Württemberg auch bei der Ausrichtung seines ersten Parlamentarischen Abends in die Waagschale werfen: Rund 50 Landtagsabgeordnete folgten der Einladung des Verbandes am 10. Oktober 2012 in Stuttgart. Die sehr erfreuliche Resonanz erklärt sich nicht zuletzt damit, dass neben den Mitgliedern des DEHOGA-Landesvorstandes und hauptamtlichen Mitarbeitern die Kreisvorsitzenden des Verbandes für Gespräche zur Verfügung standen. Die Abgeordneten hatten so die Möglichkeit, den Dialog mit Repräsentanten der Branche aus ihrem jeweiligen Wahlkreis zu vertiefen – eine Chance für beide Seiten, die mit großem Erfolg genutzt wurde.



Starke Resonanz: Insgesamt mehr als 6.000 Teilnehmer ließen sich im Rahmen der landesweiten DEHOGA-Hygieneoffensive schulen. Die DEHOGA-Kreisverbände organisierten dazu rund 80 Veranstaltungen in allen Teilen Baden-Württembergs.



Der DEHOGA-Hygienecheck-Ordner bildete die inhaltliche Basis der erfolgreichen Schulungsinitiative.

Bayern

Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern e.V.

DEHOGA Bayern.

Überzeugend durch Argumente.

Ob Arbeitsmarkt- oder Tarifpolitik, Aus- oder Weiterbildung, Steuer- oder Urheberrecht, Tourismusstrukturen oder Landesplanung, der DEHOGA Bayern spricht mit starker Stimme für das weiß-blaue Gastgewerbe. Als verantwortungsvoller Mitgestalter der Gesellschaft – aber auch zur Durchsetzung berechtigter Brancheninteressen – kämpft er für die Verbesserung der politischen Rahmenbedingungen sowie für eine Wirtschaftspolitik, deren Ziel es ist, Gegenwart und Zukunft des Gastgewerbes zu sichern. Mit seinem Engagement leistet der Verband wirkungsvolle Beiträge zur Sicherung der Arbeitsplätze und der Lebensqualität in Bayern.

Die Herausforderungen, denen sich der DEHOGA Bayern zusätzlich bzw. parallel zu den gemeinschaftlichen branchenpolitischen Forderungen des deutschen Gastgewerbes angenommen hat, sind dabei so facettenreich wie die Branche selbst.

Begleitend zu den Aktivitäten des Bundesverbands hat er beispielsweise zahlreiche öffentlichkeitswirksame Aktionen, parlamentarische Events sowie Pressegespräche zur Durchsetzung fairer Umsatzsteuersätze für das gesamte Gastgewerbe durchgeführt. Das Ergebnis: Die Bayerische Staatsregierung macht sich nach wie vor für den reduzierten Steuersatz stark.

Ebenso wurde im Rahmen der deutschlandweiten Proteste gegen die geplante Tarifreform der GEMA mit Demonstrationen in München und Nürnberg sowie Podiumsdiskussionen, Pressekonferenzen und Clubführungen für politische Entscheidungsträger und Medienvertreter vorgegangen.

Mit seinen Argumenten konnte der DEHOGA Bayern zudem bei länderspezifischen Themen überzeugen.

Bettensteuer vom Tisch

Nachdem der Bayerische Verwaltungsgerichtshof 2012 im Berufungsverfahren entschieden hat, dass die Übernachtungssteuersatzung der Landeshauptstadt München rechtswidrig ist, ist in Bayern die Bettensteuer endgültig vom Tisch. Denn das Urteil besitzt landesweite Relevanz, da in Bayern der Freistaat nur bei der erstmaligen Einführung einer kommunalen Abgabe Erlaubnis erteilen muss. Darüber hinaus vertrat das Gericht die Meinung des DEHOGA Bayern, dass die Erhebung einer Bettensteuer die vom Bund beschlossene Mehrwertsteuerreduzierung konterkariere.

Ruhe im Krach um Stille Tage

Erfolg auch im Krach um Stille Tage: Die Gastronomie profitiert hinsichtlich der Liberalisierung der Stillen-Tage-Regelung von der jahrelangen Überzeugungsarbeit des DEHOGA Bayern. Nunmehr



Der Große Vorstand des DEHOGA Bayern zu Gast in Kloster Banz: vordere Reihe v.l. Gastgeber Michael Möslein vom Kloster Banz, Rose Marie Wenzel, Conrad Mayer, Angela Inselkammer, Ulrich N. Brandl, Thomas Förster, Johann Britsch, 2. Reihe v.l. Dieter Gallus als Stellvertreter von Fritz Ebert, Andrea Luger, Thomas Domani, Monika Poschenrieder, Robert Drechsel, Stefan Wild, Michael Berghammer sowie Hauptgeschäftsführer Ralf Schell und Geschäftsführer Zentrale Dienste Michael Fleiner; nicht im Bild: Ralf Barthelmes, Franz Bergmüller.

darf in den Nächten vor Stillen Feiertagen bis 2 Uhr getanzt werden, bislang musste um Mitternacht Schluss sein. Gleichzeitig bekamen die Kommunen das Recht zugesprochen, ein Alkoholverbot auf öffentlichen Plätzen zu erlassen.

In seiner Argumentationslinie hatte der Verband immer betont, auch für den Schutz der christlichen Feiertage einzutreten, jedoch hätten sich die Lebensgewohnheiten der Menschen geändert.

Für Hygiene – Gegen Pranger

Ein Sieg der Vernunft war die Entscheidung der Bayerischen Staatsregierung, sich gegen die Einführung eines Hygiene-Barometers auszusprechen. Ausschlaggebend dafür waren die Sachargumente des DEHOGA Bayern, der mit den zuständigen Ministerien in engem fachlichem Austausch steht. Dabei heißt gegen das Hygiene-Barometer zu sein, nicht gegen Hygiene zu sein – es ist nur der falsche Weg zum richtigen Ziel.

Ein oftmals rechtswidriger Weg zum Ziel ist die Umgehung der Einführung eines Hygiene-Barometers durch die Veröffentlichung von Lebensmittelhygieneverstößen im Internet unter Berufung auf das geänderte Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuch. Nach Beschlüssen der Verwaltungsgerichte Karlsruhe und Regensburg bietet der entsprechende Paragraph für die Veröffentlichung von Hygieneverstößen keine Rechtsgrundlage.

BayernTourismus 2.0

Bayern hat als Tourismusdestination zwar einen hervorragenden Ruf, doch ein Blick hinter die Kulissen zeigt, dass aufgrund von viel zu vielen und oftmals zu kleinen Organisationseinheiten sowie fehlender Absprachen Aufgaben doppelt und in der Folge wenig effizient erledigt werden. Dies zu

ändern, hat sich der DEHOGA Bayern vorgenommen und einen Prozess initiiert, dessen Ziel es ist, die Potenziale des Tourismus zugunsten von Wachstum und Beschäftigung noch besser auszu-schöpfen.

Ländlicher Raum und Regionalität

Der Tourismus in Bayern bietet Arbeits- und Ausbildungsplätze bis in den letzten strukturschwachen Winkel hinein, in Regionen, aus denen sich andere Branchen schon längst zurückgezogen haben. Bayernweit bietet der Tourismus mehr Arbeitsplätze und trägt mehr zur Bruttowertschöpfung bei, wie Fahrzeugindustrie, Maschinenbau oder Bankwirtschaft. Voraussetzung für den Tourismus ist jedoch eine intakte Kulturlandschaft, die eine Förderung des ländlichen Raums voraussetzt. Aus diesem Grund hat sich der DEHOGA Bayern dafür stark gemacht, dass der Tourismus nachträglich in das Landesentwicklungsprogramm Bayern aufgenommen wurde.

Aus Gründen der Nachhaltigkeit tritt der Verband darüber hinaus für eine höhere Wertschätzung des Verbrauchers für regionale Produkte ein, was zugleich der Wertschöpfung vor Ort zu Gute kommt. Hierbei arbeitet er mit anderen Akteuren wie Bauernverband, Brauern, Weinbauern sowie insbesondere dem Landwirtschaftsministerium zusammen, um eine Verbesserung der Regionalität im Angebot der Betriebe zu erreichen. Mit ein Instrument hierfür ist die neue Zertifizierung Ausgezeichnete Bayerische Küche.



Moderne Zeiten verlangen auch moderne Kommunikationsmedien – ohne jedoch auf die klassischen zu verzichten.



Bereits nach dem 2. Mal eine schöne Tradition: der GastroFrühling des DEHOGA Bayern lockte über 2.000 Hoteliers und Gastronomen nach München.

Berlin

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

Fachkräftesicherung ganz oben auf der Prioritätenliste

Mit dem Ziel, möglichst viele Schüler zu erreichen und ihnen die Ausbildungsberufe im Hotel- und Gaststättengewerbe näher zu bringen, wurde vom DEHOGA Berlin im Januar 2012 gemeinsam mit fast 50 Betrieben erstmalig die Lange „Nacht“ der Aus- und Weiterbildung veranstaltet. Und das mit großem Erfolg: rund 1.000 junge Menschen nutzten die Gelegenheit, um einen Blick hinter die Kulissen des Gastgewerbes zu werfen, an Aktionen teilzunehmen und sich mit Auszubildenden sowie erfahrenen Fach- und Führungskräften über die Karriere- und Entwicklungschancen in der Branche zu unterhalten. Fortgesetzt wird die erfolgreiche Veranstaltungsreihe am 17. Januar 2013.



Im Oktober 2012 übergab Willy Weiland, Präsident des DEHOGA Berlin, die ersten Zertifikate an Betriebe der neu gegründeten Initiative „Ausbildungsqualität hat Priorität“. In verschiedenen Arbeitsgruppen des DEHOGA Berlin wurden Leitsätze erarbeitet, an denen sich Ausbildungsbetriebe orientieren sollen, um den Bedürfnissen der zukünftigen Fachkräfte gerecht zu werden. Für Nachhaltigkeit sorgt eine Befragung der Auszubildenden, die zweimal pro Jahr stattfindet und dann mit den teilnehmenden Betrieben ausgewertet wird. „Bei dieser auf Freiwilligkeit basierenden Initiative wollen wir die Betriebe in den Vordergrund stellen, die bereits in hoher Qualität ausbilden und somit zur dringend notwendigen Fachkräftesicherung für

das Berliner Gastgewerbe beitragen“, so Weiland. „Das dient nicht zuletzt bester Servicequalität für unsere Gäste und damit dem Image Berlins“.

„Wenn Unternehmen aus Hotellerie und Gastronomie im Wettbewerb um zukünftige Fachkräfte mit anderen Branchen nicht das Nachsehen haben wollen, dann müssen sie sich in der Öffentlichkeit als attraktive Ausbildungsbetriebe präsentieren. Wer gut ausbildet, sollte zudem auch selbstbewusst darüber reden. Wir sind davon überzeugt, dass wir damit die teilnehmenden Betriebe bei der Besetzung ihrer Ausbildungsplätze unterstützen, aber auch Bewerbern Hilfe bei der Wahl des Ausbildungsbetriebes bieten.“ ergänzt Thomas Lengfelder, Hauptgeschäftsführer des Berliner Verbandes. Kurz nach dem Start der Initiative profitieren schon über 900 Auszubildende aus den teilnehmenden Betrieben davon.



Sommer in Berlin

Der DEHOGA Berlin lud – erstmals zusammen mit *visitBerlin*, der Berliner Marketinggesellschaft – im August unter dem Motto „Nur eins ist besser als Berlin: Sommer in Berlin“ ins Spindler & Klatt auf dem Gelände der Heeresbäckerei ein. Bei som-



Burkhard Kieker, Geschäftsführer von *visitBerlin*, Willy Weiland, Präsident DEHOGA Berlin, Vera Gäde-Butzlaff, Vorstandsvorsitzende Berliner Stadtreinigung, Michael Müller, Senator für Wirtschaft und Umwelt (v.l.n.r.).



merlichen Cocktails, kulinarischen Spezialitäten und Live-Musik war es ein rundum gelungener Branchentreff in toller Atmosphäre, denn die Eventlocation vereint Lifestyle und Design auf exklusive Weise: die Terrassenlandschaft direkt am und sogar auf dem Wasser, ein malerischer, heißer Sommerabend und dazu ein fantastischer Blick auf die Spree und die Skyline der Stadt – die rund 620 Gäste waren begeistert.

Ob Hygieneoffensive und -kontrollen, „grauer Hotelmarkt“ Ferienwohnungen, GEMA-Tarifreform ab 2013, City Tax und Mehrwertsteuersenkung für die Gastronomie – Willy Weiland setzte mit den Schwerpunkten, auf die er in seiner Rede einging, Akzente für so manche Diskussion an diesem Sommerabend.

Nicht nur Gastronomen und Hoteliers, sondern auch Vertreter aus anderen Bereichen der Tourismusbranche sowie Repräsentanten namhafter Wirtschaftsunternehmen, verschiedener Verbände sowie jede Menge Berliner Politprominenz ließen sich die Gelegenheit nicht nehmen, um einmal mehr miteinander ins Gespräch zu kommen, zu fachsim-

peln oder über aktuelle Themen zu diskutieren. Unter den Gästen des Sommerfestes waren u.a. Sybille von Obornitz, Senatorin für Wirtschaft, Technologie und Forschung, Michael Müller, Senator für Stadtentwicklung und Umwelt, Dr. Ulrich Nußbaum, Senator für Finanzen, Dr. Richard Meng, Sprecher des Senats, sowie Staatssekretäre, Bezirksbürgermeister und -stadträte.

Akzeptanzerhaltung des Tourismus

Berlin hat in nur 20 Jahren eine Entwicklung erlebt, die in anderen Städten ein halbes Jahrhundert und länger gedauert hat – die prognostizierte Entwicklung erwartet 30,6 Mio. Übernachtungen im Jahr 2017. Zur Zeit leben 275.500 Berliner vom Tourismus, der 7,9 Prozent vom Volkseinkommen und 1,08 Mrd. Euro an Steueraufkommen erwirtschaftet. Täglich halten sich im Durchschnitt 500.000 Gäste in Berlin auf, die insgesamt 182 Mio. Tage pro Jahr hier verbringen. Diese rasante touristische Entwicklung bringt zunehmend auch sogenannte Nutzerkonflikte mit der einheimischen Bevölkerung mit sich. Es schwinden unter Umständen die bisherigen Assets, die zum Erfolg der touristischen Entwicklung beigetragen haben.

Der DEHOGA Berlin will den Tourismus in der Hauptstadt jedoch nicht nur vermarkten, sondern auch schützen, die Gäste sollen stets von allen Berlinerinnen und Berlinern willkommen geheißen werden. Gemeinsam mit dem Berliner Senat und seinen Partnern wie z.B. *visitBerlin*, der IHK Berlin und anderen stellt sich der Berliner Verband der strategischen Besetzung und konsequenten Bearbeitung des Themas "Akzeptanzerhaltung des Tourismus", um die Tourismuswirtschaft nachhaltig für die wirtschaftliche Entwicklung der Hauptstadt zu sichern – politisch und strukturell und natürlich unter Berücksichtigung der notwendigen Rahmenbedingungen für das Berliner Gastgewerbe.

Brandenburg

Deutscher Hotel- und Gaststättenverband Brandenburg e.V.

„Tag der Brandenburgischen Tourismuswirtschaft“ – Eine gemeinsame Veranstaltung des DEHOGA Brandenburg zusammen mit dem Ministerium für Wirtschaft und Europaangelegenheiten, dem Landestourismusverband Brandenburg e. V. und der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH



Jahresempfang des DEHOGA Brandenburg mit Helmuth Markov (l.), Minister der Finanzen und stellv. Ministerpräsident, Anita Tack (2.v.r.), Ministerin für Umwelt, Gesundheit und Verbraucherschutz und Mario Kade, Präsident des DEHOGA Brandenburg.

Die zukünftige Ausrichtung des Tourismus im Land Brandenburg sowie der Gast als Fan standen im Mittelpunkt. Die hohe Resonanz der über 300 Touristiker, Gastronomen und Hoteliers – viele von ihnen bereits Qualitäts-Coaches – beweist einmal mehr das Engagement der Tourismusbranche sich im Wettbewerb mit anderen Destinationen zu behaupten und bestätigt die Entscheidung für einen gemeinsamen erfolgreichen Tag der Tourismuswirtschaft.

Workshops zur Tourismusmarke Brandenburg oder die Frage nach der Wettbewerbsfähigkeit brandenburgischer Radwege nach 2020 wie auch Vorträge von zwei der gefragtesten Business-Speakern im deutschsprachigen Raum, Daniela A. Ben Said und Anne M. Schüller über die Kunst den Kunden zu verblüffen und als Fan zu gewinnen, zeigten die Vielfalt und Bandbreite der Veranstaltung.

„Biker Willkommen: Premiere für das Qualitätssiegel für motorradfreundliche Hotels und Gastbetriebe“

DEHOGA Brandenburg und ADAC Berlin Brandenburg zertifizieren die ersten gastgewerblichen Unternehmen

Und das Interesse ist groß: Allein unter den ADAC Mitgliedern in Berlin Brandenburg gibt es 150.000 Motorradbegeisterte, in ganz Deutschland sind es 1,7 Millionen. Zu einer perfekten Tour gehören aber auch bikerfreundliche Einkehr- und Übernachtungsmöglichkeiten. Die Kooperationspartner DEHOGA und ADAC geben mit den ausgezeichneten Betrieben eine zuverlässige Orientierungshilfe bei der Tourenplanung und gewährleisten in den zertifizierten Häusern eine hohe zielgruppenspezifische Qualität.

„Mit dem gemeinsamen Projekt von DEHOGA und ADAC in Berlin Brandenburg haben wir zwei starke Partner, die beide für Service und Qualität stehen und denen zum einen die touristische Entwicklung wie auch die Gastlichkeit dieser Region am Herzen liegt“ so Mario Kade, Präsident des DEHOGA Brandenburg.



Verleihung des Qualitätssiegels „Motorradfreundlicher Gastronomiebetrieb“ an das Restaurant Coldehorn in Kremmen. Von links: Ralf Wittkowski, Vorstand für Tourismus des ADAC Berlin-Brandenburg, Olaf Lücke, Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Brandenburg, Norbert Stolley, Inhaber Restaurant Coldehorn, Mitglied des DEHOGA Brandenburg Präsidiums und Vorsitzender des Kreisverbandes Oranienburg, Thomas Raguse, Motorradbeauftragter des ADAC Berlin-Brandenburg.

„Bauer sucht Koch – Koch sucht Bauer“: Regionale Produkte für die Gastronomie

Mit dem Ziel, regionale Produzenten und gastgewerbliche Unternehmer noch besser miteinander zu vernetzen, hat der DEHOGA Brandenburg gemeinsam mit pro agro eine regionale Vermarktungsplattform unter dem Namen „Bauer sucht Koch – Koch sucht Bauer“ erstellt.

Diese Online-Plattform unterstützt Gastronomen und Hoteliers dabei,

- Geschäftsbeziehungen mit Erzeugern aus dem Land Brandenburg aufzubauen,
- schnell und unkompliziert qualitativ hochwertige Produkte für die eigene Küche zu finden,
- aus der Vielfalt der regionalen Erzeugnisse Ideen und Anregungen für die Gestaltung der eigenen Speisekarte zu gewinnen.

Die neue Internetseite funktioniert als eine Art Kontaktbörse. Erzeuger, Direktvermarkter, Gastronomen, Händler und Lieferanten stellen hier ihre regionalen Angebote und Wünsche ein und können auf diese Weise eigenständig Geschäftsbeziehungen aufbauen.

Eine Suchmaschine bietet Gastronomen und Hoteliers die Möglichkeit, gezielt nach regionalen und saisonalen Produkten zu suchen sowie Ideen und Anregungen für die Gestaltung der eigenen Speisekarte zu gewinnen. Zudem bietet die Plattform ein Forum für Logistikunternehmen, um den Transport zwischen Erzeugern und Abnehmern zu organisieren.

Verleihung des Brandenburger Gütesiegels für Gastlichkeit und Service

Seit 2004 werden mit der „Brandenburger Gastlichkeit“, einer Qualitäts- und Marketinginitiative des DEHOGA Brandenburg, Gastronomen des

Landes durch Schulungen und einem Mystery Check bei der Qualitätssicherung und Vermarktung unterstützt. Ziel der Initiative, an der sich bereits über 400 Unternehmen beteiligt haben, ist es, die Qualität in der Brandenburger Gastronomie stetig zu verbessern und weiter bekannt zu machen. Nachdem in den letzten Jahren das Modell auch in Schleswig Holstein sowie in Lviv, Ukraine, zur Vorbereitung der EU Meisterschaft eingeführt worden ist, wurde in diesem Jahr die „Lausitzer Gastlichkeit“ an brandenburgische und sächsische Unternehmen verliehen.

AZUBITAG des DEHOGA Brandenburg

**Deine Küche. Deine Etage. Dein Gast.
Dein Hotel. Du hast die Wahl.**



HipHop von Leftfoot RokkaZ auf dem AZUBITAG 2012 des DEHOGA Brandenburg.

Mehr als 170 Schüler und Schülerinnen aus Potsdamer Schulen besuchten den AZUBITAG des DEHOGA Brandenburg in Potsdam. Über 20 Aussteller vom Hotel bis zum Cateringunternehmen informierten über die vielfältigen Ausbildungs- und Berufsmöglichkeiten, oft von den Auszubildenden selbst. Sie erzählten von ihrem Berufsalltag, den Herausforderungen und der Faszination des Berufes und luden zu Schnuppertagen ein. Mitmachaktionen standen neben den Hausführungen ebenfalls auf dem Programm.

Bremen

Deutscher Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bremen e.V.

Alle Appelle blieben ungehört – Bremische Bürgerschaft beschließt „Citytax“

Eindringliche Gespräche, deutliche Schreiben und eine Protestkundgebung mit klaren Worten haben leider nichts genutzt – seit 1. April 2012 erhebt das Land Bremen eine „City-Tax“ auf Übernachtungen und gefährdet damit in höchstem Maße den im Land Bremen erfolgreich entwickelten Tourismus und die hier geschaffenen Arbeitsplätze.



Rund 150 Mitarbeiter aus Hotellerie und Gastronomie zogen mit Kissen vor die Bürgerschaft, um gegen Citytax und Umweltzone zu demonstrieren.



Thomas Schlüter, Hautgeschäftsführer des DEHOGA Bremen, motivierte seine Demonstranten, ihren Forderungen Gehör zu verschaffen.

Die Abgabe beträgt je nach Hotelkategorie zwei oder drei Euro je Nacht und Person. In Pensionen, Gasthöfen, Ferienwohnungen oder ähnlichen Unterkünften wird ein Euro fällig. „Ein weiterer

Sargnagel für den Bremer Tourismus“, wettete der CDU-Abgeordnete Heiko Strohmann. Sowohl die Christdemokraten als auch die FDP lehnen dieses Gesetz ab.

Bremer Umweltzone ab dem 1. Juli 2012 – für Reisebusse mit gelber Plakette tabu!

Als einen Schritt in die richtige Richtung, wenn auch zu kurz, bewertet der DEHOGA Bremen die seitens des Verkehrssenators eingeräumte halbjährige Schonfrist.

Offenbar hat die rot-grüne Landesregierung die Problematik der Reisebusse immer noch nicht erkannt. Diese sorgen durch ihr Ausbleiben nicht nur



im Gastgewerbe, im Einzelhandel und bei den Schaustellern für deutliche Umsatzeinbrüche: Betroffen werde auch die Stadt direkt sein, denn Kunsthalle, Theater und Museen zählten Busreisende-touristen in nicht unerheblichem Maße zu ihren Besuchern.

„Task-Force“-Berufsausbildung besucht Ausbildungsbetriebe

Das Thema Berufsausbildung wird für die einzelnen Branchen der Wirtschaft und für viele Ausbildungsbetriebe immer mehr zu einem Problemthema. Im Gastgewerbe bereiten den Beteiligten sinkende Ausbildungszahlen und -fähigkeit sowie steigende Vertragslösungs- und Durchfallquoten Sorge. Auch wird der Umgang mit jungen Menschen und deren Ausbildung zunehmend als schwieriger empfunden.

Der DEHOGA Bremen und die Handelskammer Bremen haben daher eine „Task-Force“-Berufsausbildung ins Leben gerufen, die derzeit Ausbildungsbetriebe des Bremer Gastgewerbes besucht, um diesen bei aufgetretenen Problemen mit Rat und Tat zur Seite zu stehen.

Ausbildung nach Maß – hier macht die Lehre Spaß

Ihr Name: Mona Jung (28). Ihr Beruf: Auszubildende im 1. Lehrjahr. Ihr Ausbildungsplatz: Das Villa am Goetheplatz. Ihre Geschichte: Von einer 400-Euro-Kraft zur angehenden Spitzenköchin mit Blickrichtung Patisserie. In seiner Reihe stellt der DEHOGA Bremen engagierte Auszubildende mit Talent und Ausbildungsbetriebe, die mustergültig ausbilden, vor.

Wie Mona Jung, die erst Soziologie studiert hat, zwischendurch in der Gastronomie arbeitete und seit dem 1. August bei Jan Janning und Claudia Katzenberger im Villa lernt. Sie habe sich, so die gebürtige Münsteranerin, für diesen Betrieb entschieden, „weil ich hier sehr eigenständig arbeiten kann und ein gutes Klima herrscht.“ Für die Stimmung (vier Mitarbeiter) sorgt der Chef, der sich seine Erfahrung als Koch an etlichen Standorten geholt hat. Gelernt in der Meierei im Bürgerpark, danach u.a.



Sie sind mit ihrem Azubi im ersten Ausbildungsjahr mehr als zufrieden: Jan Janning und Claudia Katzenberger (r.) aus dem Villa am Goetheplatz.

gearbeitet im Zwei-Sterne-Restaurant Schloss Berg Perl-Nennig nahe Luxemburg, im Sterne-Restaurant Jagdhof Glashütte in Bad Laasphe nahe Siegen oder im Restaurant L'Echalote im Maritim Hotel Bremen. Das Konzept des Restaurants direkt neben dem Bremer Theater: irgendwo zwischen Tradition und Kreation. Etwas mediterran. Etwas asiatisch. „Unser Klassiker ist zum Beispiel Wiener Schnitzel mit Kartoffel- und Gurkensalat. Oder mittags Currywurst mit Pommes auf die etwas andere Art“, macht Jan Janning einen kleinen Streifzug durch die Speisekarte. Weil es gerade in die Jahreszeit passt gibt es bei ihm auch Grünkohl. Die Blätter sind allerdings blanchiert, die Kochwurst wird gebraten, dazu gibt es rotes Senfdressing. Die Abendkarte, die von Mona mitgestaltet wird, wechselt ca. alle acht Wochen. Monas Menütipp zwischendurch: Salat mit Avocado und fruchtigem Dressing als Vorspeise. Als Hauptgang bereitet sie Bandnudeln mit Artischocken und Zitronen- und Sahnesauce. Zu allerletzt das Dessert: Schoko-Törtchen mit Ananas-Ragout. Eine interessante Kombination für eine Auszubildende im ersten Jahr. Ganz wichtig: Die „Spaß-Köchin“ hat an ihrem Arbeitsplatz ständig mit frischen Produkten zu tun. Zum Beispiel mit Obst und Gemüse oder mit Fisch eines Händlers aus der Graf-Moltke-Straße. Der Weg von Mona ist schon vorgezeichnet: „Ich möchte mich später mal auf Desserts spezialisieren“, hat die angehende Köchin klare Vorstellungen von ihrem Beruf. Dazu liebt sie das Filigrane, eine Deko auf dem Teller „macht was her“. Das Urteil ihres Chefs: „Sie hört zu, ist sehr aufmerksam und ist jetzt schon besser als manche ausgelernten Köche.“ Monas Urteil: „Hier bin ich gerne!“

Hamburg

DEHOGA Hamburg Hotel- und Gaststättenverband e. V.

Berufsausbildung in Hamburgs Hotellerie und Gastronomie

2011 haben sich 1.048 junge Menschen für eine duale Ausbildung in Hamburg in einem der gastgewerblichen Ausbildungsberufe entschieden. Insgesamt 987 Auszubildende haben im letzten Jahr ihre duale gastgewerbliche Ausbildung erfolgreich beendet. Der DEHOGA Hamburg ehrte die neuen Kollegen auf zwei Freisprechungsfeiern im Januar und Juni 2012. Zu welchen hervorragenden Leistungen unsere Nachwuchskräfte in der Lage sind, bewies die Hamburger Hotelfach-Auszubildende Arianti Hermansyah aus dem Novotel Hamburg Alster: Sie erkämpfte sich bei den Deutschen Jugendmeisterschaften in Königswinter die Goldmedaille.

Vorstellung unserer Ausbildungsberufe

Die neue, vom DEHOGA Hamburg initiierte Homepage www.meine-ausbildung-in-hamburg.de informiert über Praktika- und Ausbildungsplätze. 2012 hat der Verband gemeinsam mit der Böttcher-Stiftung Hamburg die WOW Job Show in Tim Mälzers „Bullerei“ veranstaltet, um Schüler und Schülerinnen allgemein bildender Schulen (Klassen 8 bis 10) im August 2012 die Ausbildungsberufe und Karrierechancen im Gastgewerbe näher zu bringen. Am 28. Oktober 2012 beteiligten sich 25 Hotels am Tag der Ausbildung.



Zwei Hotelfachauszubildende des Mövenpick Hotels Hamburg mixen Cocktails am Tag der Ausbildung im Oktober 2012.

... und nach der Ausbildung geht es weiter:

Berufliche Qualifikation hört mit dem Gesellenbrief nicht auf. Der DEHOGA Hamburg hat 2012 mit Unterstützung der Böttcher-Stiftung Hamburg die Culinary School ins Leben gerufen, um ausgebildeten Köchen in Tageskompaktkursen zu Themen wie „Saucen“, „Fisch“ und „Fleisch“ einen praktischen Kochkurs anzubieten. Als Dozenten standen 2012 die Sterneköche Jürgen Kempf (Restaurant Prinz Frederik im Hotel Abtei), Christoph Ruffer (Restaurant Haerlin im Fairmont Hotel Vier Jahreszeiten) und Karlheinz Hauser (Seven Oceans) zur Verfügung. Dieses Angebot war ausgebucht. Seit mehr als 40 Jahren bietet der DEHOGA Hamburg Köchen die Möglichkeit, sich zum geprüften Küchenmeister qualifizieren zu lassen.

86. INTERNORGA vom 9. bis 14. März 2012

Wie in den Vorjahren waren die Norddeutschen Landesverbände mit einem Stand im „Forum Gastgewerbe“ vertreten. In diesem Jahr wurde eine Rekordbeteiligung verbucht. Mehr als 100.000 Besucher informierten sich über Produkte und Dienstleistungen von über 1.200 Ausstellern aus 27 Ländern.



Arianti Hermansyah, Siegerin der Deutschen Jugendmeisterschaften 2012 und Hotelfachauszubildende im Novotel Hamburg Alster.



Demonstration eines Küchenmeisters: Zerlegen einer Rinderhälfte.

DEHOGA Hamburg lud zum jährlichen Sommerfest

Der DEHOGA Hamburg begrüßte am 6. August zum 11. Mal mehr als 400 Gäste im Anglo-German Club an der Außenalster. Zahlreiche Vertreter der Hotellerie und Gastronomie nutzten den Abend zum Austausch mit Repräsentanten aus Politik, Kultur und Wirtschaft. Bernd Aufderheide, Vorsitzender der Geschäftsführung der Hamburg Messe und Congress GmbH, lobte in seiner Rede die erfolgreiche Zusammenarbeit mit dem DEHOGA Hamburg bei der Branchenfachmesse INTERNORGA.

8. treffpunkt nord – Regionale Küche steht im Mittelpunkt

Am 24. September trafen sich knapp 1.200 Gäste aus Gastronomie, Hotellerie und Geschäftspartnern in der Altonaer Fischauktionshalle. Tagesschau-Sprecher Marc Bator führte durch den Abend. Nach der Begrüßung durch Hamburgs DEHOGA-Präsidentin Rose Pauly sprach Torsten Albig, Ministerpräsident von Schleswig-Holstein. Im Zentrum der gemeinsamen Veranstaltung der DEHOGA Landesverbände Bremen, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern und Niedersachsen stand die 8. Verleihung des Carlsberg-Preises. Den Carlsberg-Preis für das beste Hotel-Restaurant erhielt Jens Rittmeyer und sein Restaurant Kai3 im Budersand Hotel, Golf & Spa auf Sylt. Für „Pommersche Küche auf höchstem Niveau“ gewann Martin Wünscher in der Kategorie bester Traditionsbetrieb, Hafenhôtel Pommernyacht in Ueckermünde. Ebenfalls für seine anspruchsvolle regionale Küche wurde Holger Oestmann geehrt, der als Küchenchef im Restaurant Der Ahrenshof in Bad Zwischenahn den Preis für das beste Gastronomiekonzept erhielt. Als bester Einsteiger des Jahres wurden Luigi Francia und Remigio Poletto für ihre Poletto Winebar im Hamburger Stadtteil Eppendorf ausgezeichnet.



Die Preisträger des Carlsberg-Preises 2012 mit Tagesschau-Sprecher Marc Bator, Dirk von Haefen (stehend 1., 2. v.r.) sowie Frank Maßen, CEO der Carlsberg Deutschland Gruppe und Ulrich Jungk, stellv. Chefredakteur der AHGZ (stehend, 3. und 6. v.l.).

„nordisch frisch!“ und Gastronomiepool Hamburg fusionieren

Die beiden Marketinginitiativen schlossen sich zu einem starken Verbund zusammen und präsentieren sich nun unter www.gastronomiepool-hamburg.de. Zum Vorteil der langjährigen Pool-Mitglieder brauchen diese ab 2012 keinen Jahresbeitrag mehr zahlen. Gebühren fallen nur bei Sonderveranstaltungen an, zu der auch der Hamburger Hafengeburtstag zählt. In der Fischauktionshalle Altona haben die Mitgliedsbetriebe die Möglichkeit, einen Stand zu buchen und dort auf ihre Gastronomie aufmerksam zu machen. Unterstützt werden die Aktivitäten durch die Kooperation mit dem Bewertungsportal www.qype.de.

Lobbyarbeit des DEHOGA Hamburg

Mit großer Erleichterung wurde die Novellierung des Hamburger Passivraucherschutzgesetzes begrüßt. Die neue Gesetzgebung erlaubt es den Gästen nun, wieder in einem separaten Raum zu rauchen. Die Einführung des Hygiene-Smileys für Hamburg konnte abgewendet werden, nachdem der Gesetzgeber in Berlin es abgelehnte, eine gesetzliche Grundlage zu schaffen. Als Wermutstropfen ist zu vermelden, dass der Hamburger Gesetzgeber trotz gegenläufiger Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgericht und anderer Gerichte mit Wirkung ab dem 1. Januar 2013 die Einführung einer Bettensteuer durchgesetzt hat.

Hessen

Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Hessen e. V.

Die Umsetzung der in 2011 beschlossenen Strukturreform, das Einbringen inhaltlicher Impulse in die Landespolitik und eine überlegte politische Lobbyarbeit kennzeichneten im Jahr 2012 die Arbeit des DEHOGA Hessen. Das neue hessische Gaststättenrecht, fünf Jahre hessisches Nichtraucherschutzgesetz, die Einführung der sogenannten „Bettensteuer“ in hessischen Kommunen, die Diskussionen über eine „Hygiene-Ampel“, die GEMA-Tarifreform und das Thema „Ausbildung im Gastgewerbe“ waren die prägenden Themen für den DEHOGA Hessen im Jahr 2012.

Das hessische Gastgewerbe – ein starkes Stück Wirtschaft

Das hessische Gastgewerbe erwirtschaftet im Jahr rund 6 Mrd. Euro. Im Jahr 2011 wurden 29 Millionen Übernachtungen registriert, was eine Steigerung von vier Prozent entspricht und neuer touristischer Rekord ist. Insgesamt sind rund 154.000 Menschen im hessischen Gastgewerbe beschäftigt. Etwa 20,4 Prozent der in der Branche Beschäftigten sind Menschen mit einem Migrationshintergrund,

der Anteil weiblicher Beschäftigter liegt bei den Vollzeitmitarbeitern bei 53,8 Prozent, während etwa 70 Prozent der Teilzeitbeschäftigten im Gastgewerbe Frauen sind.



Foto links: DEHOGA Hessen Präsident Gerald Kink erläutert im Rahmen der Jahrespressekonferenz des DEHOGA Hessen die Schwerpunktthemen für das Jahr 2012.

Foto rechts: 5 vor 12 Aktion gegen GEMA Tarifierhöhung: DEHOGA Hessen, der hessische Wirtschaftsminister Florian Rentsch (l.) und Jörg Lichtenberg, Geschäftsführer des Gestüt Renz, zeigen Flagge gegen die geplante GEMA Tarifreform.



Wir sind die Gastgeber – DEHOGA Hessen startet Ausbildungsoffensive

Modern sollte es werden, ein bisschen auch hessisch, Lust auf die Branche machen und vor allem jungen Menschen aufzeigen, wie vielfältig die Möglichkeiten in der Hotellerie und Gastronomie sind. Mit dem Claim „Wir sind die Gastgeber“ wirbt der DEHOGA Hessen seit Frühjahr 2012 für eine Ausbildung im Gastgewerbe und drückt hiermit aus, wie sich die Branche versteht: Als Gastgeber, die stolz sind, eine faszinierende Arbeit zu leisten, die zudem auch noch Spaß macht. Gezielt wirbt der DEHOGA Hessen mit „Hessen als Tor zur Welt“, denn das, was die Gastgeberbranche von vielen anderen unterscheidet, sind die unterschiedlichsten Möglichkeiten, die man als Auszubildender hat. Von Rüdesheim nach New York, von Heppenheim nach Singapur oder von Kassel nach Bora Bora. Die Welt steht Menschen im Gastgewerbe offen.

Hessisches Nichtraucherschutzgesetz: Rechtssicherheit für Gastronomen

Der Hessische Verwaltungsgerichtshof stellte in seinem Urteil vom 29. Februar 2012 fest, dass der Ausschank von Getränken in abgetrennten, gekennzeichneten Raucherräumen von Diskotheken rechtmäßig ist. Das Hessische Nichtraucherschutzgesetz erlaube Ausnahmen vom Rauchverbot in der Gastronomie. Der DEHOGA Hessen hatte zwei Diskothekenbetreiber aus Kassel bei ihrer Klage gegen die Untersagung der Stadt Kassel, wonach in separat eingerichteten Raucherräumen der Diskotheken keine Theken betrieben werden durften, unterstützt.

Neues Gaststättenrecht für Hessen

Der Hessische Landtag hat am 27. März 2012 ein neues Gaststättengesetz beschlossen. Wichtigste Neuerungen sind der Wegfall der Konzession und

das Verbot von sog. „Flatrate-Partys“. Durch das Gesetz entfällt die bisherige Gaststättenerlaubnis, die ohnehin nur noch für Betriebe galt, die Alkohol ausschanken. Im Sinne der Gewerbefreiheit wird ab sofort die Gewerbeanzeige ausreichend sein. Der DEHOGA Hessen zeigt sich einerseits zufrieden mit der nunmehr hergestellten Gleichbehandlung aller gastgewerblich tätigen Unternehmerinnen und Unternehmer, auch gegenüber sog. Straußwirtschaften. Andererseits ist man besorgt um die Qualifikation von Existenzgründern auf dem gastronomischen Markt. Präsident Gerald Kink fordert daher eine spürbare Unterstützung freiwilliger Qualifikationsangebote des Verbandes durch das Land. Sämtliche wirtschaftspolitischen Akteure hätten ein klares Interesse an einer gesunden und funktionsfähigen Unternehmerschaft.

Restaurantkooperation Hessen à la carte stellt Buch vor



Die Kooperation „Hessen à la carte“ weckt mit ihrem neuen Buch „Hessen à la carte – Gastronomen, Produkte, Manufakturen“ neue Leidenschaft und Lust auf die Vielfalt der hessischen Küche, des Landes und seiner Regionen. Auf über 260 Seiten werden die schönsten, originellsten und innovativsten Hotels, Restaurants und Gasthäuser Hessens porträtiert. „Es ist uns wichtig, die Vielfalt und Attraktivität Hessens aufzuzeigen und den Lesern eine Mischung aus Rezepten, regionalen Produkten und Persönlichkeiten zu präsentieren“, betont Hessen à la carte-Geschäftsführer Julius Wagner.

DIE GASTGEBER – das neue Verbands- magazin des DEHOGA Hessen

Seit Januar 2012 präsentiert der DEHOGA Hessen sein neues Verbandsmagazin „Die Gastgeber“ mit

einem neuen inhaltlichen und redaktionellen Konzept. Gezielt auf die Bedürfnisse der Mitgliedschaft zugeschnitten, informiert der DEHOGA Hessen alle zwei Monate rund 5.000 gastgewerbliche Betriebe in Hessen sowie die hessische Politik und Wirtschaft über aktuelle Rechts- und Wirtschaftsfragen, Aus- und Weiterbildung, Märkte und Produkte sowie über Verbandsaktivitäten in Hessen und bundesweit.



DEHOGA Hessen-Strukturreform – mehr Dienstleistungen für die Mitgliedschaft

Im Rahmen der beschlossenen Strukturreform des DEHOGA Hessen, die im Wesentlichen eine Umstrukturierung der Verbandsorganisation beinhaltet, wurde im Jahr 2012 das Dienstleistungsangebot für die Mitglieder ausgebaut.

Seit Mitte 2012 bietet die DEHOGA Beratung in Hessen ein flächendeckendes Beratungsangebot aus eigener Hand im gesamten Verbandsgebiet an. In Hessen konzentriert sich die DEHOGA Beratung zunächst auf die Bereiche Existenzgründung, Existenzfestigung und Betriebsübergabe. Für Mitglieder des DEHOGA wird u.a. eine kostenlose Notfallberatung bei Todesfällen angeboten. In den kommenden Monaten ist der stufenweise Ausbau der Beratungsthemen, wie Energie- und Hygieneberatung oder Nachfolgemoderation geplant.

Mit dem Ausbau seines Seminarangebotes setzt der DEHOGA Hessen einen Schwerpunkt der Verbandsarbeit im Bereich Aus-, Weiter- und Fortbildung. Mit über 40 verschiedenen Themen bietet DEHOGA Hessen-Seminare ein speziell auf das hessische Gastgewerbe ausgerichtetes Seminarprogramm seit 2012 an.



Lippe

Deutscher Hotel- und Gaststättenverband Lippe e.V.

Stabwechsel beim DEHOGA Lippe

Alfred Lohoff neuer Präsident – Dieter Mesch zum Ehrenpräsidenten gewählt



Zahlreiche Ehrengäste aus dem gesamten Bundesgebiet begleiteten am 24. September 2012 den Präsidentenwechsel beim DEHOGA Lippe.

Die Delegiertenversammlung des DEHOGA Lippe hat den Detmolder Gastronomen Alfred Lohoff (62) einstimmig zum neuen Präsidenten gewählt. Lohoff, der seit seinem 27. Lebensjahr mit der Branche verbunden ist, leitet seit sieben Jahren „Strates Brauhaus“ in der Detmolder Fußgängerzone. Lohoff folgt im Amt des Präsidenten auf Dieter Mesch (72), der sechs Jahre an der Spitze des Verbandes stand und seit fünf Jahrzehnten in den verschiedensten Ämtern, u.a. im Steuerausschuss des DEHOGA Bundesverbandes, für den Berufsverband tätig war. Mesch wurde einstimmig zum Ehrenpräsidenten mit Stimmrecht gewählt.

Herausragende Ergebnisse beim INTERNORGA Wettbewerb

Zwei Tage lang befand sich das Team des DEHOGA Lippe in Hamburg, um sich auf der größten gastronomischen Fachmesse Deutschlands, der INTERNORGA, mit Auszubildenden aus den anderen Landesverbänden zu messen. Unter den Augen der hochkarätigen Jury sicherte sich das Lippe-Team im Hotelfach Silber und in den anderen Disziplinen jeweils Bronzemedailen.



Prominente Gäste gratulierten den erfolgreichen Junggastronomen aus dem Lipperland: Friedel Heuwinkel, die Köche Jan Diekjobst und Sören Neumann, Bundestagsabgeordneter Cajus Caesar, Axel Martens Hauptgeschäftsführer der IHK Lippe zu Detmold, Hotelfachfrau Elina Chitrek, Prof. Dr. Volker Wittberg, IML Lippe und Restaurantfachfrau Amelie Humbke (v.l.).



Beim traditionellen „Lippe-Tag“ ließ die Delegation aus Lippe den Messebesuch am Stand der Brauerei Barre ausklingen. Christoph Barre nahm sich mit seinem Team persönlich Zeit, den „Lippe-Tag“ mit prominenten Gästen, wie dem CDU-Bundestagsabgeordneten Cajus Caesar (M.) und Bernd Aufderheide (l.), Vorsitzender der Geschäftsführung der Hamburg Messe und Congress GmbH, ausklingen zu lassen.

Gewetzte Messer für „Dr. Clowns“

Jedes Jahr veranstalten zahlreiche Ortsvereine des DEHOGA Lippe Spargelschälaktionen für einen guten Zweck. Im Jahre 2012 wetzten beispielsweise die Profis des DEHOGA Ortsvereins Detmold erneut die Messer, um bei ihrer Spargelschälaktion die Initiative „Dr. Clowns“ zu unterstützen, die sich u.a. um kranke Kinder im Klinikum Lippe kümmert.



Über die große Resonanz freuten sich die Ehrenamtsträger des Ortsvereins Detmold Michaela Ober, Helene Gehrt, Alfred Lohoff, Kerstin Blanke und Marco Mascialino (v.l.).

DEHOGA Lippe zu Besuch beim NHO Reseliev in Oslo

Rund 100 Mitglieder des DEHOGA Lippe nahmen im Oktober 2012 an der Mitglieder-Fachexkursion nach Skandinavien teil. Eine kleine Delegation des DEHOGA Lippe besuchte im Rahmen dieser Reise den dortigen Hotel- und Gaststättenverband NHO Reseliev in Oslo. Knut Almquist, Direktor des NHO-Reseliev, nahm sich persönlich die Zeit, um sich mit den lippischen Verbandsvertretern zum Thema „Lobbyarbeit“ auszutauschen. Der NHO Reseliev ist in Norwegen der Spitzenverband für Hotels, Restaurants, Food-Service Unternehmen und andere Mitglieder, die im Bereich Tourismus- und Freizeitwirtschaft arbeiten. Der Verband hat bei sich zentral 2.500 Mitgliedsunternehmen organisiert, die insgesamt 55.000 Mitarbeiter beschäftigen und einen Jahresumsatz von 300 Milliarden Euro erwirtschaften.



Vertreter des DEHOGA Lippe treffen in Oslo mit Vertretern der Norwegian Hospitality Association (NHO Reseliev) zusammen: Knut Almquist (M., mit Fahne) heißt die lippische Delegation vor dem Verbandsgebäude in Oslo willkommen.

Reduzierung des Mehrwertsteuersatzes zentrales Thema

In dem Gespräch zwischen Vertretern des DEHOGA Lippe und des norwegischen Verbandes stellte sich schnell heraus, dass die Reduzierung des Mehrwertsteuersatzes für gastronomische Dienstleistungen sowohl in Oslo, als auch in Deutschland ein zentrales Thema ist, das die Verbände beschäftigt. Gemeinsam wurde festgestellt, dass für die Mitgliedsunternehmen extreme Wettbewerbsnachteile entstehen, wenn innereuropäisch unterschiedliche Mehrwertsteuersätze gelten. So lege beispielsweise der Mehrwertsteuersatz für Restaurantleistungen in Norwegen bei 25 Prozent, bei den schwedischen Nachbarn sei er aber gerade erst zum 1. Januar 2012 von 25 Prozent auf 12 Prozent reduziert worden.

Diskussion über die Hygiene-Ampel

Auf der Delegiertenversammlung des DEHOGA Lippe bekannten sich die Teilnehmer klar zur Einhaltung der strengen gesetzlichen Lebensmittel-Hygiener Regelungen und zum Verbraucherschutz. Der geplanten Einführung der sog. „Hygiene-Ampel“ erteilten die Delegierten des DEHOGA Lippe jedoch eine klare Absage, da sie insbesondere aufgrund der fehlenden Transparenz nicht dem Verbraucherschutz diene. Dem vorangegangen war ein Vortrag von Konrad Etteler, Vorsitzender vom Landesverband der Lebensmittelkontrolleure NRW, der die Delegierten aus erster Hand informierte.

Mecklenburg-Vorpommern

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

Mit Projekten auf Herausforderungen an die Branche eingestellt

Der DEHOGA MV gehört, gemessen an seinen Mitgliederzahlen, eher zu den kleineren Landesverbänden im DEHOGA Bundesverband. Da ist Kreativität gefragt, um trotz der beschränkten Haushaltsmittel die volle Leistung für die Branche zu generieren. Deshalb haben wir unser Augenmerk frühzeitig auf geförderte Projekte gerichtet. Schwerpunkte sind beispielsweise Qualifizierung und Weiterbildung, Unternehmensnachfolge und Arbeitskräftesicherung. Durch die Projektarbeit konnten erhebliche zusätzliche personelle und finanzielle Ressourcen für die Verbandsarbeit erschlossen werden und den Mitgliedsunternehmen und Branchenbetrieben ein zusätzlicher Mehrwert geboten werden.

Erfolg in der politischen Lobbyarbeit

Auch 2012 kann der DEHOGA Mecklenburg-Vorpommern auf eine erfolgreiche Lobbyarbeit zurückblicken. Durch die gute Zusammenarbeit von Bund und Land konnte als großer Erfolg die Verteidigung der Absenkung der Mehrwertsteuer auf Beherbergungsleistungen verzeichnet werden. Gegen die von Schleswig-Holstein in den Bundesrat eingebrachte Initiative sprach sich auch die Landesregierung Mecklenburg-Vorpommerns unter

Ministerpräsidenten Erwin Sellering aus und bewies, dass die gastgewerblichen Unternehmer im Lande auf sein Wort zählen können.

Ebenfalls ist hier die Positionierung aller demokratischen Kräfte im Landtag gegen die GEMA Tarifreform zu nennen. Diese Bemühungen gipfelten in der klaren Positionierung der Wirtschaftsministerkonferenz gegen die GEMA Tarifierhöhung in der geplanten Form vorbehaltlich einer Einigung im Schlichtungsverfahren. Auch die Einführung einer Hygieneampel konnte durch intensive politische Lobbyarbeit im Land bislang verhindert werden. Gleiches gilt für die Versuche zur Einführung der Bettensteuer.



Anlässlich einer Veranstaltung nutzte der neue Hauptgeschäftsführer des DEHOGA MV, Matthias Dettmann, die Gelegenheit, mit dem Innenminister und CDU-Vorsitzenden von Mecklenburg-Vorpommern und amtierenden Vorsitzenden der Innenministerkonferenz, Lorenz Caffier (r.), über ausgewählte DEHOGA Standpunkte zu sprechen.

Brennpunktthema – Private Zimmervermietung

Landesweit hat die Vermietung privater Ferienquartiere massiv zugenommen. Die Privatvermietung wird allerdings nicht statistisch erfasst und erscheint daher nicht in der Tourismusstatistik. In einigen Regionen, wie bspw. den Inseln Usedom und Rügen und auf der Halbinsel Fischland-Darß-Zingst, hat die Zunahme der Zimmervermietung und der Ferienwohnungen bereits bedenkliche Ausmaße angenommen.



Der Wirtschafts- und Tourismusminister Mecklenburg-Vorpommerns, Harry Glawe, stellt auf dem Saisonauftakt der Tourismuswirtschaft des Landes seine Tourismuspolitik für die kommenden Jahre vor.

Private Zimmervermietung bringt keine nachhaltigen positiven Effekte im Tourismus in den Ferienregionen. Sie schafft keine Arbeitsplätze und beteiligen sich nicht an der Entwicklung der Infrastruktur in den Gemeinden. Das Gastgewerbe und die Tourismusindustrie schaffen Einkommen und Beschäftigung und bewirken Steuereinnahmen für Bund, Land und Kommune. Wir machen uns stark für ein Umdenken bei kommunalpolitischen Entscheidungsträgern.

Strukturreform im DEHOGA MV – Die Zeit ist reif!

Im Rahmen der Kreisgebietsreform und der damit einhergehenden Entstehung der Großkreise, haben sich wesentliche strukturelle und inhaltliche Veränderungen sowie Verlagerungen von Zuständigkeiten und Kompetenzen in den neuen Kreisverwaltungen ergeben. Der DEHOGA Mecklenburg-Vorpommern wird seine Strukturen anpassen.

Neues Präsidium des DEHOGA Mecklenburg-Vorpommerns

Am 5. November 2012 wählten die Delegierten der Bundesdelegiertenversammlung ein neues Präsidium. Guido Zöllick, Präsident des DEHOGA MV, wurde mit überzeugender Mehrheit zum Vizepräsidenten des DEHOGA Bundesverbandes gewählt. Ein Beweis, dass die Arbeit des DEHOGA MV und seines Präsidenten im Interesse der Branche auch bundesweit Beachtung findet und dem Engagement Wertschätzung wiederfährt.

Qualitätsentwicklung hat mehr Bedeutung in der Branche – stärkere Implementierung der ServiceQualität Deutschland

Das Thema Qualität ist dem DEHOGA MV ein grundsätzliches Anliegen. Schon frühzeitig starteten



Führungswechsel an der hauptamtlichen Verbandsspitze: Matthias Dettmann erhält von Präsident Guido Zöllick (M.) die Stafette als neuer Hauptgeschäftsführer des DEHOGA MV. Uwe Barsewitz (r.) geht in den Ruhestand.



Der Präsident des DEHOGA MV, Guido Zöllick, übergibt mit dem Präsidenten des Deutschen Tourismusverbandes und späteren Wirtschaftsminister Schleswig-Holsteines Reinhard Meier (r.) Zertifizierungsurkunden für die ServiceQualität Deutschland.

wir unsere verbandseigene „Qualitätsoffensive“. Durch das Engagement in der „ServiceQualität Deutschland“ (SQD) wurde Qualität noch nachhaltiger in der Branche verankert. Bei der Initiative „ServiceQualität Deutschland“ handelt es sich um ein dreistufiges Schulungs- und Zertifizierungsprogramm, das zur Steigerung der Dienstleistungsqualität in Deutschland beiträgt. Mitarbeiter unserer Unternehmen werden hierbei geschult, setzen die erlernten Instrumente in den Betrieben ein und führen es so zur Zertifizierung. Gerade vor dem Hintergrund der stagnierenden Übernachtungszahlen ist die Steigerung der Qualität der einzige Weg, die Position Mecklenburg-Vorpommerns im Deutschlandtourismus zu halten. Jetzt dürfen wir nicht nachlassen, sonst wird der anspruchsvolle und qualitätsgewohnte Urlaubsgast andere Tourismusdestinationen bevorzugen. Und das gelingt nur über Qualität in den Angeboten der gesamten touristischen Destination.

Niedersachsen

Deutscher Hotel- und Gaststättenverband Niedersachsen e.V.

Positionierung der Politik vor Landtagswahl

Rede und Antwort standen die Landespolitiker der CDU (Dirk Toepffer), FDP (Christian Dürr), SPD (Olaf Lies) und Bündnis 90/Die Grünen (Anja Piel) dem DEHOGA Niedersachsen auf seiner diesjährigen Delegiertenversammlung in Goslar. Während der Podiumsdiskussion demonstrierten die Vertreter aller Parteien bei den Themen Hygieneampel, Dorfgemeinschaftshäuser und Nichtraucherschutz große Einigkeit. Die zwischenzeitlich gut eingeführte Nichtraucherschutzregelung Niedersachsens will z.B. niemand verschärfen. Auch die Einführung einer Hygieneampel wurde von allen Parteien abgelehnt. Bei der brisanten Diskussion um die Hotelmehrwertsteuer unterstrich MdL Christian Dürr (FDP), dass aus seiner Sicht nicht einzusehen sei, den Unternehmern über Steuern etwas wegzunehmen, um es ihnen später mittels undurchsichtiger Förderinstrumente zurück zu geben, wie es die SPD vorhabe.

Auch Fraktionsvorsitzender Sigmar Gabriel (SPD), der als Überraschungsgast zu einem Grußwort auf



Sigmar Gabriel in Goslar

dem Landesverbandstag auftrat, wollte den Delegierten keine Hoffnung machen, dass die abgesenkte Hotelmehrsteuer auf Dauer erhalten bleibe. Wenn das ein Politiker heute verspreche, beuge er sich an den Rand zu brechender Wahlversprechen. Eindeutig sei das geltende Mehrwertsteuersystem zu überarbeiten. Daran käme keine Bundesregierung nach 2013 vorbei. Die Ausnahmeregelungen in der Mehrwertbesteuerung müssten auf ein sinnvolles nachvollziehbares Maß reduziert werden. Davon werde auch die Hotelmehrwertsteuer betroffen sein.



Die Podiumsdiskussion mit Landespolitikern sorgte für angeregte Diskussionen unter den Delegierten.

Ausbildungs-Kampagne für's Gastgewerbe gestartet

Seit September 2012 wirbt der DEHOGA Niedersachsen auf Ausbildungsmessen, in Schulen und in den Mitgliedsbetrieben für eine Ausbildung im Gastgewerbe. Auf Plakaten, Postkarten und Bierdeckeln wird mit kernigen Motiven zunächst auf drei Berufsbilder (Koch, Hofa, Refa) eingegangen. Über die Sprüche „Du lässt lieber nichts anbrennen?“, „Du denkst bei Betten nicht nur ans Schlafen?“ und „Du findest das richtige Menü nicht nur auf dem Rechner“ werden die Jugendlichen angesprochen und über einen QR-Code auf entsprechende kurze Videos geleitet, die auf den gängigen Internetplattformen wie youtube, myvideo, vimeo, sevenload, dailymotion eingestellt worden sind.



Videos auf Youtube

Die Videos sind entstanden aus einem vorgeschalteten Handy-Wettbewerb, an dem alle Auszubildenden der DEHOGA Mitgliedsbetriebe in Niedersachsen teilnehmen konnten. Die Azubis haben in einem kurzen Statement erklärt, warum sie eine Ausbildung im Gastgewerbe machen und was ihnen dabei besonders gut gefällt. Die Gewinner des Wettbewerbs haben ein Preisgeld von 50 Euro erhalten.

Jobquiz und Jobbörse

Ein weiterer Aspekt der Kampagne ist ein Jobquiz, auf das die Jugendlichen einerseits am Ende des Videos, andererseits über die Kommunikation der Internetadresse www.jobquiz.de auf den Werbemitteln aufmerksam gemacht werden. Bei weiterführendem Interesse werden die Jugendlichen dann

automatisch auf das neue Ausbildungsportal www.azubicareer.de der YOURCAREERGROUP weitergeleitet, das in Kooperation mit dem DEHOGA entwickelt wurde. Hier werden sämtliche Berufsbilder und Berufsinhalte genau vorgestellt, weiterführende Informationen zur Ausbildung und zum Praktikum erteilt und gleichzeitig auf die neue Ausbildungsplatzbörse verwiesen.



Mehr als 2.000 Teilnehmer bei den Hygiene-Schulungen

Die Diskussion um die Einführung einer Hygiene-Ampel sowie die immer höheren Anforderungen an die Sicherheit und Qualität von Lebensmitteln durch die Behörden und Verbraucher haben zu einem enormen Schub bei der Teilnahme an den Hygiene-Schulungen des DEHOGA Niedersachsen geführt. Zwischenzeitlich konnten mehr als 2.000 Teilnehmer an den unterschiedlichen Angeboten des Verbandes verzeichnet werden. Darüber hinaus bietet der DEHOGA Niedersachsen den Mitgliedern eine individuelle Hygienekontrolle bei laufendem Betrieb an. Hier werden von dem TÜV zertifizierten Partner Habermann Gesundheitstraining rund 130 Kontrollpunkte geprüft und zudem wertvolle Tipps vermittelt. Auch im kommenden Jahr werden diese Schulungen wieder dezentral angeboten. Die unterschiedlichen Angebote des Verbandes richten sich sowohl an Unternehmer als auch an Mitarbeiter und erleichtern somit die jährliche Unterrichtungspflicht der Betriebe.



Individuelles Hygienecoaching im Betrieb

Nordrhein-Westfalen

DEHOGA Nordrhein-Westfalen e.V.

Marktsituation

Konnten sich Hoteliers und Gastronomen im letzten Jahr noch über eine nominale Steigerung von 3,2 Prozent freuen, hat sich das Wachstum in den ersten neun Monaten 2012 auf eineinhalb Prozent verlangsamt. Wegen der vergleichsweise hohen Inflation ergibt sich sogar ein leichtes reales Umsatzminus. Allerdings zeichnet sich auch in diesem Jahr wieder ein neuer Übernachtungsrekord im bevölkerungsreichsten Bundesland ab: In den ersten neun Monaten verbuchten die nordrhein-westfälischen Beherbergungsbetriebe bei fast 35 Millionen Übernachtungen ein Plus von 4,4 Prozent. Dem Tourismus zwischen Rhein und Weser und damit dem Gastgewerbe, als wichtigstem Leistungsträger, kommt damit als Jobmotor und Visitenkarte eine immer größere Bedeutung im Industrieland NRW zu.

Rauchverbot

Es ließ sich leider nicht verhindern. Trotz größter Anstrengungen des DEHOGA Nordrhein-Westfalen, befreundeter Verbände und der Gastronomen selbst wird es ab 1. Mai 2013 ein absolutes Rauchverbot mit nur einer Ausnahme für geschlossene Gesellschaften geben. Weder von Wirten ausgesprochene Hausverbote, zahlreiche Briefe an die Entscheidungsträger, Bierdeckel-, Poster-, Mailing- und Vottingaktionen konnten verhindern, dass die Aschenbecher aus den Gasträumen verschwinden werden. Eine Forsa-Umfrage, die der DEHOGA NRW in Auftrag gegeben hatte, blieb folgenlos. Die Mehrheit hatte sich dort gegen ein absolutes Rauchverbot ausgesprochen und fast drei Viertel der Befragten gaben an, dass ihrer Meinung nach der Wirt zu entscheiden hätte, ob bei ihm geraucht wird oder nicht. „Es ist schade, dass der Gesetzgeber weder der Mündigkeit seiner Bürger noch der der Gastronomen vertrauen wollte und das friedliche Mit-

einander ohne Not aufgekündigt hat. Die „Volkserzieher“ haben gewonnen, die Kneipen werden es teuer bezahlen“, zeigte sich Olaf Offers, Präsident des DEHOGA Nordrhein-Westfalen, enttäuscht. Nach Bayern und dem Saarland ist Nordrhein-Westfalen nun das dritte Bundesland mit einem absoluten Rauchverbot. Die meisten anderen Bundesländer bleiben bei ihren Ausnahmen für Raucherräume und Raucherkneipen.

Mit der Einführung des absoluten Rauchverbots drohen neue Konflikte. Wer ist künftig für die Raucher zuständig, die sich vor der Tür zum Rauchen aufhalten? Der Wirt? Die Raucher selbst? Diese Frage wird vor allen Dingen bei zu erwartenden Auseinandersetzungen mit Anwohnern bei Ruhestörungen interessant werden. „Jetzt müssen wir dafür sorgen, dass die Wirte nicht noch einmal belangt werden. Jeder muss für sich selbst verantwortlich sein“, so Olaf Offers.

NRW-Genuss: Heimat auf der Gabel

In Nordrhein-Westfalen schlummert allerlei Potenzial. Was viele nicht wissen: Zwischen Aachen und Minden gibt es nach Baden-Württemberg am meisten Michelin-Sterne in Deutschland. Aber auch „unterhalb“ der Sterneküche bietet NRW ein vielfältiges Angebot kulinarischer Köstlichkeiten. Diese Angebote sichtbar zu machen, hat sich das neue Genussportal NRW als zentrales unabhängiges Vermarktungsinstrument auf die Internetfahnen geschrieben. In der Landeshauptstadt Düsseldorf fiel im September der Startschuss für das neue



Über eine Million Bierdeckel wurden in der NRW-Gastronomie verteilt.

**NORDRHEIN
WESTFALEN GENUSS**

Projekt, das gemeinsam von DEHOGA NRW, dem Brauereiverband NRW und Tourismus NRW ins Leben gerufen wurde. „Kulinarischer Genuss wird an Bedeutung gewinnen“, ist sich DEHOGA-Präsident Olaf Offers sicher. „Mittelfristig muss aus dem Reisebaustein Genuss ein Reiseanlass werden. Das Potenzial ist da, wir müssen uns nur deutlich besser vermarkten. Und dazu ist NRW-Genuss ein wichtiges Mittel.“

Tarifvertrag: Allgemeinverbindlichkeits- erklärung durch Minister

„Es gibt eine Alternative zum gesetzlichen Mindestlohn und damit zu Lohnfestsetzungen durch Ahnungslose“, weiß Olaf Offers und meint den tariflichen Mindestlohn im Rahmen einer Allgemeinverbindlichkeitserklärung der untersten beiden Tarifgruppen, wie er im nordrhein-westfälischen Gastgewerbe durch Arbeitsminister Guntram Schneider (SPD) verkündet wurde. „Wir sorgen damit im nordrhein-westfälischen Gaststätten- und Hotelgewerbe mit seinen 300.000 Beschäftigten für gerechtere Löhne“, so der Minister in Düsseldorf. Der DEHOGA NRW sieht in der AVE eine sinnvolle Alternative zu gesetzlichen Mindestlöhnen: „Die Tarifvertragsparteien des nordrhein-westfälischen Gastgewerbes wissen am besten, was sich die Branche leisten kann und was nicht. Wir brauchen keine Händchenhalter aus der Politik, die uns unsere Entscheidung abnehmen“, so Olaf Offers.

Vom 1. Februar an bekommen Mitarbeiter der Tarifgruppe 1 8,17 Euro, ab 1. September 8,50 Euro.

Investitionsbroschüre für das Gastgewerbe NRW

Der Tourismus gewinnt an Bedeutung im bevölkerungsreichsten Bundesland. Einer gestiegenen Nachfrage müssen passende Angebote gegenüber-

stehen. Um die notwendigen Investitionen bestmöglich bewerkstelligen zu können, haben NRW.BANK, der DEHOGA NRW und das Wirtschaftsministerium gemeinsam eine Broschüre erstellt, die alle für die Branche bedeutsamen Fördermittel für neue Infrastruktur- und Marketingprojekte zur Verfügung stellt. Wie Förderung funktioniert, welche konkreten Produkte es gibt und wie man sie beantragt, erklärt die neue Broschüre. „Die neue Broschüre ist eine hervorragende Möglichkeit, Licht in das Förderdickicht zu bringen und sich als Hotelier oder Gastronom einen Überblick über die Angebote in NRW zu verschaffen“, so DEHOGA-NRW-Hauptgeschäftsführer Klaus Hübenthal.

Neuer Internetauftritt

Ein zeitgemäßer Internetauftritt ist heute so selbstverständlich wie eine Telefonnummer oder eine Mail-Adresse. Aus diesem Grund präsentiert sich der DEHOGA NRW seit Sommer 2012 in neuem elektronischem Gewand. „Wir wollten einen Internetauftritt, der in modernem Anzug daherkommt, aktuell ist und der Informationen thematisch und nach Zielgruppen organisiert, vorhält. Ich glaube, das ist uns ganz gut gelungen“, ist sich Klaus Hübenthal, Hauptgeschäftsführer des DEHOGA NRW, sicher.



Der neue Internetauftritt des DEHOGA-NRW

Rheinland-Pfalz

DEHOGA Rheinland-Pfalz e.V.

Das Jahr 2012 war für den DEHOGA in Rheinland-Pfalz spannend, wie selten zuvor. Ein geeinter und gemeinsamer DEHOGA Rheinland-Pfalz: dieses Ziel galt es nach vorne zu bringen und – so möglich – bereits zu verwirklichen, um damit zukünftig dem DEHOGA und auch der gesamten Gastgewerbebranche in Rheinland-Pfalz in Politik und Wirtschaft einen höchsten Stellenwert zu vermitteln.

7,8 Milliarden Euro Jahresumsatz, 190.000 Arbeitsplätze im Tourismus, 4.000 Ausbildungsplätze, 23 Millionen Übernachtungen pro Jahr, 200 Millionen Tagesgäste. Mit vielen kleinen und auch großen Schritten war der DEHOGA Rheinland-Pfalz unterwegs, um sich die gebührende Wertschätzung zu erarbeiten.

Gereon Haumann wird Schatzmeister im DEHOGA-Bundesverband

Mit überwältigender Mehrheit wurde Gereon Haumann, Präsident des DEHOGA Rheinland-Pfalz, am 6. November 2012 im Rahmen der Delegiertenversammlung zum Schatzmeister des DEHOGA Bundesverbandes gewählt. Damit rückt erstmals ein Verbandsvertreter aus Rheinland-Pfalz in das DEHOGA-Bundespräsidium in führender Funktion vor. Herzlichen Glückwunsch!

Der DEHOGA Rheinland-Pfalz wächst zusammen!

Am 21. August 2012 hat der DEHOGA in Rheinland-Pfalz Geschichte geschrieben. Auf vier nacheinander stattfindenden Verbandstagen stimmten in Bitburg die rheinland-pfälzischen Delegierten mit überwältigender Mehrheit für die Verschmelzung des DEHOGA Rheinland und des DEHOGA Rheinhessen-Pfalz Hotel- und Gaststättenverband auf den DEHOGA Rheinland-Pfalz. Dieser DEHOGA Rheinland-Pfalz wird als verbleibender Rechtsträger



und Gesamtrechtsnachfolger alle DEHOGA-Mitglieder in einem einzigen Verband vereinen. Damit einher geht eine deutliche Bündelung der Kräfte. Der DEHOGA Rheinland-Pfalz möchte an dieser Stelle all denjenigen ein herzliches Dankeschön sagen, die den Weg zu diesem geeinten DEHOGA freigemacht haben!

60 Jahre DEHOGA Rheinland-Pfalz: was für ein Fest!

In einem sich den am 21. August 2012 durchgeführten Fusionstagungen anschließenden Jubiläumsfest konnten dann die DEHOGA-Verantwortlichen gemeinsam mit rund 1.200 weiteren Gästen „60 Jahre DEHOGA Rheinland-Pfalz“ ausgelassen feiern! Und was war das für ein tolles Publikum!

Bereits zum offiziellen Festakt gratulierten die stellvertretende Ministerpräsidentin und Wirtschaftsministerin des Landes Rheinland-Pfalz Eveline Lemke, der Staatssekretär des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz Peter Bleser, der Präsident des DEHOGA Bundesverbandes Ernst Fischer, die Präsidentin der Aufsichts- und Dienstleistungsdirektion, Dagmar Barzen, sowie Werner Klöckner, Vorsitzender des Tourismus- und Heilbäderverbandes Rheinland-Pfalz und zugleich Aufsichtsratsvorsitzender der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH.



Nach Festakt und feierlicher Rede hielt es die Gäste des DEHOGA-Sommerfestes dann nicht länger im Saal. Jan Niewodniczanski, Geschäftsführender Gesellschafter und Geschäftsführer Technik der Bitburger Braugruppe, übernahm mit Präsident Gereon Haumann den Fassanstich, das Signal für's fröhlich-unbeschwerte Vergnügen. Für die musikalische Umrahmung sorgten das Solexx Duo, die Köstritzer Jazzband sowie am Abend Top Act Jürgen Drews, der König von Mallorca.

Natürlich wurde in 2012 auch die Sacharbeit für unsere Betriebe nicht vernachlässigt! Zahlreiche Veranstaltungen, Branchentreffs und Kooperationen wurden in 2012 in die Tat umgesetzt.

Aus für die Bettensteuer! Bundesverwaltungsgericht zieht Schlussstrich!

Bis in den Sommer hinein hofften und bangten unsere Übernachtungsbetriebe für eine positive Entscheidung zu den gegen die Städte Bingen und Trier laufenden Gerichtsverfahren in Sachen Bettensteuer und sogenannter Kulturförderabgaben. Am 11. Juli 2012 war es dann so weit! Die seitens es DEHOGA Rheinland-Pfalz vorbereiteten Verfahren gegen die Abgabensatzungen der Städte Trier



und Bingen wurden auf Bundesebene absprachegemäß weitergeführt und mündeten in eine für unsere Branche obsiegende Entscheidung des Gerichts. Was für ein Erfolg!

Projekt Motorradfreundliche Betriebe in Kooperation mit dem ADAC

Hotels und Gastronomiebetriebe aus der Eifel, die ihr Angebot auf Motorradurlauber ausgerichtet haben, können künftig mit dem Qualitätssiegel „Motorradfreundlicher Hotel- und Gastronomiebetrieb“ ausgezeichnet werden. Gemeinsam mit dem ADAC Mittelrhein und dem DEHOGA Rheinland-Pfalz hat die Eifel Tourismus GmbH die Zertifizierung des ADAC Nord- und Südbayern 2009 für die Eifel übernommen und als Pilotregion in Rheinland-Pfalz ins Leben gerufen. Nach und nach soll die Zertifizierungsaktion auf das ganze Land Rheinland-Pfalz ausgeweitet werden.



Aloysius Söhngen, Aufsichtsratsvorsitzender Eifel Tourismus GmbH, unser Präsident Gereon Haumann, Dieter Enders, Vorsitzender ADAC Mittelrhein, Jürgen Joras, Touristik-Vorstand ADAC Mittelrhein, und Tiemo Wolff vom Routenteam Eifel-Motorrad) (v.l.n.r.)

Fazit: Der DEHOGA in Rheinland-Pfalz wird seine Schlagkraft bereits ab Januar 2013 nochmals kräftig erhöhen. Die neuen Strukturen machen es möglich!

Saarland

DEHOGA Saarland Hotel- und Gaststättenverband e.V.



Stoßen an auf ein erfolgreiches Projekt: IHK-Hauptgeschäftsführer Volker Giersch, Tourismuslotse Andreas Würtz, DEHOGA-Saarland-Präsidentin Gudrun Pink, Tourismuslotse Juan Klunzinger, TZS-Geschäftsführerin Birgit Grauvogel und Saar-Wirtschaftsminister Heiko Maas (v.l.n.r.).

DEHOGA Beratung stellt zwei Tourismuslotsen für das Saarland

Für eine bessere Beratung und Professionalisierung von Unterkunfts- und Gastronomiebetrieben hat das Saarland zwei Tourismuslotsen bekommen. Das Beratungskonzept und die Durchführung liegt in den Händen der DEHOGA Beratung aus Baden-Württemberg, mit der der DEHOGA Saarland eine langjährige Kooperation pflegt. Im Rahmen eines vom saarländischen Wirtschaftsministerium finanzierten Projekts werden insgesamt 100 gastronomische Betriebe besucht und beraten. Die Betriebe wurden auf Vorschlag der Landkreise gemeinsam von Ministerium, DEHOGA, IHK und Tourismus Zentrale Saarland (TZS) ausgewählt.

Ziel der Maßnahme ist es, für die teilnehmenden Gastronomiebetriebe eine praxisnahe Initialberatung im operativen Tagesgeschäft anzubieten, fachgerechte Lösungen für individuelle Probleme zu entwickeln und zielgerichtet Ansprechpartner zu vermitteln. Die Kooperationspartner wollen damit

den Tourismusstandort Saarland stärken und den teilnehmenden Betrieben mit Expertenwissen, Rat und Tat zur Seite zu stehen. Wirtschaftsminister Heiko Maas: „Wir wollen die Tourismusförderung im Saarland auf hohem Niveau fortsetzen. Dadurch können die Übernachtungszahlen gesteigert und mehr Tagesgäste gewonnen werden. Schon heute kommt der Tourismuswirtschaft mit Umsätzen von 1,3 Milliarden Euro und mehr als 32.000 Beschäftigten eine große Bedeutung zu.“

Einen spürbaren Mehrwert für die Hotels und Gaststätten im Land verspricht sich auch DEHOGA-Saarland Präsidentin Gudrun Pink von der gemeinsamen Initiative: „Ich bin froh, dass der erfolgreiche Weg, den Tourismus im Saarland zu fördern und auszubauen, weitergegangen wird und mit Hilfe der Lotsen den ausgewählten Betrieben Kontakte und Wege aufgezeigt werden, eigene Stärken und vorhandenes Potenzial weiter auszubauen aber auch mögliche Schwachstellen zu beseitigen, um so den Tourismus im Saarland insgesamt noch weiter nach vorne zu bringen.“

3. DEHOGA Porsche Golfmasters

Das dürfte wohl einzigartig in Deutschland sein: Ein Golfturnier, bei dem ein Sternekoch auf dem Platz die Gäste und Spieler mit seinen Köstlichkeiten verwöhnt. Möglich gemacht haben das der DEHOGA Saarland zusammen mit Jens Jakob, 2-Sternekoch des Restaurants „Le Noir“ in Saarbrücken, und die Porsche Niederlassung Saarbrücken. Entsprechend groß war die Resonanz. Über 120 Spielerinnen und Spieler sowie neugierige Gäste und Mitglieder besuchten am 26. August 2012 den Golfplatz Websweiler Hof in Homburg, entweder um einen kleinen Ball gekonnt über große Entfernungen in ein Loch zu spielen oder um einfach nur Spaß zu haben. Die Attraktion war natürlich das Essen von Jens Jakob. Auf dem Platz zauberte er an drei verschiedenen Stationen ein Drei-Gang-Menü, das begeisterte und für das doch zeitweise recht feuchte und kalte Wetter mehr als entschädigte.

Neben dem Spaß stand natürlich der gute Zweck im Vordergrund. Bekanntlich veranstaltet der DEHOGA Saarland das Turnier, um nach Abzug der Kosten aus den Erlösen über die Michael-Freiber-



Verwöhnte die Gäste mit kulinarischen Köstlichkeiten: Sternekoch Jens Jakob.

ger-Stiftung den Berufsnachwuchs zu fördern. Ein Thema, das in Zeiten, in denen wir uns intensiv darum kümmern müssen, junge Menschen für die gastgewerblichen Berufe zu begeistern, mehr denn je im Fokus steht. „Wir sind stolz darauf, in den beiden letzten Jahren hier über 7.000 Euro für die Stiftung zusammengebracht zu haben“ erklärt Christian Pink vom Hotel Madeleine in Saarbrücken, der zusammen mit Alexander Hoffmann vom Domicil Leidinger in Saarbrücken und Michael Rennig vom Institut für Wirtschaftsdynamik (MEC) das Turnier organisiert hat.



Sachsen

DEHOGA Sachsen e.V. Hotel- und Gaststättenverband Sachsen

DEHOGA Sachsen im Deutschen Bundestag

Am 29. März 2012 fand im Deutschen Bundestag in Berlin ein Treffen der CDU/CSU- Bundestagsfraktion – Landesgruppe Sachsen – mit Vertretern des DEHOGA Sachsen statt. Gegenstand dieses Gespräches waren die primären Verbands- und Branchenthemen des DEHOGA.

Von Seiten des DEHOGA Sachsen nahm an dem Gespräch der Präsident des DEHOGA Sachsen, Helmut Apitzsch, sowie Mitglieder des Landesvorstandes Armin Schumann und Axel Hüpkes wie auch Hauptgeschäftsführer Frank Lehmann teil.

Die CDU/CSU Fraktion wurde vom Leiter der Landesgruppe Sachsen, Dr. Michael Luther, MdB, dem stellv. Fraktionsvorsitzenden der CDU/CSU-Bundestagsfraktion, Michael Kretzschmer, MdB, und weiteren sächsischen Bundestagsabgeordneten vertreten.

Themen wie

- Beibehaltung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes in der Hotellerie und die Forderung eines

einheitlichen reduzierten Mehrwertsteuersatz auch für alle Speisenumsätze der Gastronomie

- Ablehnung einer Hygiene-Ampel
 - Einflussnahme gegen die Einführung kommunaler „Bettensteuern“
 - Entwicklung und Belastung deutscher Verwertungsgesellschaften im Urheberrecht für die Hotellerie und Gastronomie
- standen dabei unter anderem auf der Agenda.

Die sächsischen Abgeordneten zeigten mit ihrer Teilnahme an diesem doch ausführlichen, sachlichen und offenen Gespräch ihr Interesse an der Entwicklung des sächsischen Gastgewerbes.

Landes-Delegiertenkonferenz DEHOGA Sachsen 2012 mit Neuwahlen

Am 22./23. April 2012 trafen sich die Delegierten des DEHOGA Sachsen zur diesjährigen Delegiertenkonferenz im GÜNNEWIG Hotel Chemnitzer Hof.

Im Mittelpunkt der Tagung der Vertreter des sächsischen Hotel- und Gaststättengewerbes standen



Delegation des DEHOGA Sachsen im Gespräch mit Vertretern der CDU/CSU-Bundestagsfraktion, Landesgruppe Sachsen.

neben der Neuwahl des Landesvorstandes aber auch eine Vielzahl an Branchenthemen und Rahmenbedingungen. Es wurde Bilanz gezogen und Zielsetzungen für unsere künftige Arbeit aufgezeigt.

Die aktuellen Themen der Branche, wie die touristische und wirtschaftliche Entwicklung in Sachsen, der Erhalt der ermäßigten Mehrwertsteuer für Beherbergungsleistungen, die klare Ablehnung neuer kommunaler Bettensteuern wie auch einer diskutierten Hygiene-Ampelkennzeichnung, die zunehmende Belastung des Gastgewerbes durch deutsche Urheberrechts-Verwertungsgesellschaften waren Schwerpunkte der Verbandsarbeit im vergangenen Jahr.

Neben den genannten Themen widmet sich der DEHOGA Sachsen seit Beginn an der Unterstützung des Berufsnachwuchses, denn eine gute Ausbildung und eine konsequente Nachwuchsförderung sind die besten Voraussetzungen dafür, dem Fachkräftemangel erfolgreich zu begegnen.

Auch im Jahr 2013 wird sich der Verband den Herausforderungen und den zahlreichen Branchenthemen widmen. Der Landesvorstand hat dazu für das Jahr 2013 nachfolgende Arbeitsschwerpunkte formuliert:

- Mitgliedergewinnung zur verbandspolitischen und wirtschaftlichen Stärkung des DEHOGA Sachsen
- Ermäßigte Mehrwertsteuer für Hotellerie und Gastronomie
- Berufsnachwuchs- und Fachkräfteentwicklung der Branche
- Lebensmittel- und Hygienekennzeichnung
- Bettensteuer
- Studie zum betriebswirtschaftlichen Ist-Zustand des Hotel- und Gaststättengewerbes im Freistaat Sachsen

- Positionierung zu Gesetzesinitiativen und öffentlichen Debatten sowie Arbeitsgespräche mit Vertretern der Landespolitik.

Mit der Bestätigung des Geschäftsberichtes, des Finanzberichtes für das Jahr 2011 und des Berichtes der Revisionskommission durch die Delegierten wurde der Vorstand für das Verbandsjahr 2011 entlastet.



Der neu gewählte Vorstand des DEHOGA Sachsen.

Damit endete auch die vierjährige Amtsperiode des Vorstandes und ein neuer Landesvorstand wurde mit großer Mehrheit gewählt.

Zum Präsidenten wurde Helmut Apitzsch, General Manager des Hotel Pullman Dresden Newa, wiedergewählt. Seine beiden Vizepräsidenten, Peter Reichert und Marc Böttcher wurden ebenfalls im Amt bestätigt. Neuer Schatzmeister des DEHOGA Sachsen ist Detlef Knaack.

Sachsen-Anhalt

DEHOGA Sachsen-Anhalt e.V.

Das Gastgewerbe in Sachsen-Anhalt besteht hinsichtlich seiner Struktur zum überwiegenden Teil aus kleinen und mittleren Unternehmen. Die gegenwärtige wirtschaftliche 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 Industrie- und Handelskammern 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 im Jahresdurchschnitt weiterhin unter Stagnation der

Umsatzentwicklung. Das Jahr 2012 war besonders geprägt von zahlreichen verbandspolitischen Arbeitsschwerpunkten und einer sehr engagierten und intensiven Arbeit der Verbandsghremien im politischen Raum zum Wohle unserer gastgewerblichen Unternehmen. Im Jahr 2012 fand eine Vielzahl von Spitzengesprächen zwischen dem Präsidenten und den Präsidiumsmitgliedern mit Persönlichkeiten aus der Landespolitik und Entscheidungsträgern aus den Landesbehörden statt.

DEHOGA Landesverbandstag in Dessau

Der absolute Höhepunkt im verbandspolitischen Leben war die Durchführung des Verbandstages in Dessau im November 2012. Im Mittelpunkt der gut besuchten Veranstaltung standen Schwerpunktthemen, wie:

- Mehrwertsteuerreduzierung für das Gastgewerbe mit Fokus auf die Gastronomie
- Kulturförderabgabe/Bettensteuer in den Kommunen des Landes
- Mindestlohn – und die Folgen
- weitere ausgewählte DEHOGA-Standpunkte.



Ehrung von Mitgliedern für 20-jährige DEHOGA Mitgliedschaft.



Delegierte des DEHOGA auf dem Landesverbandstag.



Ernst Fischer, Präsident des DEHOGA Bundesverbandes, beim Landesverbandstag in Sachsen-Anhalt.

Die fachlich fundierten Ausführungen des Präsidenten des DEHOGA Bundesverbandes, Ernst Fischer, zu den aktuell gewerbepolitischen Themen der Branche waren für die DEHOGA-Mitglieder die Krönung dieses Tages.

Ein Fazit des Verbandstages ist: Mit der Kampagne zur Mehrwertsteuerreduzierung 2013 des DEHOGA werden wir unsere Anstrengungen für Hotellerie und Gastronomie intensiv fortsetzen. Die Mitglieder des Verbandes sind darauf eingestimmt!

Mitgliedergewinnung – Kooperationen

Die Mitgliedergewinnung ist im Jahr 2012 gezeichnet von Stagnation, obwohl die Aktivitäten zur Mitgliedergewinnung und -betreuung quantitativ und qualitativ verstärkt wurden. Die Einbindung von Kooperationspartnern in die Mitgliederwerbung ist der richtige Weg zur Stärkung des Verbandes.

Schulungen zur Lebensmittelhygieneverordnung und zum Infektionsschutzgesetz

Als eine besondere Dienstleistung bietet der DEHOGA Sachsen-Anhalt seinen Mitgliedsbetrieben alljährlich eine Schulung zur Lebensmittelhygieneverordnung und zum Infektionsschutzgesetz kostenlos an. Diese Schulungen werden gemeinsam mit dem Lebensmittelinstitut ÖHMI Analytik GmbH Magdeburg organisiert und durchgeführt. Im Jahr 2012 nahmen über 450 Mitgliedsbetriebe an diesen Schulungen teil. Seitens der staatlichen Lebensmittelhygieneüberwachung werden diese Schulungen außerordentlich begrüßt.

Abschluss eines neuen Entgelttarifvertrages schafft Planungssicherheit

Nach längeren Verhandlungen mit der NGG (Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten) einigte sich der Verband auf einen neuen Entgelttarifvertrag, der am 01. September 2012 in Kraft getreten ist und bis zum 31. August 2016 läuft. In diesem Zeitraum gibt es vier Steigerungsstufen.

Fachkräftesicherung

Der Rückgang der Einwohnerzahlen und der Geburtenknick im Bundesland wurden zur Fachkräftesicherung mit einer Neuausrichtung der DEHOGA Fachakademie begegnet. Hier wurden die Voraussetzungen geschaffen, zukünftig die Vorbereitung und Integration von ausländischen Jugendlichen umzusetzen. Das Projekt eines dreimonatigen Bildungskurses von insgesamt 120 türkischen Praktikanten in Häusern unseres Bundeslandes wurde ebenfalls von hier aus gesteuert. Diese erfolgreiche Maßnahme ist durch das EU-Förderprogramm Leonardo finanziert und wird auch 2013 fortgesetzt.

Schleswig-Holstein

DEHOGA Deutscher Hotel- und Gaststättenverband Schleswig-Holstein e.V.

Neue Tourismusstrategie für Schleswig-Holstein

Sicherung der Tourismusfinanzierung durch Landesregierung

Anlässlich des Tourismustages im November 2012 in Damp konnte der DEHOGA Schleswig-Holstein Landeswirtschaftsminister Reinhard Meyer als Gastredner begrüßen. Dieser betonte in seiner Rede die Notwendigkeit der Erschließung neuer Zielgruppen zur Steigerung der Attraktivität für Touristen. Die bisherige Ausrichtung auf die drei Zielgruppen „Junge Familien mit Kindern“, „Best Ager“ und „Anspruchsvolle Genießer“, reiche nicht mehr aus. Ziel sei die Schaffung einer imageprägenden „Dachmarke Schleswig-Holstein“ mit klaren Strukturen.

Da die neue Strategie ohne eine solide Finanzierung nicht umsetzbar ist, kündigte der Minister gleichzeitig an, dass die Landesregierung der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein (TASH) weiter eine Grundsicherung in Höhe von 1,53 Millionen Euro zur Verfügung stellen werde, was bei den Teilnehmern des Tourismustages auf große Zustimmung traf. „Die Aufbruchssignale, die von diesem Tourismustag ausgehen, sind von allen verstanden worden“, so DEHOGA Schleswig-Holstein Präsident Peter Bartsch. „Wir sind bereit Herr Minister, dass wichtigste jedoch ist, dass alle an einem Strang ziehen.“

Reduzierte Mehrwertsteuer für die Beherbergung

Die Nachricht über die Ablehnung der Bundesratsinitiative der Schleswig-Holsteinischen Landesregierung zur Anhebung der reduzierten Mehrwertsteuer für die Beherbergung wurden von den Betrieben im Land erleichtert aufgenommen.

In Schleswig-Holstein ist alleine im Jahr 2011 ein Investitionsvolumen von rund 75 Millionen Euro in den Betrieben umgesetzt worden. Knapp 1 Million Euro wurde für Mitarbeiterqualifikationen ausgegeben. Etwa 250 Stellen in Vollzeit und 160 in Teilzeit sowie knapp 200 zusätzliche Ausbildungsstellen wurden geschaffen bzw. umgesetzt. Rund 28 Prozent der Betriebe haben sich zusätzlich für eine Preissenkung entschieden.

So viel Sterne in der Küche gab's noch nie!

Der Guide Michelin hat auch in seiner Ausgabe für das Jahr 2013 viele Sterne an die Schleswig-Holsteinische Küche vergeben. Herausragend positionierte sich hier Kevin Fehling, Küchenchef des Restaurants La Belle Epoque im Hotel Columbia (Lübeck-Travemünde). Innerhalb weniger Jahre hat er sich in den Olymp der Köche gekocht und darf sich mit drei Sternen schmücken. Diese hohe Auszeichnung tragen in Deutschland lediglich 10 Restaurants. Auch im zwei Sternbereich ist Schleswig-Holstein mit Dirk Luther (Alter Meierhof in Glücksburg), Christian Scharrer (Buddenbrooks in Lübeck-Travemünde), Johannes King (Dorint Söl'ring Hof in Rantum auf Sylt), Alexandro Pape (Fährhaus Munkmarsch auf Sylt) und Sebastian Zier (Restaurant La Mer in List auf Sylt) sehr gut aufgestellt.

Schleswig-Holstein is(s)t lecker!

Wer in Schleswig-Holstein nur deftige Küche erwartet, war hier vermutlich lange nicht mehr kulinarisch zu Gast. Erstmalig in den 80iger Jahren haben sich Betriebe in Schleswig-Holstein zusammengetan,



Kevin Fehling



Die glücklichen Preisträger, hier mit Axel Strehl (l.), Vizepräsident des DEHOGA Schleswig-Holstein, und Philipp Dornberger von der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein (r.).

um neue Variationen für den Gast zu kreieren. Zwischenzeitlich bieten Hunderte Betriebe landesweit ihren Gästen kulinarische Highlights aus der Region an. Insgesamt 17 hochwertige Gerichte werden zu bestimmten Zeiten in den Betrieben angeboten. Beispiele sind die „Butt-Gerichte“ aus dem Kreis Plön, die „Dithmarscher Kohltage“ und „Wildwochen“ oder auch das „Ostsee-Gericht“ der besten Köche der Ostseeküste. Beim Schleswig-Holsteinischen „Gourmet-Festival“ geben sich die besten Köche Deutschlands ein Stelldichein im hohen Norden.

Schleswig-Holsteiner Gastlichkeit

Der DEHOGA Schleswig-Holstein hat im Frühjahr 2011 erstmalig zusammen mit seinem Premium-Partner CITTI Handelsgesellschaft, einen „Mystery-Check“ für die Gastronomie in Schleswig-Holstein eingeführt, um das individuelle Angebot der Betriebe qualitativ zu steigern. In Kooperation mit unserer Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein (TASH), haben bisher mehr als 140 Betriebe daran teilgenommen. Ziel ist die Analyse von Schwächen im Betrieb, um durch entsprechende Beratung praktische Lösungsansätze für den Unternehmer aufzuzeigen und somit eine Qualitätssteigerung zu gewährleisten. Das Projekt wird gefördert durch die Europäische Union, dem Europäischen Fond für regionale Entwicklung (EFRE), dem Bund und das Land Schleswig-Holstein.

Anlässlich der Herbstdelegiertenversammlung des DEHOGA Schleswig-Holstein Ende November 2012 wurden folgende Betriebe ausgezeichnet: Restau-

rant Krabbe in Büsum; Restaurant Nordseeblick Pellworm, Irrgarten Probsteierhagen und das Hotel Lütje Burg in Lütjenburg.

Zwei Bronzemedailles für die Nachwuchstars aus Schleswig-Holstein – DEHOGA Schleswig-Holstein bei den Deutschen Jugendmeisterschaften erfolgreich!

Gleich mit zwei Bronzemedailles sind die Nachwuchskräfte des DEHOGA Schleswig-Holstein von den 33. Deutschen Jugendmeisterschaften in den gastgewerblichen Ausbildungsberufen nach Hause zurückgekehrt. Bei den Restaurantfachleuten errang Jasmina Jost vom Ratskeller zu Lübeck einen hervorragenden dritten Rang und auch die ganze Mannschaft konnte sich über Bronze freuen. Neben Jasmina Jost (auf beiden Fotos jeweils rechts), vertraten Hotelfachfrau Anne Geßner vom A-ROSA Travemünde und der Koch Timo Mäurer vom Restaurant Schwimmhalle am Schloss in Plön, die Farben des Bundeslandes. „Wir knüpfen mit diesen herausragenden Platzierungen wieder an alte Traditionen an, denn bereits in früheren Jahren war Schleswig-Holstein bei den Deutschen Jugendmeisterschaften immer ganz vorne dabei, freuen sich Peter Bartsch, Präsident des DEHOGA Schleswig-Holstein, und Hauptgeschäftsführer Stefan Scholtis. Die Vertreter des Landes hatten sich bei einer Ausscheidung im Hotel-Restaurant Bokel-Mühle im Kreis Elmshorn in Gegenwart des Landwirtschaftsministers Reinhard Meyer vor rund 120 Gästen für den Wettbewerb qualifiziert. „In Schleswig-Holstein wird hervorragende Ausbildungsarbeit geleistet“, resümierte Peter Bartsch die Ergebnisse.

Thüringen

DEHOGA Thüringen

Branchenthemen im Fokus

Ministerpräsidentin Christine Lieberknecht zu Gast im DEHOGA Thüringen KOMPETENZ-ZENTRUM

Aktuelle Branchenthemen standen beim Besuch der Thüringer Ministerpräsidentin Christine Lieberknecht am 18. September 2012 im DEHOGA Thüringen KOMPETENZZENTRUM auf der Tagesordnung. In einem persönlichen Gespräch legten die Präsidentin des DEHOGA Thüringen, Gudrun Münnich, und der Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Thüringen, Dirk Ellinger, die derzeitige Situation des Hotel- und Gaststättengewerbes dar, Meinungen und politische Standpunkte wurden ausgetauscht und diskutiert.

In dem einstündigen Gespräch zeigte sich Lieberknecht sehr aufgeschlossen und verständnisvoll für die Probleme der Branche, teilte in vielen Punkten die Auffassung der Branchenvertreter, machte aber auch ihre Standpunkte deutlich. So sprach sie sich beispielsweise entgegen dem Verbandsstreben für einen flächendeckenden Mindestlohn aus.

Den geplanten, unverhältnismäßigen Tarifsteigerungen der GEMA erteilte sie eine deutliche Absage und



Hat ein offenes Ohr für die Anliegen des Gastgewerbes: Thüringens Ministerpräsidentin Christine Lieberknecht (M.) im Gespräch mit Gudrun Münnich und Dirk Ellinger.

pflichtete in diesem Punkt ihrem niedersächsischen Amtskollegen David McAllister bei: „Wir erwarten, dass die GEMA ihr derzeitiges Ansinnen, einseitig eine neue Tarifstruktur durchzusetzen, aufgibt“. Einigkeit herrschte bei der Thematik um die Beibehaltung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes für die Hotellerie. „Die Senkung des Mehrwertsteuersatzes war und ist für die lokale und regionale Wirtschaft richtig und wichtig“, betonte Lieberknecht.



Im Anschluss an die Gesprächsrunde nutzte die Ministerpräsidentin ihren Besuch, um noch einen Blick in die Küche zu werfen. Als Schirmherrin der deutschen Nationalmannschaft der Köche wünschte sie den hier trainierenden Köchen für die Teilnahme an der Olympiade viel Erfolg.

Thüringens Wirtschaftsminister Matthias Machnig motiviert potenzielle Nachwuchskräfte in Thüringen zu bleiben

Am Rosenmontag besuchte Thüringens Wirtschaftsminister Matthias Machnig (SPD) das DEHOGA Thüringen KOMPETENZZENTRUM. Die Studenten der Hotelfachschule Erfurt hatten den Minister zu einem interessanten und offenen Austausch zum Thema der touristischen Vermarktung Thüringens eingeladen. „Wir freuen uns Herrn Minister Mach-



Engagierter Gesprächspartner: Thüringens Wirtschaftsminister Matthias Machnig (Foto Mitte (r.)).

nig in der Hotelfachschule Erfurt begrüßen zu dürfen und sind sehr dankbar, dass er sich die Zeit nimmt, die Fragen der Studenten zu beantworten“, so Dirk Ellinger, Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Thüringen e.V.

Während der knapp zweistündigen Gesprächsrunde fand ein äußerst reger Austausch statt und so wurden umfassende Fragen diskutiert und vom Minister beantwortet.

Themen, wie die touristische Ausrichtung Thüringens, die infrastrukturelle Entwicklung, die neue Markenstrategie des Freistaats sowie das Landestourismuskonzept 2015 wurden analysiert, erörtert und hinterfragt. Der Qualitätsanspruch, der Ausbau der Marke sowie die Entwicklung eines Thüringer Alleinstellungsmerkmals sollen zukünftig eine noch höhere Priorität genießen.

Immer wieder konnte man den Worten von Minister Matthias Machnig entnehmen, wie wichtig die Ausbildung von kompetenten Fachkräften ist und wie es ebenso wichtig sei, diese nach erfolgter Ausbildung in Thüringen zu halten. Den angehenden Betriebswirten für das Hotel- und Gaststättengewerbe legte Machnig ans Herz, sich zukünftig in Thüringen zu engagieren um gemeinsam Thüringen als Reiseland voranzutreiben und qualitative Angebote zu entwickeln.

1.000 Qualitäts-Coach für Tourismus in Thüringen ausgebildet

Die Qualitätsinitiative ServiceQualität Deutschland in Thüringen hat im April 2012 den tausendsten Qualitäts-Coach, Studentin Christina Becker, ausgebildet.

Das Hotel „Thüringen“ in Suhl gehörte zu den ersten Häusern, die in Thüringen die Stufe I der ServiceQualität Deutschland eingeführt haben. Seit nunmehr acht Jahren verteidigt das Hotel Thüringen jährlich das Qualitätssiegel und setzt künftig mit ihrem neuen Qualitäts-Coach, Christina Becker, weiterhin auf diesen Erfolgsweg.

Service und hohe Qualität sind wichtige Faktoren für die touristische Entwicklung. Professionelle Gastgeber und Tourismusdienstleister wissen: Zufriedenheit reicht heute nicht mehr. Begeisterte Gäste sind der Schlüssel zum dauerhaften Erfolg.



Die landes- und bundesweite Initiative ServiceQualität ermöglicht den Betrieben den Einstieg in ein branchenübergreifendes Qualitätsmanagement, das speziell für touristische Dienstleister konzipiert wurde und auch in kleinen Betrieben anwendbar ist.

In Thüringen wurde die Initiative im Jahr 2003 eingeführt und seitdem durch das Thüringer Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Technologie unterstützt. Der HOGA Förderverein Thüringen e.V. ist im Freistaat Thüringen der Träger und die Prüfstelle für diese Qualitätsinitiative im Tourismus.

Wenn die Teilnehmer das Schulungsprogramm mit Erfolg beendet haben und im Anschluss die Zertifizierung in ihrem Haus umsetzen, geben sie ihren Gästen ein klares Signal: „Hier wird Service groß geschrieben, hier kümmert man sich um mich.“

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
mail@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**
Bleicherufer 23
19053 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 e.V.**
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

**Deutscher Hotel-
und Gaststättenverband
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.
Witterdaer Weg 3
99092 Erfurt
Fon 0361/5 90 78-0
Fax 0361/5 90 78-12
info@dehoga-thueringen.de
www.dehoga-thueringen.de

FACHVERBÄNDE

**Hotelerband
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.**
Am Weidendamm 1A
10117 Berlin
Fon 030/72 62 52-0
Fax 030/72 62 52-42
info@unipas.de
www.unipas.de



8

Netzwerke und Partner

Wer etwas bewegen will, braucht kompetente Partner und gut funktionierende Netzwerke. In einer globalisierten Welt hängt der eigene Erfolg auch vom Erfolg anderer ab. Es gilt, wo möglich, Kooperationen zu bilden und zu nutzen. Der DEHOGA Bundesverband ist unter anderem Mitglied in der Arbeitsgemeinschaft Mittelstand, dem Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW), der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) und HOTREC – Hospitality Europe. Wichtige Partner der Branche sind zudem die hoga Unternehmensversorgung und die Haftpflichtkasse Darmstadt. Auf den folgenden Seiten stellen sich diese Organisationen vor.

HOTREC – Hospitality Europe



Hotellerie und Gastronomie aus europäischer Sicht – Live from Brussels!

Mit ihren Arbeitsprogrammen insbesondere für die Jahre 2012 und 2013 hat die EU-Kommission sich ehrgeizige Ziele gesetzt, die aktuelle Krise zu bewältigen. Viele der Maßnahmen betreffen dabei direkt oder indirekt das europäische Gastgewerbe. Auch wenn manche Rechtsakte durch den Umsetzungsfilter der nationalen Parlamente noch angepasst werden können, tut das Gastgewerbe gut daran, auf europäischer Ebene adäquat vertreten zu sein. Mit ihrer langjährigen Mitgliedschaft im europäischen Dachverband der Hotels, Restaurants und Cafés HOTREC sind sowohl der DEHOGA Bundesverband als auch der Hotelverband Deutschland (IHA) hierbei exzellent aufgestellt.

HOTREC repräsentiert in Brüssel die branchenpolitischen Belange von derzeit 44 gastgewerblichen Verbänden aus 27 europäischen Ländern. Die Branche umfasst etwa 1,7 Millionen Unternehmen, von denen fast 92 Prozent Kleinunternehmen mit weniger als zehn Personen sind, sowie ca. 9,5 Millionen Arbeitsplätze in der EU.

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 Mitgliedsstaaten die Möglichkeit, einen reduzierten Umsatzsteuersatz sowohl auf gastronomische, als auch auf Hotelleistungen anzuwenden. Für eine branchengerechte Entwicklung in diesem Bereich bringen sich die Verbände über HOTREC derzeit intensiv in die Diskussion um die Entscheidung des EU-Parlaments zur Zukunft der Mehrwertsteuer sowie das Arbeitsprogramm der EU-Kommission für 2013, in dem ein effizienteres Mehrwertsteuersystem durch die Überprüfung der Satzausgestaltung angestrebt wird, ein.

Derzeit machen 23 EU-Mitgliedsstaaten bei Hotelleistungen von dieser Möglichkeit Gebrauch. In der Gastronomie findet mittlerweile in 13 Mitgliedsstaaten der reduzierte Umsatzsteuersatz Anwendung.

■ Online-Distribution

Auf Vorschlag der von IHA-Hauptgeschäftsführer Markus Luthé geleiteten Distribution Task Force beschloss die HOTREC Generalversammlung einen Aktionsplan Online-Buchung. Hierzu zählen eine europaweite Koordinierung der wettbewerbsrechtlichen Aktivitäten, eine Intensivierung des Dialogs über unfaire Praktiken von Online-Portalen, die Verteilung von Checklisten zur Stärkung der Direktbuchung an alle Hotels in Europa, Lobbying gegenüber ICANN zur neuen Top-Level-Domain ".hotel" u.v.m.

■ Lokale Tourismussteuern

Bettensteuern und ähnliche Abgaben muten der europäischen Tourismuswirtschaft und insbesondere dem Gastgewerbe erhebliche Zusatzbelastungen zu. Sie bestrafen Touristen und können der

lokalen Wirtschaft erheblichen Schaden zufügen. Dies gilt insbesondere dann, wenn die Einnahmen nur allgemeine Haushaltsdefizite reduzieren sollen und keinen Zusatznutzen für den Tourismus bringen. In diesem Sinne haben sich die HOTREC-Mitglieder auf der Generalversammlung im Frühjahr einstimmig gegen die Einführung derartiger Abgaben in Europa ausgesprochen.

■ Nachhaltigkeit

Derzeit ist Nachhaltigkeit eines der Hauptthemen in Brüssel. In diesem Bereich hat die Kommission im Juni 2011 den Entwurf einer Energieeffizienzrichtlinie vorgelegt, dessen Vorschriften auch das Gastgewerbe betreffen könnte. HOTREC vertritt in der Diskussion zur Reform das europäische Gastgewerbe und nimmt damit auch das Mandat der deutschen Hotellerie und Gastronomie wahr.

■ 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. Derzeit intensiviert HOTREC den Dialog mit der Europäischen Kommission, die plant, den MBS-Leitfaden in ein Gesetzgebungsverfahren zu Touristischen Dienstleistungen zu integrieren.



Das HOTREC Executive Committee 2012 von links: Martin Rawlings (Großbritannien; neu), Evalda Šiškauskienė (Litauen; ausscheidend), Didier Chenet (Frankreich; neu), Marinus Cordesius (Niederlande), Kent Nyström (Schweden; Präsident), Ramón Estalella Halffter (Spanien), Susanne Kraus-Winkler (Österreich; Vize-Präsidentin), Dr. Akos Nikláai (Ungarn; Schatzmeister), Markus Luthe (Deutschland), Joan Gaspart (European Hospitality Foundation), Adrian Cummins (Irland; neu), HOTREC-Präsident Kent Nyström.

Hauptakteure

Anlässlich der 65. Generalversammlung im Oktober 2012 wurde der HOTREC-Präsident Kent Nyström mit großer Mehrheit für zwei weitere Jahre im Amt bestätigt. Als Vize-Präsidentin wurde Susanne Kraus-Winkler (Österreich) und Dr. Akos Nikláai (Ungarn) als Schatzmeister im Amt bestätigt. Bei der Wahl zum Executive Committee wurde IHA-Hauptgeschäftsführer Markus Luthe erneut in das höchste HOTREC-Gremium gewählt. Generalsekretärin und Leiterin der Geschäftsstelle in Brüssel ist seit Juli 2010 Anna Maria Torres.

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.eu
www.hotrec.org – www.hotelstars.org

Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW)

Rund 40 der größten Unternehmen und Verbände aus allen Bereichen der Branche stehen hinter dem Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW). Das Spektrum reicht vom Gastgewerbe über Luft-, Straßen- und Schienenverkehr bis hin zum Tourismusmarketing. Es umfasst private Mobilität genauso wie den Geschäftsreisesektor. So gehören unter anderem der DEHOGA Bundesverband und der Hotelverband Deutschland (IHA) zu den Mitgliedern. Der BTW setzt sich gegenüber Politik und Öffentlichkeit für die gemeinsamen, übergreifenden Interessen der Tourismuswirtschaft ein.

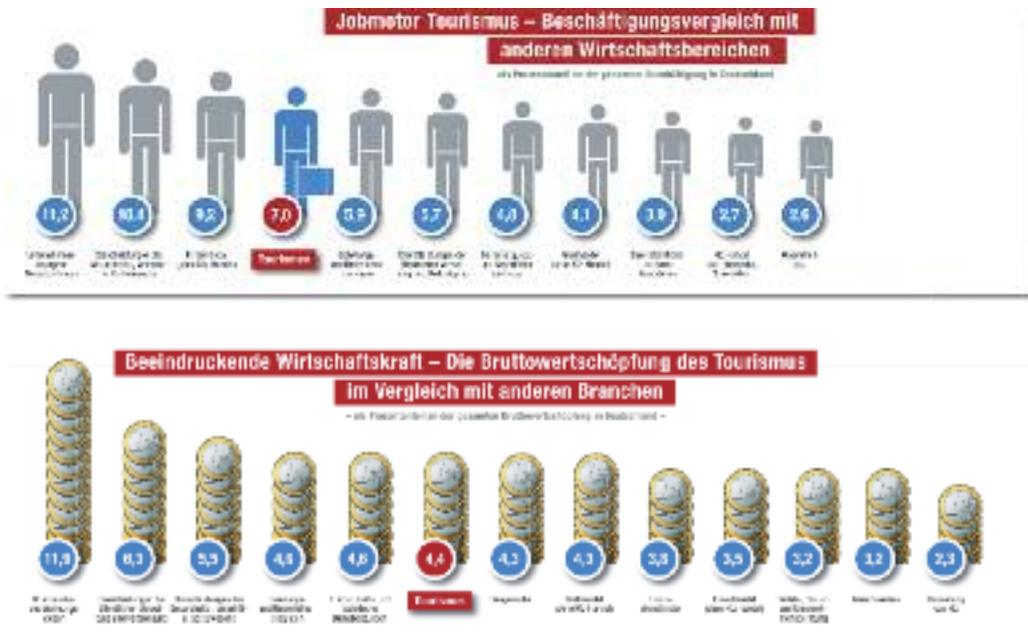
**Wirtschaftsfaktor Tourismus:
Branche auf Augenhöhe mit
Automobilindustrie und Maschinenbau**

Einer der Höhepunkte im BTW-Kalender 2012 war die Veröffentlichung der Studie „Wirtschaftsfaktor Tourismus“, die erstmals seit vielen Jahren wieder aktuelle Zahlen rund um die volkswirtschaftliche Bedeutung der Branche lieferte. Die Ergebnisse der mit finanzieller Unterstützung des Bundeswirtschaftsministeriums beauftragten Studie können sich wirklich sehen lassen: Rund 2,9 Millionen Menschen – und damit 7 Prozent aller Erwerbstätigen

– finden dank des Tourismus in Deutschland eine Beschäftigung. Gleichzeitig trägt der Tourismus allein durch die sogenannten „direkten Effekte“ wie z.B. Flug- und Bahntickets oder Hotelbuchungen mit fast 100 Milliarden Euro und damit 4,4 Prozent zur Bruttowertschöpfung bei. Bezieht man die so genannten Vorleistungen, zu denen z.B. Dienstleistungen am Flughafen, Lieferungen von Bäckern an Gaststätten oder Renovierungsarbeiten durch Handwerker im Hotel, sowie die Effekte ein, die durch das Ausgeben von Löhnen durch Beschäftigte der Tourismusbranche entstehen, ist der Tourismus sogar zu 9,7 Prozent an der Wertschöpfung und 12 Prozent an der Beschäftigung beteiligt. Die komplette Studie kann unter <http://btw.de/wirtschaftsfaktor-tourismus/> heruntergeladen werden.

Wirtschaftliche Entwicklung 2012

Auch 2012 war wieder ein gutes Jahr für die deutsche Tourismuswirtschaft – zahlreiche Rekorde inbegriffen. Die Deutschen gönnten sich binnen zwölf Monaten erstmals 40 Millionen Reisen. Die Zahl der Übernachtungen in Deutschland überbot die Grenze von 400 Millionen. Gerade das Plus bei den Gästen aus dem Ausland war einmal mehr be-



eindruckend und unterstreicht die Attraktivität des Reiselands Deutschland. Auch die Flughäfen verzeichneten 2012 erneut ein Passagierplus. Höhere Teilnehmerzahlen und größere Budgets zeichneten den Tagungs- und Kongressmarkt aus. Und anders als viele andere große europäische Geschäftsreisemärkte dürfte Deutschland auch in diesem Segment 2012 ein Plus erreicht haben.

Themen des BTW im Jahr 2012

Thematisch blieben auch 2012 neben Verkehrsthemen wie Nachtflugverbote, Luftverkehrsteuer oder PKW-Maut die Diskussionen rund um Bettensteuern und den reduzierten Mehrwertsteuersatz in der Hotellerie auf der Agenda des BTW. Vertrauensschutz für die Hoteliers sowie das endgültige Aus für die Bettensteuer wie auch für Hygieneampel, Online-Pranger und Co. gehörten zu den zentralen Forderungen des BTW gegenüber der Politik.

16. Tourismusgipfel des BTW

Um Werte und Wertschätzung, Freiheit und Legitimation, Klimaschutz und Nachhaltigkeit, Arbeit und Freizeit ging es im Rahmen des 16. Tourismusgipfels, der am 8. und 9. Oktober 2012 in Berlin stattfand. Zu den Rednern gehörten unter anderem Bundesumweltminister Peter Altmeier und der ehemalige Bundesverfassungsrichter Prof. Dr. Dr. Udo Di Fabio. Den Innovationspreis der Deutschen Tourismuswirtschaft 2012 erhielt AIDA Cruises. Der scheidende BTW-Präsident Klaus Laepple wurde unter anderem mit einem Film über den „politischen Menschen“ Klaus Laepple sowie Grußworten durch seinen Stellvertreter und DEHOGA-Präsidenten Ernst Fischer und den Tourismusbeauftragten der Bundesregierung Ernst Burgbacher gewürdigt. Im Anschluss an den Tourismusgipfel wählten die BTW-Mitglieder den Vorstandsvorsitzenden der TUI AG, Dr. Michael Frenzel, zum neuen Präsidenten des Verbands.



01



02



03

01 Ernst Fischer (l.) würdigt im Rahmen des Tourismusgipfels 2012 das langjährige Engagement von BTW-Präsident Klaus Laepple.

02 Staatssekretär Ernst Burgbacher und das Bundeswirtschaftsministerium sagen „Danke Tourismus!“

03 TUI-Chef Dr. Michael Frenzel (r.) übernimmt im November 2012 das Amt des BTW-Präsidenten von Klaus Laepple (l.).

Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW)

Am Weidendamm 1A
10117 Berlin

Fon 030/726254-0
Fax 030/726254-44

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 Hauptsitz in Frankfurt am Main. Sie vertritt das Reiseland Deutschland im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi) und wird von diesem aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages gefördert. Die DZT entwickelt und kommuniziert Strategien und Produkte, um das positive Image der deutschen Reisedestinationen im Ausland weiter auszubauen und den Tourismus nach Deutschland zu fördern. Dazu unterhält sie weltweit 30 Ländervertretungen.

Jahresbilanz 2011/2012: Reiseland Deutschland weiter auf Überholspur

Das Reiseland Deutschland war im Jahr 2011 erfolgreicher denn je. Insgesamt wurden 2011 63,7 Millionen ausländische Übernachtungen verbucht – das entspricht rund sechs Prozent mehr als im Jahr zuvor. Dabei konnte Deutschland seine Position

als eines der beliebtesten Reiseländer in Europa eindrucksvoll ausbauen und signifikante Zuwächse aus den wichtigsten Quellmärkten verzeichnen. Bei den Hotelübernachtungen hat sich Deutschland laut Eurostat im Jahr 2011 mit 238 Millionen Übernachtungen an dritter Stelle positioniert – 51,5 Millionen davon aus dem Ausland. Damit haben 2011 sechs Prozent mehr ausländische Gäste in deutschen Hotels übernachtet als im Jahr 2010.

Auch 2012 setzt sich die Erfolgsstory im Deutschland-Tourismus fort: Die ausländischen Übernachtungen lagen im September 2012 8,8 Prozent über dem Vorjahresergebnis. Das Gesamtübernachtungsvolumen übertrifft in den ersten neun Monaten 2012 den Vorjahreszeitraum um 8,6 Prozent.

Marktforschung als Grundlage für ein erfolgreiches Marketing

Die DZT erarbeitet ihre Marketing- und Vertriebspläne auf der Basis von detaillierten Marktstudien. Einer Studie des BMWi und des Bundesverbandes der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW) zufolge geben internationale Gäste in Deutschland jährlich knapp 15 Milliarden Euro für Geschäftsreisen aus.

Laut World Travel Monitor von IPK International war Deutschland 2011 ein begehrtes Geschäftsreiseziel, insbesondere bei europäischen Reisenden. So reisten 2011 19,6 Prozent der Gäste (= 11,4 Mio.) aus geschäftlichen Gründen nach Deutschland. Anbieter sowie internationale und deutsche Veranstalter sahen den Tagungsstandort Deutschland im Ranking des Jahres erneut und mit großem Abstand auf Platz eins. Das ist ein Ergebnis des „Meeting- & EventBarometer 2012“, einer Studie der DZT, des German Convention Bureau (GCB) und des Europäischen Verbandes der Veranstaltungs-Centren e.V. (EVVC). Darüber hinaus ist Deutschland weltweit das beliebteste Messeland.



Vinothek in Franken



Weinregion Pfalz

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 2011 „Wellness- und Gesundheitsreisen in Deutschland“ standen 2012 die Themen Wein und Kulinarik sowie Geschäftsreisen im Fokus. Die beiden Themenjahre wurden flankiert von den PR-Schwerpunkten „documenta 13“, dem 800-jährigen Jubiläum des Thomanerchors sowie „300 Jahre Friedrich der Große“. 2013 setzt die DZT mit dem Themenjahr „Junges Reisen nach Deutschland – Hotspots, Brandnew, Lifestyle“ den Schwerpunkt ihrer Marketing- und Vertriebsaktivitäten auf Jugendreisen. Darüber hinaus werden die Themen „200. Geburtstag von Richard Wagner“, „200 Jahre Kinder- und Hausmärchen der Brüder Grimm“, der „150. Geburtstag von Henry van de Velde“ sowie das Jubiläum zu „50 Jahre Elysée-Vertrag“ als PR-Schwerpunkte beworben.



Thomanerchor

Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT)

Beethovenstraße 69
60325 Frankfurt/Main

Fon 069/974640
Fax 069/751903

info@germany.travel
www.germany.travel

Arbeitsgemeinschaft Mittelstand



Der Mittelstand in Deutschland verdient eine starke Lobby: DEHOGA-Präsident Ernst Fischer (2.v.r.) fordert zusammen mit seinen Präsidentenkollegen der Arbeitsgemeinschaft Mittelstand verlässliche und vernünftige politische Rahmenbedingungen, hier beim Parlamentarischen Abend am 23. Mai 2012 in Berlin mit dem Vorsitzenden der CDU/CSU-Bundestagsfraktion, Volker Kauder (5.v.l.), sowie dem stellvertretenden SPD-Bundestagsfraktionsvorsitzenden Hubertus Heil (3.v.r.).

Der Mittelstand ist das Herzstück der deutschen Wirtschaft. In keinem anderen Land sind Wirtschaft und Kultur so sehr durch einen breiten, innovativen und flexiblen Mittelstand geprägt wie in Deutschland. Rund 4,5 Millionen Mittelstandsbetriebe repräsentieren fast die Hälfte aller Bruttoinvestitionen und der Bruttowertschöpfung. Mehr als 70 Prozent aller Arbeitnehmer sind in mittelständischen Unternehmen beschäftigt. Mehr als 8 von 10 Lehrlingen werden dort ausgebildet. Damit ist der Mittelstand der eigentliche Lebensnerv der deutschen Volkswirtschaft und zentraler Träger des Wohlstandes.

Ein starker Mittelstand verdient eine starke Lobby. Deshalb ist der DEHOGA Bundesverband Mitglied in der Arbeitsgemeinschaft Mittelstand. Die Platt-

form neun führender Verbände bzw. Organisationen aus produzierendem Gewerbe und Dienstleistungsgewerbe, aus Handel, Handwerk, Gastgewerbe und Kreditwirtschaft, repräsentiert weitgehend alle Bereiche des Mittelstandes in Deutschland und kämpft für die Interessen der mittelständischen Unternehmer. Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für den Mittelstand zu verbessern, bedeutet zugleich die Wettbewerbsfähigkeit Deutschlands insgesamt zu sichern.

Zu den Mitgliedern der Arbeitsgemeinschaft zählen neben dem DEHOGA Bundesverband der Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR), der Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen (BGA), DER MITTEL-

STANDSVERBUND (ZGV), der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK), der Deutsche Raiffeisenverband (DRV), der Deutsche Sparkassen- und Giroverband (DSGV), der Handelsverband Deutschland – Der Einzelhandel (HDE) sowie der Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH).

Aktivitäten und Veranstaltungen

Der globale Aufholprozess nach der jüngsten Rezession setzte sich 2011 fort, selbst wenn der Zuwachs der Weltproduktion insgesamt nicht mehr so stark ausfiel wie im Jahr 2010. Dies geht aus dem Jahresmittelstandsbericht 2012 hervor, in dem die Verbände der Arbeitsgemeinschaft Mittelstand Bilanz zogen. Ein Schwerpunktthema bildete die Energiepolitik. Im Bereich der Steuer-, Sozial- und Beschäftigungspolitik fordert die Arbeitsgemeinschaft eine konsequente Ausrichtung der Wirtschaftspolitik auf die Stärkung der Wachstumsfundamente.

Als feste Größe im Jahreskalender hat sich der Parlamentarische Abend der Arbeitsgemeinschaft Mittelstand etabliert. Gut 300 Parlamentarier sowie weitere Gäste aus Politik und Wirtschaft folgten am 23. Mai 2012 der Einladung der Arbeitsgemeinschaft in das Haus des Deutschen Handwerks und nutzten das prominente Forum in Berlin für Gespräche und die Intensivierung von Kontakten. Neben Volker Kauder, Vorsitzender der CDU/CSU-Bundestagsfraktion, sprach auch Hubertus Heil, der stellvertretende Bundestagsvorsitzende der SPD-Fraktion.

Für einen starken Auftritt der Arbeitsgemeinschaft Mittelstand sorgen darüber hinaus gemeinsame Positionspapiere, Pressemitteilungen zu politischen Brennpunkten sowie regelmäßige Treffen der Hauptgeschäftsführer, Volkswirte und Pressesprecher.

Weitere Informationen finden Sie unter www.arbeitsgemeinschaft-mittelstand.de.



01 Volker Kauder, Vorsitzender CDU/CSU-Bundestagsfraktion, sprach auf dem Parlamentarischen Abend.

02 Auch Hubertus Heil, Stellvertretender Vorsitzender SPD-Bundestagsfraktion, gab sich die Ehre.

03 Gute Stimmung und konstruktive Gespräche: Peter Becker, Mitglied Geschäftsführendes ZDH-Präsidium und Präsident des Zentralverbandes des Deutschen Bäckerhandwerks, Ernst Hinsken, MdB, Vorsitzender des Ausschusses für Wirtschaft und Technologie der CDU/CSU-Bundestagsfraktion, und DEHOGA-Präsident Ernst Fischer (v.l.).

hoga Unternehmens- versorgung



Seit mehr als 60 Jahren bietet die hoga Unternehmensversorgung, eine anerkannte Sozialeinrichtung des deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes und HDI-Gerling, umfassende Vorsorge- und Sicherungskonzepte.



Vorsorgekonzepte
Compact-Komplettschutz
Kapitalaufbau
Betriebsversicherung

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 im Bundesgebiet des Betriebes hat die hoga Unternehmensversorgung genau zugeschnittene Lösungen entwickelt. Neben den bekannten Versicherungen für Berufsunfähigkeit, Kfz und Krankheit bietet sie maßgeschneiderte Investmentfonds und Baufinanzierungen an.

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 im Bundesgebiet des Betriebes hat die hoga Unternehmensversorgung genau zugeschnittene Lösungen entwickelt. Neben den bekannten Versicherungen für Berufsunfähigkeit, Kfz und Krankheit bietet sie maßgeschneiderte Investmentfonds und Baufinanzierungen an.

Zur Absicherung des Hotel- und Gastronomiebetriebes hat die hoga Unternehmensversorgung gemeinsam mit dem Partner HDI-Gerling und INTER Versicherungen das 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.



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

HAFTPFLICHTKASSE DARMSTADT



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 2012 um 14 Prozent auf 112 Millionen Euro und hat damit die 100 Millionen-Grenze deutlich überschritten. 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 über 60 Millionen Euro erhöht hat. Damit beläuft sich die Eigenkapitalquote auf 75 Prozent, ein wirklich respektable Wert. Über 250 Mitarbeiter stellen sicher, dass den Kunden höchste Bearbeitungsqualität und schnellstes Feedback garantiert werden kann. Dies beweisen die über 1,1 Millionen Einzelverträge, die man derzeit im Haus führt.

HAFTPFLICHTKASSE DARMSTADT Haftpflichtversicherung des Deutschen Hotel- und Gaststättengewerbes – VVaG

Fon 06154/6 01-0
Fax 06154/6 01-22 88

info@haftpflichtkasse.de
www.haftpflichtkasse.de



9

DEHOGA Shop & DEHOGA Sparbuch

Die INTERHOGA, Gesellschaft zur Förderung des deutschen Hotel- und Gaststättengewerbes mbH, engagiert sich seit 1951 für die Hotellerie und Gastronomie. Die Wirtschaftsgesellschaft des DEHOGA Bundesverbandes betreibt einen der führenden Fachbuchverlage. Ihre Publikationen als auch Literatur anderer Verlage sowie weitere Produkte für die Unternehmer werden über den DEHOGA Shop angeboten. DEHOGA-Mitglieder profitieren dabei von attraktiven Sonderkonditionen. Mitglieder im DEHOGA können sich darüber hinaus über viele weitere Top-Vorteile im DEHOGA Sparbuch freuen.

INTERHOGA – im Dienste des Gastgewerbes

Die INTERHOGA, Gesellschaft zur Förderung des deutschen Hotel- und Gaststättengewerbes mbH, engagiert sich seit 1951 für die Hotellerie und Gastronomie. 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.



DEHOGA
Shop

**Profis kaufen im
DEHOGA Shop**

Sonderkonditionen für DEHOGA-Mitglieder

www.dehoga-shop.de



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 Sonderprodukte wie das Hygienepaket oder die Hygieneleitlinie, 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 DEHOGA Shop in Berlin und im Internet

Im Regierungsviertel, direkt in Berlin Mitte, wurde im Jahr 2009 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 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: Das Service-Center für Gastronomie und Hotellerie

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

Das DEHOGA-Sparbuch: attraktive, geldwerte Vorteile für Mitglieder

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 Förderprogramme für Betriebsberatungen sowie Informations- und Schulungsveranstaltungen für kleine und mittelständische Unternehmen erfolgreich um-

gesetzt. 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.

Hier sparen DEHOGA-Mitglieder!
www.dehoga-sparbuch.de

DEHOGA
■ ■ ■ Sparbuch



10

Markt und Konjunktur

Das Gastgewerbe hat die Krise überstanden. Sowohl das Firmengeschäft als auch der private Konsum legten 2012 zu. Deutschland als Reiseland steht bei Urlaubern aus der ganzen Welt weiter hoch im Kurs. Im Trend liegen Städte- und Kulturreisen. Darüber hinaus ist der Wellness- und Gesundheitstourismus weiterhin ein sehr großes Thema. Auch im Business- und Veranstaltungssegment hat Deutschland die Nase vorn. Mehr als 1,7 Million Beschäftigte und fast 80.000 Auszubildende erwirtschaften in 231.000 gastgewerblichen Betrieben einen Jahresnettoumsatz von 65,3 Milliarden Euro. Das Gastgewerbe ist ein starkes Stück Wirtschaft in Deutschland.

Wirtschaftliche Lage des Gastgewerbes

Deutschland als Reiseland steht bei Urlaubern aus der ganzen Welt weiter hoch im Kurs. Im Trend liegen Städte- und Kulturreisen. Darüber hinaus ist der Wellness- und Gesundheitstourismus weiterhin ein sehr großes Thema. Auch im Business- und Veranstaltungssegment hat Deutschland die Nase vorn.

1,7 Millionen Beschäftigte und fast 80.000 Auszubildende erwirtschaften in 231.000 gastgewerblichen Betrieben einen Jahresnettoumsatz von 65,3 Milliarden Euro. Das Gastgewerbe ist ein starkes Stück Wirtschaft in Deutschland.

Guter Sommer 2012 für das Gastgewerbe – verhaltene Erwartungen für den Winter

Trotz eines schwierigen weltwirtschaftlichen und europäischen Umfeldes haben sich die deutsche Wirtschaft und auch der Arbeitsmarkt bisher als relativ robust erwiesen. Dies gilt auch für die Entwicklung im Gastgewerbe, das 2012 weiterhin positive Wachstumsraten erzielen konnte. Dabei profitierte die Branche von der stabilen Binnennachfrage und dem starken Deutschlandtourismus. Nach Angabe des Statistischen Bundesamtes setzten die Betriebe von Januar bis September 2012 nominal 2,7 Prozent mehr um. Preisbereinigt ergab sich ein Plus von 0,7 Prozent. Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten stieg mit 913.800 laut Bundesagentur für Arbeit im August 2012 auf ein Rekordhoch. Gleichwohl gibt es keine Entwarnung. Die Abwärtsrisiken für die Konjunktur sind weiterhin groß. So steigt auch die Unsicherheit in der Hotellerie und Gastronomie hinsichtlich der Geschäftsentwicklung im Winter 2012/13.

Entwicklungen in der Gastronomie

Aufgrund der robusten Binnennachfrage blicken die Gastronomen trotz ungünstiger Witterungsverhältnisse insgesamt positiv auf das Jahr 2012 zurück. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes stieg der Umsatz im Gaststättengewerbe im Zeitraum Januar bis September 2012 nominal um 1,9 Prozent. Preisbereinigt ergab sich jedoch ein Minus von 0,3 Prozent.



© Wolfgang Scholvien

Wirtschaftsfaktor Gastgewerbe 2011

1.669.000 Arbeitnehmer	
Beherbergungsgewerbe	448.000
Gaststättengewerbe	1.026.000
Pachtkantinen/Caterer	195.000

und

77.097 Auszubildende	
Koch/Köchin	29.374
Restaurantfachmann/-frau	10.095
Hotelfachmann/-frau	25.170
Hotelkaufmann/-frau	1.032
Fachmann/-frau für Systemgastronomie	5.837
Fachkraft im Gastgewerbe	5.589

in

230.746 gastgewerblichen Betrieben*	
Beherbergungsgewerbe	47.415
Gaststättengewerbe	171.663
Caterer und Erbringer sonst. Verpflegungsdienstleistungen	11.668

erwirtschafteten

65,3 Mrd. Euro Jahresnettoumsatz	
Beherbergungsgewerbe	22,5 Mrd. Euro
Gaststättengewerbe	36,9 Mrd. Euro
Pachtkantinen/Caterer	5,9 Mrd. Euro

*nach Umsatzsteuerstatistik 2012 (veröffentlicht im April 2012)

Umsatzentwicklung 2011 und 2012

	2011, Veränderung g. Vorjahr		Jan.-Sept. 2012, Veränderung g. Vorjahr	
	nominal	real	nominal	real
Hotels, Gasthöfe				
Pensionen, Hotels garnis	+3,9 %	+2,7 %	+3,9 %	+1,9 %
Beherbergungsgewerbe insgesamt	+3,7 %	+2,5 %	+3,7 %	+1,8 %
Speisengeprägte Gastronomie	-4,3 %	+2,7 %	+1,9 %	-0,2 %
Getränkegeprägte Gastronomie	-3,0 %	+2,0 %	+1,4 %	-0,6 %
Gaststättengewerbe insgesamt	+3,8 %	+2,4 %	+2,7 %	+0,7 %
Caterer und sonstige Verpflegungsdienstleistungen	+3,2 %	+1,3 %	+3,0 %	+0,9 %
Gastgewerbe insgesamt	+4,1 %	+2,7 %	+1,9 %	-0,3 %

Quelle: Statistisches Bundesamt; Stand November 2012

Nettoumsätze im Gastgewerbe (in Milliarden Euro)

Betriebsart	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Gastgewerbe insges.	64,8	61,7	60,3	59,9	60,5	59,9	59,6	57,2	57,4	65,3
Hotellerie*	17,1	16,1	16,2	16,4	17,1	17,2	17,3	16,3	17,2	19,9
Gaststättengewerbe	40,9	38,9	37,2	36,5	36,2	35,4	34,8	33,7	32,5	36,9
Pachtkantinen/Caterer	4,8	4,8	4,9	5,0	5,1	5,3	5,4	5,2	5,5	5,9

Quelle: Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

*Hotels, Hotels garnis, Gasthöfe, Pensionen

Nominale Umsatzentwicklung im Gastgewerbe

Betriebsart	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Gastgewerbe insges.	-4,6 %	-3,8 %	-1,8 %	-0,4 %	+1,6 %	-0,5 %	+0,1 %	-5,9 %	+2,2 %	+3,8 %
Hotellerie*	-3,1 %	-4,5 %	+1,1 %	+1,0 %	+4,3 %	+1,1 %	+0,5 %	-7,1 %	+7,1 %	+3,9 %
Gaststättengewerbe	-5,8 %	-6,1 %	-4,1 %	-1,9 %	-0,6 %	-2,3 %	-0,9 %	-5,2 %	-1,0 %	+4,1 %
Pacht-Kantinen/Caterer	-3,8 %	+1,6 %	+1,6 %	+2,9 %	+2,9 %	+2,4 %	+2,4 %	-4,8 %	+3,3 %	+3,2 %

Quelle: Statistisches Bundesamt

*Hotels, Hotels garnis, Gasthöfe, Pensionen

Anzahl der umsatzsteuerpflichtigen Unternehmen des Gastgewerbes

Betriebsart	2007	2008	2009	2010
Hotels	11.156	11.067	11.022	11.328
Hotels garnis	3.608	3.595	3.586	3.741
Gasthöfe	17.062	16.675	16.593	16.852
Pensionen	6.039	6.049	6.004	6.242
Sonstiges Beherbergungsgewerbe	7.362	7.590	7.767	9.252
Beherbergungsgewerbe	45.227	44.976	44.922	47.415
Restaurants	86.359	85.343	81.331	78.712
Cafés	10.301	10.321	10.672	10.726
Eissalons	6.769	6.664	6.340	6.099
Imbissstuben	28.466	28.625	29.727	30.262
Schankwirtschaften	39.929	38.549	36.669	35.638
Discotheken, Tanz- und Vergnügungslokale	2.540	2.412	2.410	2.357
Bars	1.644	1.742	1.620	1.620
Sonstige getränkegeprägte Gastronomie	7.492	8.352	6.807	6.249
Gaststättengewerbe	183.500	182.008	175.576	171.663
Pachtkantinen	4.477	4.731	k.A.	k.A.
Caterer	6.590	6.502	k.A.	k.A.
Pachtkantinen und Caterer	11.067	11.233	11.124	11.668
Gastgewerbe insgesamt	239.794	238.217	231.622	230.746

Quelle: Statistisches Bundesamt, aktuelle Umsatzsteuerstatistik 2010, veröffentlicht April 2012

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

Die relativ positive Entwicklung bestätigt auch die aktuelle **DEHOGA-Konjunkturumfrage Sommer 2012**: 31,3 Prozent der befragten Unternehmen beurteilen ihre Geschäftslage als gut, 48,4 Prozent als befriedigend. Zudem berichten 61,7 Prozent der Gastronomen von steigenden bzw. gleichbleibenden Umsätzen im Sommerhalbjahr (Vorjahr 63,5 Prozent). Bei 38,3 Prozent der Befragten ist dagegen der Umsatz gesunken (Vorjahr 36,5 Prozent).

Weiterhin kritisch stellt sich jedoch die Ertragssituation in der Gastronomie dar: Fast die Hälfte der Gastronomen (47,5 Prozent) hatte einen Ertragsrückgang zu beklagen (Vorjahr 45,9 Prozent). Hauptursache hierfür sind vor allem die steigenden Energiekosten und Lebensmittelpreise, die die Erträge vieler Betriebe dahinschmelzen lassen.

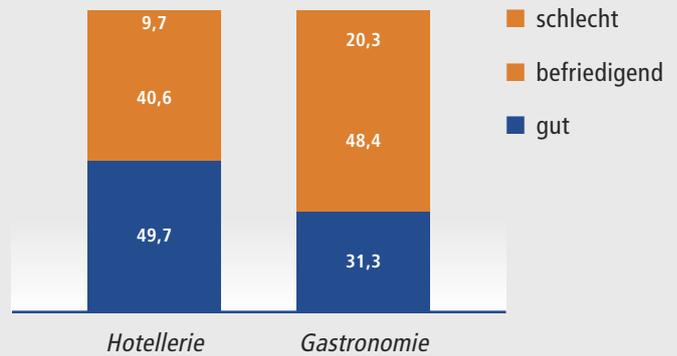
Die unsichere konjunkturelle Lage schlägt sich auf die Geschäftserwartungen nieder. So erwarten lediglich 17,3 Prozent der Gastronomiebetriebe im kommenden Winter eine bessere Geschäftslage (Vorjahr 18,8 Prozent). 29,1 Prozent der Befragten stellen sich auf schlechtere Geschäfte ein (Vorjahr 28,2 Prozent). Zusätzliche Wachstumsimpulse erhoffen sich die Betriebe insbesondere vom kommenden Weihnachtsgeschäft.

An dieser Stelle sei angemerkt, dass die Perspektiven innerhalb der Branche unterschiedlich beurteilt werden. Die Kluft zwischen Gastronomiebetrieben mit einem klaren Markenprofil und Betrieben ohne eine klare Positionierung vertieft sich weiter. Dies ist jedoch eine Entwicklung, die schon lange vor der Wirtschaftskrise einsetzte. Auch die Verzehrgewohnheiten ändern sich immer stärker. Der Trend zu schnellen Snacks und to-go-Mahlzeiten wächst. Davon profitieren zum Nachteil der Branche vor allem der Lebensmitteleinzelhandel, Bäckereien, Metzgereien, Kioske und Tankstellen.

Geschäfts-, Umsatz- und Ertragslage im Sommer 2012

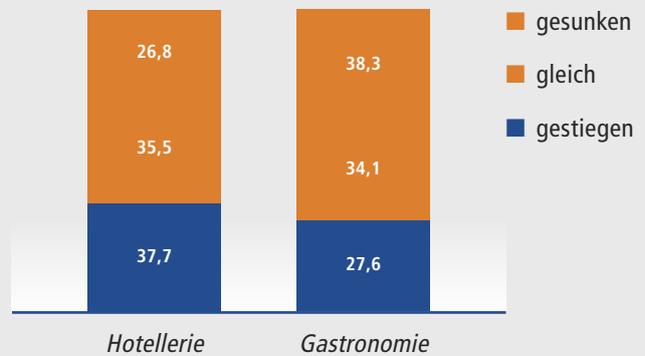
Geschäftslage

(Anteil der Befragten in %)



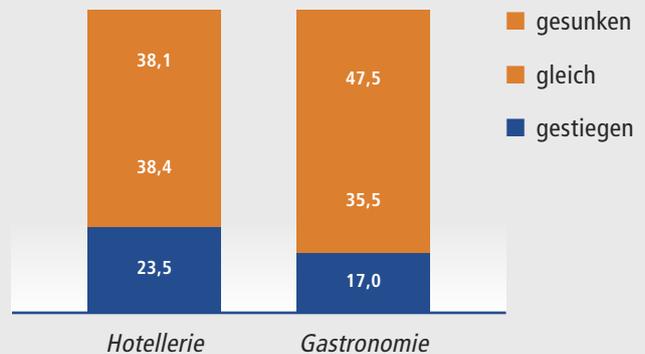
Umsatz im Vergleich zum Vorjahr

(Anteil der Befragten in %)



Ertrag im Vergleich zum Vorjahr

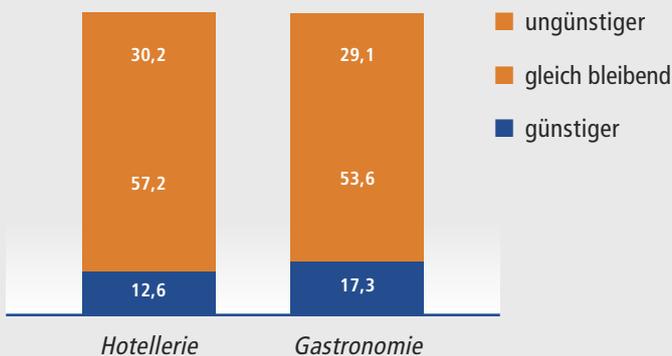
(Anteil der Befragten in %)



Geschäfts-, Umsatz- und Ertrags- erwartungen für den Winter 2012/13

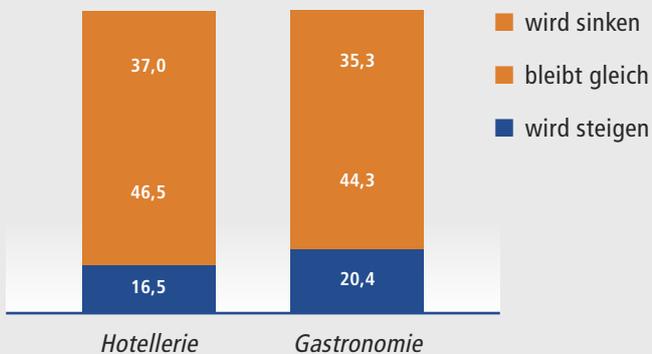
Geschäftserwartungen

(Anteil der Befragten in %)



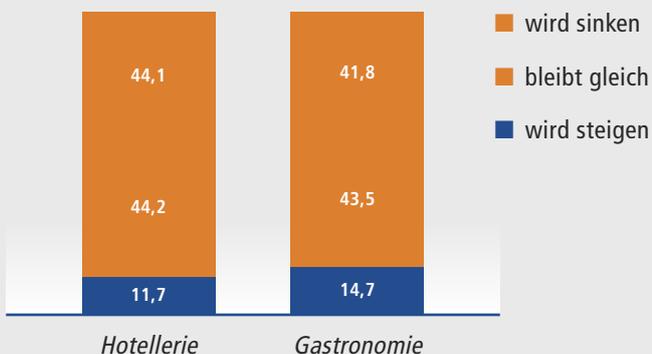
Umsatz im Vergleich zum Vorjahr

(Anteil der Befragten in %)



Ertrag im Vergleich zum Vorjahr

(Anteil der Befragten in %)



Entwicklungen in der Hotellerie

Die Hotellerie profitierte auch im Sommer 2012 – trotz abgeschwächter Dynamik – von der relativ robusten deutschen Wirtschaft und dem starken Deutschlandtourismus. Die Zahl der Übernachtungen im Beherbergungsgewerbe wuchs im Zeitraum Januar bis September 2012 um vier Prozent auf 320,3 Millionen. Dabei stieg die Übernachtungszahl ausländischer Gäste überproportional um acht Prozent auf 53,8 Millionen und die der Inländer um drei Prozent auf 266,5 Millionen. Besonders stark vom Nachfrageboom profitierten die Hotels in den Städten mit über 100.000 Einwohnern, während Gasthöfe und Pensionen außerhalb der Feriencentren und in den Kleinstädten zum Teil nur geringere Zuwächse verzeichneten.

Nach der **DEHOGA-Konjunkturumfrage Sommer 2012** beurteilen 49,7 Prozent der befragten Beherbergungsbetriebe ihre Geschäftslage im Sommerhalbjahr als gut und lediglich 9,7 Prozent als schlecht. Dementsprechend positiv haben sich die Umsätze in der Branche entwickelt, auch wenn sich das Wachstum im Vergleich zum Vorjahr abgeschwächt hat: So konnten im Winterhalbjahr 37,7 Prozent der Unternehmen höhere Umsätze verbuchen (Vorjahr 42,3 Prozent). 26,8 Prozent der Beherbergungsbetriebe mussten Umsatzeinbußen hinnehmen (Vorjahr 25,4 Prozent). Die positive Entwicklung bestätigen auch die Umsatzzahlen des Statistischen Bundesamtes: Von Januar bis September stieg der Umsatz in der Hotellerie in Deutschland um nominal 3,9 Prozent. Preisbereinigt ergab sich ein Plus von 1,9 Prozent.



Hinsichtlich der Geschäftserwartungen blicken die Hoteliers gedämpft optimistisch in die Zukunft. Immer mehr Unternehmer befürchten, dass die Euro-Schuldenkrise und die sich abkühlende Weltkonjunktur auch zu einem Konjunkturabschwung in Deutschland führen. Lediglich 12,6 Prozent der Befragten erhoffen sich für den Winter 2012/13 bessere Geschäfte (Vorjahr 14,5 Prozent). Insgesamt bilden die Großstadthotellerie und die auf Tagungen und Geschäftsreisen spezialisierten Häuser die Gruppe der größten Hoffnungsträger. Die Hotels abseits der klassischen Feriencentren und die Häuser in den mittleren Städten nehmen dagegen eine negativere Erwartungshaltung ein.

Das Spektrum der Markenhotellerie in Deutschland ist noch vielfältiger und internationaler geworden. Mit nunmehr 175 Unternehmen ist die Anzahl der Gesellschaften mit insgesamt 3.869 Betrieben weiter angestiegen. Diese verfügen in Deutschland über einen Marktanteil von 10,6 Prozent. Seit Beginn der verbandlichen Erhebungen im Jahr 1985 ist dies eine kontinuierliche Entwicklung.

Weiterführende Informationen zur Hotellerie in Deutschland bietet die jährlich erscheinende Publikation „Hotelmarkt Deutschland“ des Hotelverbandes 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.

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 Gastronomiesegementes 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.

Die Entwicklung in der Systemgastronomie hob sich auch 2011 wieder positiv vom Branchenschnitt ab. Danach kamen im Jahr 2011 die Top-Player mit 17.217 Betrieben auf ein Netto-Umsatzvolumen von 11,2 Milliarden Euro. Mit einem Umsatzplus von 5,1 Prozent verlief das Jahr 2011 in der Branchenspitze noch besser als im Vorjahr. Damit setzen sich die vorderen 100 der Systemgastronomie weiter von der Entwicklung im Gaststättengewerbe insgesamt ab. Hier war das Ergebnis mit einem nominalen Umsatzzuwachs von 4,1 Prozent etwas schlechter.

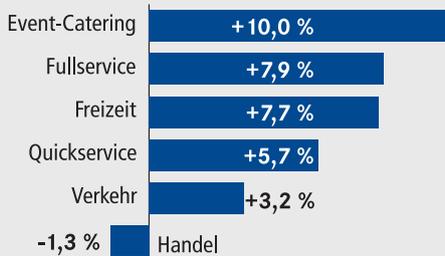
Beachtlich bei den „Top-100“ ist, dass über 85 Prozent der Unternehmen einen Umsatzzuwachs verbuchen konnten. Die größten Umsatzgewinner waren dabei McDonalds, Burger King und LSG. Dieses Ergebnis schlägt sich natürlich auch auf die Erwartungen für das Gesamtjahr 2012 nieder: 74 Prozent der Top-100 in der Systemgastronomie erwarten höhere Umsätze. Nur sieben Prozent kalkulieren mit schlechteren Ergebnissen.

Das Verhalten der Gäste ist geprägt durch gestiegene Ansprüche zum einen und eine weiterhin hohe Preissensibilität zum anderen. Der Gast von heute weiß mehr, er ist mobiler, internationaler und hat mehr Auswahlmöglichkeiten als je zuvor. Die Kraft der Marken, professionelle Planung und ein strategischer Systemgedanke gehören zu den Erfolgsfaktoren der Systemgastronomie. Mehr denn je zählen eine klare Positionierung und Profilierung am Markt. Mehr denn je kommt es auch in der Systemgastronomie auf die persönliche, direkte Ansprache des Gastes, auf die Kundenbindung an. Es zählen wertige Produkte und ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis. Die Gäste geben sehr wohl noch Geld aus, überlegen aber noch genauer als bislang wofür.



Segmente

2011er Erlössteigerungen der Top 100

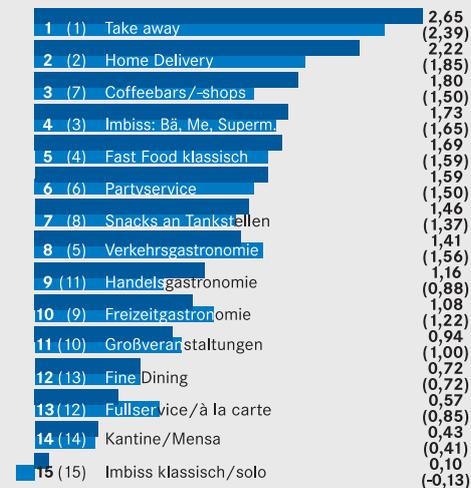


Quelle: food-service, Deutscher Fachverlag

Die Wachstumsraten der sechs Teilmärkte: Sieger ist wie im Vorjahr Event-Catering mit +10,0 %. Die gute Konjunktur bei niedrigen Arbeitslosenzahlen hat dem kulinarischen Vergnügen zugespielt (Privat- wie Geschäftsnachfrage). Die Handelsgastronomie befindet sich mit 1,3 % leicht im Minus (Vorjahr -9,8 %).

Wachstumschancen

Perspektiven in den nächsten 2 bis 3 Jahren



Vorgegeben war eine Skala von +5 bis -5. (Vorjahreswerte)

■ 2012 ■ 2011

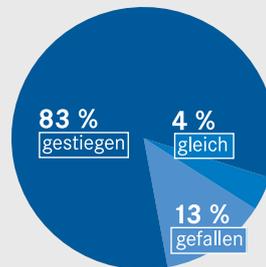
Quelle: food-service, Deutscher Fachverlag

15 Marktsegmente – mit ihren Perspektiven in den Augen der Macher dieser Branche. Es führt Take away gefolgt von Home Delivery, Coffeebars, Imbiss bei Bäckern, Metzgern und in Supermärkten. Überwiegend deutlich höhere Perspektiven-Werte als im Vorjahr. Kein einziges Minus mehr.

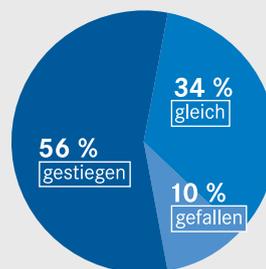
Entwicklung 2011*

im Vorjahresvergleich

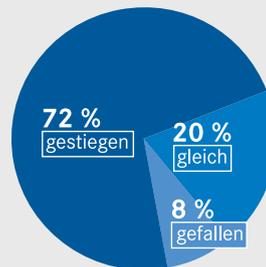
Umsätze



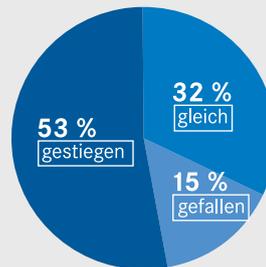
Investitionen



Kosten



Ertrag



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

Eine wirklich positive Tendenz. Das Bild demonstriert: 83 % (Top 100 plus 44 ante portas) mit gestiegenen Umsätzen (Vj.: 66). 56 % mit gestiegenen Investitionen (Vj.: 44) – aber auch 72 % mit gestiegenen Kosten (Vj.: 51).

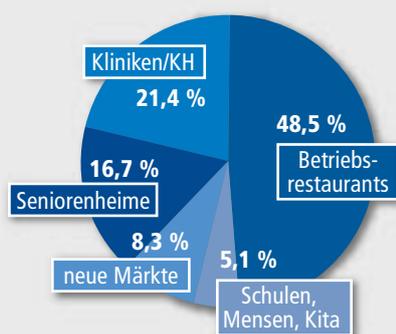
Entwicklungen in der Gemeinschaftsgastronomie

Der Gesamtumsatz in der Gemeinschaftsgastronomie wird auf über 18 Mrd. Euro geschätzt. Dabei ist der Markt in seinen Strukturen komplex und nicht ganz einfach zu quantifizieren. Millionen Menschen nutzen täglich die unterschiedlichen Einrichtungen und Angebote. Dabei prägt die Branche in hohem Maße das Verzeherverhalten von Kindern und Schülern, Studenten, Patienten und Senioren, Arbeitnehmern und -gebern, kurz Gästen jedes Alters.

rund 14,8 Mrd. Euro geschätzt. Aktuelle Außer-Haus-Markt-Daten der Nürnberger NPD-Group belegen, dass im Jahr 2010 pro Werktag von 40,4 Mio. Erwerbstätigen 17,4 Mio. Zugang zu Kantinen hatten und von denen 13,1 Mio. diese auch nutzten. Der Durchschnittsbetrag pro Besuch und Tag lag bei 2,56 Euro, das sind 0,23 Euro mehr als 2006. Unabhängig von diesen Zahlen kommt der Betriebsgastronomie in Deutschland traditionell eine besondere Rolle zu. Früher Sozialleistung, ist die Mitarbeiterverpflegung heute mehr und mehr eine gastronomische Aufgabe mit modernen F&B-Angeboten.

Markt 2011

Umsätze der Top 31



Quelle: gv-praxis, 2012

Verteilung der Erlöse 2011 in Prozent. Die Top 31 Caterer erzielten 2011 einen Netto-Gesamtumsatz von 3,0 Milliarden Euro.

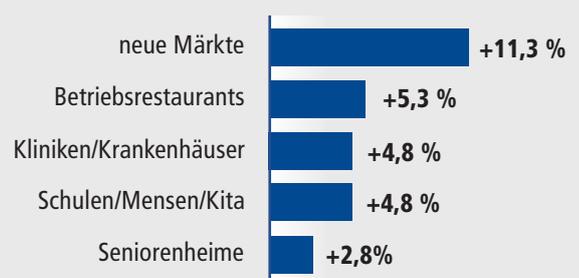
Die beiden großen Säulen der Gemeinschaftsgastronomie sind zum einen die Betriebsgastronomie und zum anderen die Klinik- und Heimverpflegung. Daneben gibt es weitere kleinere Segmente, die der Gemeinschaftsgastronomie zugerechnet werden – von der Campusgastronomie über Justizvollzugsanstalten und Truppenküchen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

Zu Anzahl und Struktur der Betriebsrestaurants in Deutschland liegen kaum repräsentative Daten vor. Das Gesamtmarktvolumen liegt bei annähernd 18,3 Mrd. Euro, das der Betriebsgastronomie wird auf

Das Jahr 2011 verlief für die größten Contract-Catering-Unternehmen positiv, wie eine Analyse der Fachzeitschrift für die Gemeinschaftsverpflegung „gv-praxis“ zeigt. So erzielten die TOP-31-Unternehmen der Branche ein Umsatzwachstum von 5,2 Prozent (Vj. 3,8 Prozent). Die Top 10 erzielten 4,5 Prozent Mehrerlöse, die Top 11 bis 31 8,6 Prozent. Das alles passierte 2011 vor insgesamt erfreulichen Rahmenbedingungen: Allein die drei großen Autobauer BMW, Daimler und VW schufen zum Beispiel 11.000 neue Stellen, die Verbraucherlaune war ungetrübt, Binnen- wie Exportkonjunktur segelten im Aufwind.

Umsatzentwicklung 2011 nach Segmenten

Umsatzsteigerungen der Top 31



Quelle: gv-praxis, 2012

Trends und Perspektiven für die Branche

Der Wettbewerbsdruck in Hotellerie und Gastronomie ist weiter hoch. Das Verhalten der Gäste ist geprägt durch gestiegene Ansprüche zum einen und eine hohe Preissensibilität zum anderen. Der Gast von heute weiß mehr, er ist mobiler, internationaler und hat mehr Auswahlmöglichkeiten als je zuvor. Ketten und Nischenanbieter sind die Gewinner. So befindet sich bereits seit Jahren die Markenhotellerie im Aufwind. Gleichzeitig wächst auch 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 besser behauptet als der Branchendurchschnitt. Mehr denn je zählen eine klare Positionierung und Profilierung am Markt. In Zeiten standardisierter Hotel- und Gastronomiekonzepte kommt es für die Individualbetriebe auf die persönliche Handschrift eines Hauses und die individuelle, lebendige, herzliche Gästeansprache an. Die Gäste wollen verwöhnt, nicht versorgt werden.

Nachhaltigkeit und Regionalität

Nachhaltigkeit, Verantwortung für die Nachwelt und Ressourcen, Umweltbewusstsein – gutes Gewissen und Genuss schließen sich heute nicht mehr aus. Die grüne Welle rollt. Immer mehr Menschen suchen nach Produkten, die gut für Körper und Seele sind. Frische, Regionalität und Qualität stehen hoch im Kurs. Die Verbraucher sind sensibilisiert für den fortschreitenden Klimawandel und die damit verbundenen Aspekte der Nachhaltigkeit.

Hotels und Restaurants, die Umweltaspekte nicht außen vor lassen, sind für die Zukunft gut aufgestellt. Steigende Energiekosten werden diesen Trend in der Zukunft noch beflügeln. Mit vielfältigen

Aktivitäten und Maßnahmen unterstützt der DEHOGA seine Mitglieder und die Branche (Energiekampagne Gastgewerbe, DEHOGA-Umweltcheck, Energiebroschüre, Kooperationspartner bei Wettbewerben und Initiativen etc.).



Fokus Hotellerie

Deutschland-Urlaub im Trend

Von Rügen bis zum Tegernsee – als ungebrochener Trend zeigt sich der Urlaub in der Heimat. So konnte die Tourismusbranche von Januar bis August 2012 erneut einen Rekord verbuchen.

Die Zahl der Gästeübernachtungen stieg um 3,9 Prozent auf 278,9 Millionen. Dabei liegt Deutschlands Stärke nach wie vor im Binnentourismus. 83 Prozent der Übernachtungen gehen auf die eigene Bevölkerung zurück. Aber auch bei ausländischen Touristen wird Deutschland als Urlaubsland immer beliebter. Hier war in den ersten acht Monaten des Jahres ein überproportionaler Zuwachs von 8,4 Prozent auf 47,1 Millionen zu verzeichnen.

Gesundheit

Gesundheit ist und bleibt ein Megatrend, der bei der Gestaltung des Urlaubs eine immer größere Rolle spielt. Die Grenze zwischen Wellness bzw. Lifestyle auf der einen und Gesundheitsfürsorge auf der anderen Seite verschwimmt zusehends.



Die Hotellerie greift diesen Trend auf und bietet diverse Angebote rund um Körper und Geist – von reinen Wohlfühlanwendungen bis zu von Medizinern begleiteten Maßnahmen. Dabei spielt das Thema nicht nur in der Ferienhotellerie, sondern in verstärktem Maße auch in der Stadthotellerie eine Rolle. Nirgends kann Wellness in seinem ganzheitlichen Ansatz so ausgelebt werden wie in der Hotellerie.

Budgethotellerie

Budgethotels liegen auch weiterhin im Trend. Die erfolgreiche Entwicklung in den letzten Jahren lässt sich auch mit der Kraft der Marken erklären. Klassische Segmentgrenzen verschwimmen zusehends. Budget-Hotels mit Designcharakter und kommunikativer Atmosphäre boomen. Sie liegen am Puls der Zeit, treffen den Geschmack von Geschäftsreisenden wie auch Touristen und schonen

den Geldbeutel. Die Gäste wollen Komfort, Ambiente und Kreativität an attraktiven Standorten zu bezahlbaren Preisen.

Hostels

Das Segment der Hostels entwickelte sich innerhalb weniger Jahre sehr schnell. Die Zeiten, in denen Hostels nur für Backpacker waren, sind jedoch vorbei. Die Nachfrage reicht heute von jugendtouristischen Märkten über Einzelreisende, Familien bis hin zu Geschäftsleuten. Der Hostelmarkt in Deutschland wird von einigen großen Anbietern neben einer Vielzahl kleinerer Anbieter geprägt. Insbesondere Großstädte sind die interessantesten Standorte für Hostels. Vor allem hier bewegen sich die Hostels und Budget-Hotellerie aufeinander zu und eine klare Abgrenzung ist oft gar nicht mehr möglich.



Städtereisen

Städtereisen haben weiter Wachstumspotenzial. In wenigen Tagen möglichst viel erleben, das entspricht dem Trend der Zeit. Kurzreisen gewinnen an Bedeutung. Unterstützt wird der Städtetourismus durch die Angebote der Billigflieger.



Die deutschen Städte überzeugen mit einem außerordentlich reichhaltigen architektonischen und kulturellen Angebot. Dazu locken zahlreiche Kunst- und Sport-Events. Insbesondere Berlin, Hamburg und München profitieren vom Städtetourismus überdurchschnittlich. So liegt Berlin mittlerweile auf Platz drei in Europa nach London und Paris, was die Anzahl der Übernachtungen betrifft.

Fokus Gastronomie

Regionale Küche/Heimische Produkte

Im Zeitalter der Globalisierung und der sich ständig wechselnden Trends haben Tradition, Heimat, Bodenständigkeit und ehrliche Gastfreundschaft

wieder Konjunktur. Gefragt sind frische, regionale und saisonale Spezialitäten auf der Speisekarte. In den Städten und Regionen des Landes lassen sich ganz typische regionale Speisen und Getränke entdecken und probieren. Die vielen Facetten Deutschlands kann man sich wahrhaft auf der Zunge zergehen lassen. Die einzigartige Vielfalt der heimischen Küche begeistert die Gäste. Dabei gilt: Regional schlägt Bio.

Wohlfühlatmosphäre

Wohlfühlambiente anstelle von kühlem Design: Gaststätten werden wieder zu Orten der Kommunikation – gerade in Zeiten von Twitter, Facebook & Co. Das gute alte Wirtshaus hat neue Chancen, sofern Angebots- und Servicequalität stimmen. Auch mit Blick auf die immer beliebter werdenden Freizeitaktivitäten wie Wandern und Radeln ergeben sich für diese Betriebe tolle Möglichkeiten als Ausflugsziele. Die Stammtische und große Tische sind zurück, so kommt man schneller ins Gespräch. Man trifft sich anstatt nur zu chatten, unterhält sich und lässt sich nicht nur unterhalten.

Außengastronomie

Je mehr Arbeit und Alltag innen stattfinden, desto mehr drängt es die Menschen nach draußen – in die Biergärten, Terrassen oder auch Strandbars der Republik. Open-Air-Gastronomie vermittelt ein Gefühl von Freiheit vor Ort, steht für die kleine Auszeit zwischendurch und den Kurzurlaub im Alltag. Mit Blick auf die Weiterentwicklung von Technik, Design sowie neuen Getränke- und Speisekreationen ist Gastronomie unter freiem Himmel fast an jedem Ort realisierbar. Auch die Rauchverbote haben definitiv zu einer Verlängerung der Open-Air-Saison beigetragen. Sobald die ersten Sonnenstrahlen da sind, füllen sich auch bei Minusgraden die Außenplätze.

Systemgastronomie

Innerhalb des Gaststättengewerbes expandiert weiterhin das mit seinen Kettenbetrieben stark filialisierte Segment der Systemgastronomie. Jedes Jahr werden neue Betriebsstätten eröffnet und der Marktanteil stetig erweitert. Die 100 größten Unternehmen erzielten nach Angabe der Wirtschaftsfachzeitschrift Food Service des Deutschen Fachverlages in ihren 17.217 Betrieben 2011 ein Umsatzplus von 5,1 Prozent. Im Bereich Quick-Service konnte sogar ein Plus von 5,7 Prozent verbucht werden. Die Betriebe sind dabei überwiegend der speisengeprägten Gastronomie zuzuordnen.

Take-away und Home Delivery

Take-away ist und bleibt der stärkste Trend im Außer-Haus-Markt. Angesichts gestiegener Mobilität, zunehmender Flexibilität und wechselnder Arbeitswelten verzeichnet dieses Branchensegment weiterhin steigende Zuwachsraten. Gastro-Quick-service-Betriebe und Bäckereien sind unbestritten diejenigen, die sich im Take-away-Business am stärksten profiliert haben. Neben Take-away werden dem Thema Home Delivery die größten Wachstumchancen zugerechnet. Auch hier gibt es noch viel Potenzial.



Kaffeespezialitäten und Süßes

Großstädte ohne Kaffeebars sind kaum mehr vorstellbar. Im Gegenteil: Immer mehr Konzepte bewegen sich im Markt. Kaffeebars sind öffentliche Wohnzimmer und weiterhin ein sehr trendiges Thema. Kaffeebars haben auch weiterhin große Wachstumsperspektiven, denn sie überzeugen ihre Gäste mit Kaffeespezialitäten, frisch gepressten Säften sowie süßen und herzhaften Snacks.



11

Ihre Ansprechpartner

Ihre Ansprechpartner

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			
Geschäftsführung		Verbandskommunikation	
RA Jürgen Benad benad@dehoga.de		Stefanie Heckel, Pressesprecherin -32 heckel@dehoga.de	
Recht und Steuern Tamara Marzinowski, Assistentin -56 marzinowski@dehoga.de		Benedikt Wolbeck, stellv. Pressesprecher -32 wolbeck@dehoga.de Ingo Schmidt, Pressereferent Neue Medien und Sonderprojekte -30 schmidt@dehoga.de	
RA Sandra Warden warden@dehoga.de		Melanie Junge-Beichle, PR-Assistentin -24 junge-beichle@dehoga.de	
Arbeitsmarkt und -recht/ Soziales/Berufsbildung Britta Berkenhagen, Assistentin Berufsbildung berkenhagen@dehoga.de -54 Janet Walter, Assistentin 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



Stefanie Heckel



Melanie Junge-Beichle



Thomas Klein



Heike Lehmann



Tamara Marzinowski



Matthias Meier



Ingo Schmidt

<p>Urheberrecht</p> <p>RA Stephan Büttner, stv. Geschäftsführer buettner@dehoga.de</p> <p>Katrin Vorwerk, Sekretariat -28 vorwerk@dehoga.de</p>	<p>Verbraucher- und Umweltschutz</p> <p>Matthias Meier, Referent -92 meier@dehoga.de</p> <p>Katrin Vorwerk, Sekretariat -28 vorwerk@dehoga.de</p>
	<p>Marktforschung/Statistik</p> <p>Matthias Meier, Referent -92 meier@dehoga.de</p>
<p>Fachabteilungen und Fachverbände</p>	
<p>Geschäftsführung Fachbereich Gastronomie</p> <p>Ingrid Hartges, Hauptgeschäftsführerin Fon 030/72 62 52-20 hartges@dehoga.de</p>	<p>Geschäftsführung Fachbereich Hotellerie</p> <p>Markus Luthé, Hauptgeschäftsführer Fon 030/59 00 99 6-93 luthé@hotellerie.de</p>
	<p>Zentrale + Information</p> <p>Heike Lehmann -0 info@dehoga.de</p>
<p>Wir stehen Ihnen gerne unter der Rufnummer 030/72 62 52-0 bzw. den Durchwahlnummern zur Verfügung.</p>	
<p>Systemgastronomie</p> <p>RA Sandra Warden, Geschäftsführerin warden@dehoga.de</p> <p>Britta Berkenhagen, Assistentin -54 berkenhagen@dehoga.de</p>	<p>Bahnhofsgastronomie</p> <p>RA Jürgen Benad, Geschäftsführer benad@dehoga.de</p> <p>Tamara Marzinowski, Assistentin -65 marzinowski@dehoga.de</p>
<p>Gemeinschaftsgastronomie</p> <p>RA Jürgen Benad, Geschäftsführer benad@dehoga.de</p> <p>Tamara Marzinowski, Assistentin -56 marzinowski@dehoga.de</p>	<p>Discotheken/ Bundesverband deutscher Discotheken und Tanzbetriebe (BDT)</p> <p>RA Stephan Büttner, Geschäftsführer buettner@dehoga.de</p> <p>Katrin Vorwerk, Sekretariat -28 vorwerk@dehoga.de</p>
<p>Catering</p> <p>Ingrid Hartges, Geschäftsführerin walter@dehoga.de</p> <p>Janet Walter, Assistentin -46 walter@dehoga.de</p>	<p>Union der Pächter von Autobahn- Service-Betrieben e.V. (UNIPAS)</p> <p>Martin Stadie, Referent -86 stadie@unipas.de</p>



Markus Luthé



Martin Stadie



Katrin Vorwerk



Janet Walter



Sandra Warden



Benedikt Wolbeck

Das Präsidium des DEHOGA Bundesverbandes

Ernst Fischer**Präsident**

Landhotel Hirsch
Schönbuchstraße 28
72074 Tübingen-Bebenhausen
Fon 07071/60 93-30
Fax 07071/63 97 163

Guido Zöllick**Stellv. Präsident**

Hotel Neptun
Seestraße 19
18119 Warnemünde
Fon 0381/777-0
Fax 0381/777-600

Fritz-Georg Dreesen**Stellv. Präsident**

Rheinhotel Dreesen
Ringhotel Bonn
Rheinstraße 45-49
53179 Bonn
Fon 0228/82 02-151
Fax 0228/82 02-153

Thomas Hirschberger**Stellv. Präsident**

Hans im Glück Franchise GmbH
Neuhauserstraße 3a
80331 München
Fon 0176/19995400

Gereon Haumann**Schatzmeister**

Familien-Hotel Hochwald
St.-Georg-Straße 1
54497 Horath/Hunsrück
Fon 06504/919-100
Fax 06504/919-109

Ulrich N. Brandl**Präsidiumsmitglied**

URLICHSHOF Baby & Kinder
Bio-Resort
Zettisch 42
93485 Rimbach
Fon 09977/950-0
Fax 09977/950-470

Waldemar Fretz**Präsidiumsmitglied**

Hotel-Restaurant
Hoepfner Burghof
Haid-Und-Neu-Straße 18
76131 Karlsruhe
Fon 0721/62 26 44
Fax 0721/6 18 34 03

Dr. Monika Gommolla**Präsidiumsmitglied**

Maritim Hotelgesellschaft mbH
Herforder Straße 2
32105 Bad Salzuflen
Fon 05222/95 32 79
Fax 05222/95 32 77

Dierk Kraushaar**Präsidiumsmitglied**

Bendenkamp 12
40880 Ratingen
Fon 02102/4 13 36
Fax 02102/44 96 78

Hermann Kröger**Präsidiumsmitglied**

Kröger's Hotel
Bahnhofstraße 18
26427 Esens
Fon 04971/30 65
Fax 04971/42 65

Olaf Offers**Präsidiumsmitglied**

Hammer Landstraße 45
41460 Neuss
Fon 02131/75 18-200
Fax 02131/75 18-201

Peter Schmid**Präsidiumsmitglied**

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

André Witschi**Präsidiumsmitglied**

Karwendelstraße 6
85604 Zorneding

Ingrid Hartges**Hauptgeschäftsführerin**

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

Leo Imhoff**Ehrenpräsident**

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

Dr. Erich Kaub**Ehrenpräsident**

Mauerkircher Straße 199
81925 München
Fon 089/9 23 06 68-100

Jochen Koepf**Ehrenmitglied**

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

Helmut Otto**Ehrenmitglied**

Landhotel und Landgasthaus
Naafs-Häuschen
Naafshäuschen 1
53797 Lohmar-Wahlscheid
Fon 02206/60 80
Fax 02206/60 81 00

Rose Felicitas Pauly**Ehrenmitglied**

Rissener Landstraße 54
22587 Hamburg
Fon 040/86 75 81
Fax 040/86 75 81

Herbert Rütten**Ehrenmitglied**

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



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