



GESCHÄFTSBERICHT 2023/2024



DEHOGA
NIEDERSACHSEN

Wer, wenn nicht wir?

„...DENN WIR STEHEN FÜR TOP-AUSBILDUNG -
VON UNSEREN AZUBIS SELBST BESTÄTIGT

So geht Azubi-Marketing heute.

Das neue Qualitätssiegel "TOP-Ausbildungsbetrieb"
mit dem Win-Win-Faktor!

Mit der Initiative schafft der DEHOGA erstmals eine bundesweit einheitliche Zertifizierung für einen hohen Ausbildungsstandard. Lassen Sie Ihren Betrieb zertifizieren und heben Sie sich mit dem Qualitätssiegel als attraktiver Ausbildungsbetrieb hervor.

www.topausbildung.de/mitmachen

Machen Sie mit!
Eine TOP-Ausbildung ist
ein Gewinn für alle.



Haben Sie Fragen zum neuen Qualitätssiegel?
Rufen Sie uns gerne an unter **030. 318048 - 25** oder
senden Sie uns eine E-Mail an info@topausbildung.de!

Eine Initiative des
DEHOGA

INHALTSVERZEICHNIS



1. BRANCHENTHEMEN

Saisonbericht 2023/2024	4
Gastgewerbe im Zahlenspiegel	5
Bettensteuer	6
Mindestlohngesetz	6
Mehrwertsteuer auf Hotelübernachtungen	6
DEHOGA Kampagne „7 Wahrheiten“	7
Abhängigkeit der Hotellerie von Online-Buchungsportalen ist höher als je zuvor	7
Urheberrechtsgesetz – Verwertungsgesellschaften	9
Mehrwegpflicht seit Januar 2023	10
Staatliche Förderung in Folge der Corona-Krise	11
Energieberatung	11
Airbnb & Co.	12
Energie und Nachhaltigkeit	13
Bio-Außer-Haus-Verpflegung-Verordnung	16
Klimabewusst Zukunft gestalten	17

2. TARIFWESEN

Entgelttarifvertrag und Ausbildungsvergütungen	18
Manteltarifvertrag	19
Tarifvertrag Altersvorsorge	19

3. BERUFSAUSBILDUNG

TOP-Ausbildung	20
Neuordnung der gastgewerblichen Ausbildungsberufe	21
Ausbildungsverhältnisse Stand 31.12.2023	23
Abschlussprüfungen 2023	23
Niedersächsische Jugendmeisterschaften	24
Medaillenspiegel	25
Förderungsgesellschaft des niedersächsischen Hotel- und Gaststättengewerbes mbH	26
Senator-Willy-Heyrath-Stiftung	26

Berufsbildungsausschuss	27
Gastrostarter	28
IdeenExpo 2024	29

4. MARKETING UND KOMMUNIKATION

Corporate Design, DEHOGA Magazin	30
E-Mail-Newsletter, YOUTUBE Kanal	30
Internetauftritt	31
Social Media, Facebook und Instagram	32

5. TOURISMUS

Tourismusverband Niedersachsen	34
Tourismusmarketing Niedersachsen GmbH	35
ServiceQualität Deutschland	36

6. VERANSTALTUNGEN

INTERNORGA	36
Junger DEHOGA Niedersachsen	37
Info-Veranstaltung der Fachgruppen	37

7. VERMARKTUNGSHILFEN

Klassifizierungssysteme	38
-------------------------	----

8. SEMINARE

DEHOGA Akademie	43
Online-Seminare	43

9. DEHOGA INTERN

Junger DEHOGA Niedersachsen	44
Betriebswirtschaftliche Kurzberatung	45
Energieberatung	45
Mitgliederwerbung	46
Rechtsschutz	52

10. ANSPRECHPARTNER

Übersicht Landesverband	48
Übersicht Bezirks- und Kreisverbände	50



BRANCHENTHEMEN

SAISONBERICHT 2023/2024

Hatte sich das Gastgewerbe für 2024 noch eine Erholung der Gesamtsituation erhofft, zeigen die aktuellen Umfragen, dass sich an der angespannten Lage nichts geändert hat. Ein Durchstarten des Gastgewerbes wird durch die aktuellen Herausforderungen weiter erschwert. Auch weiterhin bleiben die Gewinnaussichten mit einem Minus von 21 % hinter den Erwartungen zurück. Der Umsatz ist immer noch 10 % niedriger als im Vergleichszeitraum.

Das größte Wirtschaftshemmnis ist dabei die Rückkehr der Mehrwertsteuer auf 19 %. 50,8 % Umsatzrückgänge und 58,6 % weniger Gäste sprechen hier eine deutliche Sprache. Die von den Betrieben ergriffenen Maßnahmen, mit denen auf die Erhöhung reagiert wird, reichen von Erhöhung der Preise (85,9 %) über Aufgabe bzw. Kürzung geplanter Investitionen (77,4 %) und Anpassung des Angebotes (63,5 %) bis hin zu Kürzung der Öffnungszeiten (55,4 %) und Entlassung von Mitarbeitern (29,4 %).

Die Austragung der Fußball EM in Deutschland hatte für rund 91 % der Betriebe keinerlei Auswirkungen und konnte somit auch nicht zur Belebung des Gastgewerbes beitragen.

Die Reservierungslage für den Sommer 2024 ist verhalten optimistisch. So bewerten 37,8 % der Betriebe diese als sehr gut oder gut und 40,5 % sehen sie als befriedigend an. 40,3 % bewerten die Reservierungslage als schlecht oder sehr schlecht.

Die größten Herausforderungen und Sorgen in den niedersächsischen Betrieben laut den Umfrage-Ergebnissen stellen die steigenden Personalkosten (80,1 %), die explodierenden Preise für Lebensmittel (73,2 %), die Erhöhung der Mehrwertsteuer (65,5 %), die zunehmende Bürokratie (65,1 %) und die Energiekosten (63,2 %) dar. 55,2 Prozent der Betriebe beklagen zudem einen akuten Mitarbeitermangel.

Mehr denn je kommt es deshalb darauf an, der Branche, den Unternehmern und Mitarbeitern verlässliche Perspektiven zu geben und die Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe zu stärken. In dem Zusammenhang wird die Forderung des DEHOGA nach der dauerhaften Geltung der Sieben-Prozent-Mehrwertsteuer auf Speisen in Restaurants bekräftigt.

(*Renate Mitulla/Claudia Weiß)

DAS NIEDERSÄCHSISCHE GASTGEWERBE IM ZAHLENSPIEGEL

UMSATZENTWICKLUNG IN NIEDERSACHSEN

2021–2023

	2021	2022	2023*
	Mill. Euro	Mill. Euro	Mill. Euro*
Gastgewerbe Niedersachsen	4215	5750	6259
davon Beherbergung:	1515	2326	2566
Hotels (ohne Hotels garni)	875	1503	1715
Hotels garni	118	185	217
Gasthöfe	129	187	198
Pensionen	70	121	126
Ferienunterkünfte u. Ä.	210	306	310
Camping	77	86	78
sonstiges Beherbergungsgewerbe	5	6	8
davon Gastronomie:	2663	3521	3807
Restaurants mit Bedienung	887	1313	1429
Restaurants mit Selbstbedienung	641	750	801
Imbissstuben	143	159	158
Cafés	177	309	351
Eisdielen	75	111	117
Caterer & sonst. Verpfl. Dienstl.	521	675	759
sonst. verpfl. Dienstleistungen (ehem. Kantinen)	428	550	653
Schankwirtschaften	151	233	236
Diskotheiken und Tanzlokale	20	34	42
sonst. getränkegeprägte Gastronomie	2	2	2

Stand Juli 2024 mit Korrekturen für 2022.
Die Angaben des mit „*“ gekennzeichneten Jahres sind vorläufig.
Quelle: LSN Tabelle 621 – Berichtsmonat 12/2023

BESCHÄFTIGTE IM GASTGEWERBE INSGESAMT

	2021	2022	2023
Gesamt	172.769	185.432	194.970
sozialversicherungs- pflichtig Beschäftigte	83.455	85.589	86.880
geringfügig entlohnte Beschäftigte	89.314	99.843	108.090

Quelle: Bundesagentur für Arbeit

BEHERBERGUNGSBETRIEBE (MIN. 10 BETTEN)

Beherbergungsart	2021	2022	2023
Hotels	1.089	1.177	1.180
Hotels garni	571	653	672
Gasthöfe	462	462	421
Pensionen	342	398	397
Insgesamt	2.464	2.690	2.670

* Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen (LSN)

BETTENKAPAZITÄTEN

Beherbergungsart	2021	2022	2023
Hotels	79.418	89.730	91.465
Hotels garni	25.434	29.017	30.776
Gasthöfe	12.645	13.262	12.518
Pensionen	9.105	10.867	10.471
Insgesamt	126.602	142.876	145.230

* Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen (LSN)

DURCHSCHNITTLICHE AUSLASTUNG IN PROZENT

Beherbergungsart	2021	2022	2023
Hotels	29,1	37,3	39,4
Hotels garni	30,7	38,5	40,1
Gasthöfe	25,3	31,7	32,8
Pensionen	33,5	36,1	36,3

* Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen (LSN)

(*Claudia Weiß)

BETTENSTEUER

Im Jahre 2016 hatten mehrere Hoteliers Verfassungsbeschwerde gegen ihre Belastung mit „Bettensteuern“ vor dem Bundesverfassungsgericht erhoben. Die Verfahren wurden durch den DEHOGA unterstützt.

Im Zuge dieser Verfassungsbeschwerden hatte der DEHOGA Niedersachsen das von ihm unterstützte Normkontrollverfahren gegen die Lüneburger Bettensteuersatzung, das vor dem OVG Lüneburg anhängig war, für ruhend erklären lassen.

Mit großem Unverständnis hat der DEHOGA Niedersachsen im Mai 2022 auf das zwischenzeitlich ergangene Urteil des Bundesverfassungsgerichts zu den Bettensteuern in den Stadtstaaten Bremen, Hamburg sowie der Stadt Freiburg im Breisgau reagiert. Das höchste deutsche Gericht entschied, dass die örtlichen Übernachtungssteuern in Beherbergungsbetrieben, auch Bettensteuer, City-Maut oder Kulturförderabgabe genannt, mit dem Grundgesetz vereinbar sind. Leider wurden dem kommunalen Steuerfindungsrecht mit dem Urteil keine Grenzen gesetzt.

Diese Entscheidung traf die Branche zum ungünstigsten Zeitpunkt. Die Folgen der Coronakrise sind immer noch nicht vollständig überwunden und werden zwischenzeitlich negativ überlagert durch die Auswirkungen des Ukraine-Krieges. Wie vorausgesagt, haben diverse Kommunen in Niedersachsen die Entscheidung getroffen, ab 2023 bzw. 2024 ebenfalls Bettensteuern zu erheben.

Aktuell erheben folgende Kommunen Bettensteuern bzw sind in Vorbereitungen:

Hannover, Garbsen, Langenhagen, Hann. Münden, Hildesheim, Cuxhaven, Lüneburg, Fassberg, Leer, Bleckede, Emden, Springe, Hameln, Adendorf, Amt Neuhaus, Lembruch.

(*Rainer Balke)

MINDESTLOHNGESETZ

Seit dem 01.01.2015 gilt ein gesetzlicher Mindestlohn der ab 01.01.2017 von 8,50 Euro auf 8,84 Euro pro Arbeitsstunde angehoben worden war.

Ab dem 01.01.2019 galt ein Mindestlohn von 9,19 Euro pro Arbeitsstunde.

Ab dem 01.01.2020 galt ein Mindestlohn von 9,35 Euro pro Arbeitsstunde.

Ab dem 01.01.2021 galt ein Mindestlohn von 9,50 Euro pro Arbeitsstunde.

Ab dem 01.01.2020 galt ein Mindestlohn von 9,60 Euro pro Arbeitsstunde.

Ab dem 01.01.2022 galt ein Mindestlohn von 9,82 Euro pro Arbeitsstunde.

Ab dem 01.07.2022 galt ein Mindestlohn von 10,45 Euro pro Arbeitsstunde.

Ab dem 1.10.2022 galt ein Mindestlohn von 12,00 Euro pro Arbeitsstunde.

Ab dem 1.1.2024 gilt ein Mindestlohn von 12,41 Euro pro Arbeitsstunde.

Ab dem 1.1.2025 gilt ein Mindestlohn von 12,82 Euro pro Arbeitsstunde.

Die Empfehlung der Mindestlohnkommission für die Jahre 2024 und 2025 hatte zu einer politischen Kontroverse zwischen den Parteien, aber auch den Gewerkschaften und Arbeitgeberverbänden geführt. Es gibt Ankündigungen von Teilen der Politik, dass eine weitere verhaltene Empfehlung der Kommission für die Jahre 2026 und 2027 erneut einen staatlichen Eingriff über den Deutschen Bundestag nach sich ziehen könnte. Der deutsche Bundeskanzler und sein Arbeitsminister halten einen neuen gesetzlichen Mindestlohn von 15 Euro für denkbar.

(*Rainer Balke)

MEHRWERTSTEUER AUF HOTELÜBERNACHTUNGEN

Der Mehrwertsteuersatz auf Übernachtungen im Beherbergungsgewerbe liegt in Deutschland seit dem 1.1.2010 bei 7 %. Die Mehrwertsteuer wurde befristet vom 1. Juli 2020 bis zum 31. Dezember 2020 von 7 auf 5 % gesenkt.

Ab dem 01.01.2021 gilt wieder die Absenkung auf 7 %.

(*Rainer Balke)

DEHOGA KAMPAGNE „7 WAHRHEITEN“

Dauerhafte Absenkung der Mehrwertsteuer auf Speisen auf 7 Prozent gefordert.

Auch im Jahr 2024 setzte sich der DEHOGA weiterhin aktiv für einen reduzierten Mehrwertsteuersatz auf Lebensmittel im Gastgewerbe ein, so wie er aktuell in 23 von 28 EU Staaten gilt. Der jahrlange bundesweite Kampf des DEHOGA für die dauerhafte Entfristung der 7 % MwSt. ging somit weiter. Im Zuge der Kampagne waren alle Mitglieder aufgefordert, sich unter Einsatz der Kampagne-Broschüre „7 Wahrheiten“ mit ihren Bundestags- und Landtagsabgeordneten auseinander zu setzen und dort für die Beibehaltung der 7 Prozentregelung zu argumentieren.

Die Resonanz der unterschiedlichen Parteien und ihrer Abgeordneten war durchaus positiv. Es drängte sich jedoch der Eindruck auf, dass insbesondere Bündnis 90/die Grünen Schwierigkeiten mit der 7 % Regelung hatten. Dies überraschte insofern, als es aus Sicht des Gastgewerbes nicht um eine steuerliche Subvention geht, sondern vielmehr um eine dauerhafte wettbewerbliche Gleichstellung Deutschlands im europäischen Vergleich. Gegen Ende des Jahres 2023 signalisierten die Fraktionsspitzen der Regierungsparteien dem DEHOGA, dass auch im Jahre 2024 der Steuersatz auf Speisen in der Gastronomie bei 7 % bleiben werde.

Unmittelbar nach dieser Ankündigung der Politik erklärte das Bundesverfassungsgericht den Klima- und Transformationsfonds in seiner Finanzierung für verfassungswidrig. Die von der Bundesregierung dorthin geschobenen Mittel aus der Bekämpfung der CoronaPandemie in Höhe von ca. 60 Mrd Euro dürfen nicht zweckentfremdet eingesetzt werden. Das dadurch entstehende riesige Finanzierungsloch für den Haushalt des Bundes im Jahre 2024 muss aus anderen Mitteln gestopft werden. Finanzminister Lindner hat noch am selben Tage die Absenkung der MwSt auf 7 % auch im Jahre 2024 kassiert.

Unser Kampf für eine dauerhafte Absenkung der Mehrwertsteuer auf Speisen in der Gastronomie wird auch im Jahre 2024 weitergehen. 2025 steht der Bundestagswahlkampf an. Wir werden sehen, welche der im Bundestag vertretenen Parteien sich an ihre gemachten Zusagen erinnern wird.

(*Rainer Balke)

ABHÄNGIGKEIT DER HOTELLERIE VON ONLINE-BUCHUNGSPORTALEN IST HÖHER ALS JE ZUVOR

Die Abhängigkeit der Hotellerie gegenüber den großen Online-Buchungsportale (OTA) ist unbestritten, spiegelt sie sich doch immer wieder in den Umfragen von DEHOGA und IHA Hotelverband wider. Auch der Umgang der OTAs mit den Hotels, ist nicht so partnerschaftlich wie man dies erwarten dürfte. Zu erkennen ist dies daran, dass die OTAs die Provisionsgelder, die sie von den Hotels einnehmen dafür nutzen, den Gästen gegenüber Preisvorteile zu geben, in dem sie Rabatte gewähren oder die Mehrwertsteuer zahlen. Dies zeigt sich z. B. in der Bewerbung des Booking Sponsored Benefit. Dabei wird dem Gast eine vergünstigte Rate angeboten, bei dem Booking.com auf einen Teil seiner Kommission verzichtet. Eine weitere Methode, den Direktvertrieb der Hoteliers zu unterminieren und immer die günstigste Rate anzubieten, ist die Zusammenarbeit zwischen OTAs und Reiseveranstaltern bzw. Wholesalern. Die Buchungsportale erhalten so Zugriff auf die Zimmerkontingente von Veranstaltern und Wholesalern zu vergünstigten Nettoraten, die eigentlich nur im Rahmen einer Pauschalreise, also in Kombination mit anderen Reiseleistungen, vertrieben werden dürfen. Sobald nun ein Hotel entgegen der Erwartungen die offen oder verdeckt geäußerten Preisparitätserwartungen der OTAs unterläuft, greifen Portale auch auf solche Zimmerkontingente von Reiseveranstalter bzw. Wholesalern zu, entpacken sie und bieten die günstige Rate in der rechtlichen Dunkelgrauzone solo an.

Die großen OTAs verkaufen beispielsweise über Programme wie „Booking.basic“ schon seit einiger Zeit solche „third-party rates“ und unterbieten damit massiv ihre Hotelpartner. Aber auch Portale wie Snaptravel, Destina, Traveluro, Travelergram und Zenhotels, die im Vergleich zu den Mainstream-OTAs eine eher geringe Bekanntheit und Markenpräsenz haben, gehören mit zu den Preismanipulatoren.

Eine Auswertung von Triptease zeigt, dass seit Januar 2023 in Europa 49 % aller Hotelpreise, die auf den Metasuchmaschinen (Google Hotel Suche, Tripadvisor, Trivago) angezeigt wurden, von mindestens einem OTA unterboten wurden, dabei betrug über 50 % der Preisunterschreitungen durch große OTAs einen „Rabatt“ von weniger als 5 %. Zudem wurde deutlich, dass die Preisunterbietung (sogenanntes Undercutting) durch die dominanten OTAs einen größeren Einfluss auf

Direktbuchungen hat, als das teils mit einem höheren Rabatt belegte Undercutting durch kleinere No-Name OTAs.

Aktuell ist das zur Booking Holdings gehörende Buchungsportal agoda einer der größten Preisdrücker am europäischen Markt.

Erfolg nach langem und zähem Kampf: Booking stellt Preisparität ein

Seit 2013 hat der Hotelverband Deutschland (IHA) gegen die „enge“ Bestpreisklausel von Booking.com. gekämpft. Nachdem 2021 der Kartellsenat des Bundesgerichtshofes diese „engen“ Bestpreisklauseln als unvereinbar mit dem Kartellrecht erklärt hat, wurde auf europäischer Ebene weiter gestritten. Zuletzt hatte der EuGH-Generalanwalt erklärt, die Bestpreisklausel sei wohl ein Verstoß gegen das EU-Wettbewerbsrecht. Im Schlussantrag des Verfahrens über eine Schadensersatzklage von mehr als 300 deutschen Hotels gegen Booking stärkte er die Position der Hotellerie. Ein abschließendes Urteil des EUGH wird in einigen Monaten erwartet. Dem kam das Portal nun in der Praxis zuvor. Um die Verpflichtungen gemäß dem Digital Markets Act (DMA) zu erfüllen, hat Booking mitgeteilt, auf EU-Ebene die Preisparität einzustellen. Hotels sind damit in der gesamten EU nicht mehr verpflichtet, der Buchungsplattform einen mindestens ebenso günstigen Preis anzubieten wie den auf der eigenen Website.

Booking hatte stets argumentiert, dass diese Klauseln notwendig seien, um Trittbrettfahren durch Hotels zu verhindern. Damit könnten Kunden sich auf booking über die Hotels informieren, um dann günstiger direkt zu buchen, so die Befürchtung. Dem hatte der Deutsche Bundesgerichtshof bereits widersprochen und bestätigt, dass die Klauseln nicht als kartellrechtsneutrale „notwendige Nebenabrede“ betrachtet werden könnten – zumal Booking einen Marktanteil von über 60 Prozent auf dem Markt für Hotelbuchungsportale hat.



„DIREKT BUCHEN“ BLEIBT WICHTIGES INSTRUMENT DER DIREKTEN VERMARKTUNG

Alle Hoteliers sind aufgerufen, sich an der Aktion „Direkt buchen“ zu beteiligen. Nicht nur in Zeiten wie diesen macht eine persönliche Verbindung, die man viel eher durch direkten Kontakt erhält, einen gewaltigen Unterschied. Deshalb ermutigt HOTREC alle Gäste, direkt beim Hotel zu buchen. Zudem unterstützen Direktbuchungen viel effektiver die Erholung des Hotelsektors auf Grund der weiterhin existenzbedrohenden Auswirkungen der Covid-19 Pandemie.

Im Online-Shop stehen Logo, Banner, Flyer und Tischaufsteller zum Download zur Verfügung.

TELEFON-ANSAGEN FÖRDERN DIREKTBUCHUNG

Der freundliche Empfang auch am Telefon ist eines der Aushängeschilder für die Hotellerie. Nicht immer können die Mitarbeiter sofort für die Gäste telefonisch erreichbar sein. Der DEHOGA Niedersachsen hat daher für seine Mitglieder aktuelle Telefon-Ansagen für die Warteschleife erstellt. Mit diesen werden die Gäste freundlich willkommen geheißen und um einen kleinen Moment Geduld gebeten. Gleichzeitig wird die Botschaft „Direkt buchen“ in den Ansagen untergebracht und die Gäste werden so zur Buchung ohne Umwege direkt im Hotel animiert.

Die Audio-Dateien stehen für alle DEHOGA-Mitglieder im internen Bereich unter „Mein DEHOGA“ zum Download bereit. Sie können als Audiodatei heruntergeladen und in die betriebseigene Telefonanlage eingespielt werden. Es gibt textlich unterschiedliche Ansagen, die mit männlicher und weiblicher Stimme gesprochen sind und mit unterschiedlicher Musik unterlegt sind. Für jeden Geschmack ist also etwas dabei.

(*Renate Mitulla)

URheberRECHTSGESETZ – VERWERTUNGSGESELLSCHAFTEN

Die Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte (GEMA) bündelt unter ihrem Dach viele Urheber solcher geschützten Werke.

Die Vergütungen für die Nutzung urheberrechtlicher Werke werden zwischen dem Bundesverband musikveranstaltender Betriebe und der GEMA ausgehandelt. Da die GEMA nicht die einzige Verwaltungsgesellschaft ist, sondern viele Urheber sich in Verwertungsgesellschaften zusammengeschlossen haben und Entgelte verlangen, fordern der DEHOGA und die Bundesvereinigung der Musikveranstalter den Gesetzgeber auf, mehr Aufsicht und Kontrolle auszuüben sowie die Einführung einer Gesamtbelastungsgrenze. Es ist nicht akzeptabel, dass einseitig festgelegte Tarife seitens der Verwertungsgesellschaften in zunehmenden Maße zu einer Existenzgefährdung für unsere Branche werden.

ONLINEPORTAL OBLIGATORISCH

Ausschließlich über das installierte Onlineportal können Kündigungen, Reklamation, Set Lists, Datenänderungen und Angemessenheitsanträge eingereicht werden. Eine Kontaktaufnahme per E-Mail oder Post ist nicht mehr möglich. Jeder Nutzer ist daher aufgefordert, sich beim GEMA Onlineportal anzumelden, um dort seine Anliegen einzutragen. Die GEMA begründet diesen Schritt damit, dass das Onlineportal die Abläufe erleichtert und Anfragen schneller bearbeitet werden können. Im Bereich „Meine Daten“ können die Unternehmer aktuell bei der GEMA hinterlegte Daten aufrufen und aktualisieren. Auch Rechnungen werden zukünftig ausschließlich über das Onlineportal versandt, so dass jeder Unternehmer aufgefordert ist, regelmäßig in das Onlineportal zu schauen, um keine Fristen zu versäumen.

Der DEHOGA fordert hier direkte Ansprechpartner, um gerade hinsichtlich von Reklamationen seine Mitglieder weiter unterstützen zu können.

Neben der GEMA gibt es noch folgende Verwertungsgesellschaften:

- **GVL**

Die Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten (GVL) vertritt die Ansprüche der ausübenden Künstler, wie z. B. Sänger oder Musiker, sowie der Hersteller von Tonträgern und Videoclips. Das Inkasso der GVL wurde der GEMA übertragen.

- **VG-Bild/Kunst**

Die Verwertungsgesellschaft Bild/Kunst vertritt die Rechte der bildenden Künstler sowie der Fotografen und Grafikdesigner.

- **VG-Wort**

Die Verwertungsgesellschaft Wort nimmt die Rechte für jede persönliche Darbietung eines Sprachwerkes wahr (z. B. Bereitstellen von Kopien gegen Entgelt). Die VG-Wort hat das Inkasso für die öffentliche Wiedergabe vertonter Sprachwerke auf die GEMA übertragen.

- **GÜFA**

Die Gesellschaft zur Übernahme und Wahrnehmung von Filmaufführungsrechten mbH nimmt die Rechte der Filmproduzenten wahr. Sie ist zuständig für die Genehmigung zur Aufführung von Filmen und Videoprogrammen des von ihr verwalteten Repertoires.

- **Corint Media (ehemals VG-Media)**

Die Gesellschaft zur Verwertung der Urheber- und Leistungsschutzrechte von Medienunternehmen mbH vertritt die überwiegende Mehrzahl der privaten deutschen Fernseh- und Hörfunkveranstalter (z. B. RTL, SAT1, PRO7, KABEL1, VOX, Sport1, N-TV). Das Inkasso wurde auf die GEMA übertragen.

- **VG-ZWF**

Die Zentralstelle für die Wiedergabe von Fernsehwerken ist ein Zusammenschluss von 5 Verwertungsgesellschaften aus dem Filmbereich und vertritt die Rechte der Filmurheber. Das Inkasso liegt bei der GEMA.

- **MPLC (Motion Picture Licensing Company)**

Als unabhängige Verwertungseinrichtung macht MPLC nach eigener Aussage Gebühren für über 900 Filmproduzenten / Filmstudios (Warner Brothers, Walt Disney, Paramount Pictures, Universal Pictures etc.) geltend. Allerdings werden hier auch gleichzeitig Rechte durch VG Media (s.o) geltend gemacht. Solange die Rechtevergabe nicht geklärt ist, wird der DEHOGA keiner Rahmenvereinbarung zustimmen.

(*Renate Mitulla)

DIE MEHRWEGPFLICHT IM GASTGEWERBE: CHANCEN UND HERAUSFORDERUNGEN

Seit dem 1. Januar 2023 gilt in Deutschland die Mehrwegpflicht für das Gastgewerbe. Ziel ist es, den Verbrauch von Einwegplastik zu reduzieren und die Umweltbelastung durch Verpackungsabfälle zu minimieren. Betroffen sind vor allem Betriebe, die Speisen und Getränke zum Mitnehmen anbieten. Dies hat zu einer Reihe von Herausforderungen für alle Unternehmen geführt, die sich seit Januar 2023 auf die Anforderungen eines Mehrwegsystems einstellen mussten.

Die Mehrwegpflicht betrifft eine Reihe von Einwegverpackungen, die bisher im Gastgewerbe weit verbreitet waren:

- Getränkebecher: Einwegbecher für Kaffee, Tee, Softdrinks und andere Getränke müssen durch wiederverwendbare Alternativen ersetzt werden.
- Einwegboxen und -schalen, die für den Transport von Speisen verwendet werden, wie zum Beispiel Salatschalen, Suppenbecher und Behälter für warme Gerichte.
- Bei Papp-/Kartons die eine dünne Kunststoffschicht auf der Innenseite der Verpackungen haben, um Schutz vor Wasser oder Fett zu bieten, muss wiederum eine Mehrwegalternative angeboten werden.
- Besteck und Strohhalme: Auch Einweg-Plastikbesteck und -strohhalme sind von der Regelung betroffen, wobei bereits zuvor ein Verbot für diese Artikel in Kraft getreten war.

Wer ist von der Mehrwegpflicht betroffen?

- Restaurants und Cafés: Alle Betriebe, die Speisen und Getränke zum Mitnehmen anbieten, müssen Mehrwegoptionen bereitstellen.
- Bäckereien und Konditoreien: Auch kleinere Verkaufsstellen, die Snacks, Gebäck oder Getränke zum Mitnehmen verkaufen, fallen unter die Mehrwegpflicht.
- Imbisse und Foodtrucks: Mobile Verkaufsstellen, die häufig auf Einwegverpackungen setzen, müssen auf Mehrweg umstellen.
- Lieferdienste und Catering-Unternehmen: Unternehmen, die Speisen an Kunden liefern, sind ebenfalls verpflichtet, Mehrwegalternativen anzubieten.

Was gilt für kleine Betriebe?

Betriebe, die nicht mehr als 5 Mitarbeiter beschäftigen und eine Verkaufsfläche von max. 80m² haben, können dem Gast anbieten, selbst mitgebrachte Behältnisse zu nutzen.

Was gilt für vorverpackte Speisen?

Werden Speisen ohne Gästewunsch bereits vor dem Verkauf verpackt, wie Sandwiches oder Süßspeisen, muss zurzeit noch keine Mehrwegalternative angeboten werden.

Was gilt es sonst noch zu beachten?

Der Gast muss die Möglichkeit haben, zwischen Einweg und Mehrweg entscheiden zu können. Es muss daher deutlich auf die Mehrwegangebote hingewiesen werden.

Der Betrieb ist verpflichtet, seine Mehrwegprodukte auch wieder zurück zu nehmen; andere Mehrwegprodukte müssen nicht akzeptiert werden.

Was bedeutet die Einführung der Mehrwegpflicht für das Gastgewerbe?

Die Einführung der Mehrwegpflicht erfordert von den Betrieben Investitionen in wiederverwendbare Behälter und die notwendige Infrastruktur, wie etwa Spülmaschinen und Lagerkapazitäten. Diese Umstellung stellt für alle Unternehmen eine finanzielle Belastung dar. Zudem mussten Logistik und Betriebsabläufe angepasst werden, um die Handhabung und Reinigung der Mehrwegverpackungen zu gewährleisten.

Die Reinigung und Wiederverwendung der Mehrwegverpackungen stellen hohe Anforderungen an die Hygiene. Betriebe müssen sicherstellen, dass alle Behälter gründlich gereinigt werden, um die Sicherheit und Zufriedenheit der Kunden zu gewährleisten. Dies erfordert möglicherweise zusätzliche Arbeitskräfte und Ressourcen.

Akzeptanz der Gäste schwankt immer noch

Die Aufklärung der Gäste über die Akzeptanz der Mehrwegverpackungen stellen eine weitere Herausforderung dar. Die Gäste müssen über die Vorteile informiert und dazu ermutigt werden, die Mehrwegoptionen zu nutzen und die Behälter zurückzubringen. Dies stellt die Mitarbeitenden vor große Herausforderungen und führt immer noch zu ständigen Diskussionen mit dem Gast.

Das Gastgewerbe wird dem Umweltgedanken gerecht und trägt seinen Teil zur Nachhaltigkeit bei

Trotz der Herausforderungen bietet die Mehrwegpflicht erhebliche ökologische Vorteile. Durch die Reduzierung von Einwegplastikabfällen leistet das Gastgewerbe einen wichtigen Beitrag zum Umweltschutz. Betriebe können dies als Chance nutzen, ihr Nachhaltigkeitsengagement zu betonen und sich als umweltbewusste Anbieter zu positionieren, was auch bei den Gästen gut ankommen kann.

(*Renate Mitulla)

STAATLICHE FÖRDERUNG IN FOLGE DER CORONA-KRISE

- Im Juli 2020 legt der Bund erstmalig eine „Überbrückungshilfe“ auf.
- Diese wurde in Form einer Überbrückungshilfe II bis Dezember 2020 verlängert.
- Dazu wurde für November und Dezember 2020 statt der Fixkostenhilfe der Überbrückungshilfe dem Gastgewerbe ein Umsatzausfall erstattet.
- Ab Januar 2021 galt dann die veränderte Überbrückungshilfe III, die als Überbrückungshilfe III plus bis zum 31.12.2021 verlängert wurde.
- Ab dem 1.1.2022 lief die Überbrückungshilfe IV. bis zum 30.6.2022.

Zwischenzeitlich sind die „prüfenden Dritten“, die Anträge auf Überbrückungshilfe gestellt haben, aufgefordert, die empfangenen Überbrückungshilfen schlussabzurechnen.

Die Anzahl der Widerrufs- und Rückforderungsbescheide seitens der NBank stieg in der 2. Jahreshälfte 2023 rapide an. Die Schlussabrechnung der empfangenen Überbrückungshilfe hatte bis zum 30.10.2023 zu erfolgen. Wer eine Fristverlängerung beantragt hatte, musste bis zum 30.09.2024 abrechnen. Mit einer weiteren Fristverlängerung ist nicht zu rechnen.

Nach Erlass des Schlussbescheides bei eingereichter Schlussabrechnung beträgt die Rückzahlungsfrist sechs Monate ab Datum des Schlussbescheides. Bis zum Ende der Zahlungsfrist ist keine Verzinsung zu leisten.

(*Rainer Balke)

ENERGIEBERATUNG

Seit 2012 bietet der DEHOGA Niedersachsen seinen Mitgliedern Unterstützung bei der KfW-geförderten Energieberatung an. Hauptschwerpunkte sind hierbei die Unterstützung beim Förderantrag, die objektive Untersuchung des Betriebes auf Einsparmöglichkeiten im Energiebereich sowie individuelle Beratung bei der Umsetzung von Sparmaßnahmen. Bewährt hat sich auch die Projektbegleitung bei der Umsetzung der vorgeschlagenen Maßnahmen. Durch die Zusammenarbeit mit der KfW-Energieberatungsförderung zahlen Mitglieder anstatt 1.600 Euro lediglich 320 Euro für die Beratung. Mit den Energieberatern Torsten Merker und Carsten Mücke konnten neutrale Energieberater gefunden werden. Die Kontaktdaten sind auf dem Internetportal des DEHOGA Niedersachsen eingestellt.

<https://www.dehoga-niedersachsen.de/ueber-uns/unsere-partner/energieberater-niedersachsen/>

DURCHFÜHRUNG VON INFOVERANSTALTUNGEN UND ENERGIE-NETZWERKEN

Um den Erfahrungsaustausch zu fördern und den Mitgliedern ungenutzte Einsparpotenziale erkennbar zu machen und individuelle Lösungen umzusetzen, bietet der DEHOGA Niedersachsen seinen Mitgliedern Informationsveranstaltungen an, da Klimawandel mit seinen Herausforderungen sowie die Themen Energie und Nachhaltigkeit im Gastgewerbe auch zukünftig eine immer größere Rolle spielen werden. Nachhaltiges Wirtschaften wird genauso unabdingbar sein, wie Energieeinsparungen oder E-Mobilität. Daher ist es wichtig, den Mitgliedern praktische Infos zu Nachhaltigkeit und Energieeinsparung aus erster Hand und unter Hinzuziehung von Partnern und verschiedenen Anbietern zu vermitteln.

Die Fachgruppen des DEHOGA Niedersachsen haben sich zum Ziel gesetzt, den DEHOGA-Mitgliedern Tipps und Unterstützung zum Thema Energie zu geben und ihnen Lösungen für ihre Betriebe aufzuzeigen. Damit soll den Mitgliedern die Möglichkeit gegeben werden, durch Kostensenkungen im Energiebereich finanzielle Mittel für Investitionen zu generieren. Gleichzeitig wird ein aktiver Beitrag zum Klimawandel, zum Umweltschutz und zum schonenden Umgang mit Ressourcen geleistet. Eines der Angebote ist die Installation von Energienetzwerken in den Regionen. Hier gibt der Verband Hilfestellung und Unterstützung bei der Einführung.

(*Renate Mitulla)

AIRBNB & CO.

Airbnb hat die Landschaft der Beherbergungsindustrie nachhaltig verändert. Für die traditionellen Anbieter von Beherbergungsleistungen bedeutet dies, dass sie sich anpassen und neue Wege finden müssen, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Dies kann durch die Verbesserung von Serviceangeboten, die Betonung von Qualität und Sicherheit sowie durch eine stärkere Differenzierung vom typischen Airbnb-Erlebnis geschehen. Gleichzeitig ist eine faire Regulierung notwendig, um gleiche Wettbewerbsbedingungen zu schaffen und die Interessen der Gemeinden und Bürger zu schützen. Der DEHOGA Niedersachsen setzt sich zusammen mit dem Bundesverband und dem IHA Hotelverband auf allen Ebenen dafür ein, dass diese Herausforderungen adressiert und die Zukunft der traditionellen Beherbergungsbetriebe positiv gestaltet wird. Es ist wichtig, dass Politik und Wirtschaft gemeinsam Lösungen entwickeln, um ein faires und nachhaltiges Wettbewerbsumfeld zu schaffen.

Mittlerweile hat die Europäische Union (EU) eine Reihe von Regelungen und Richtlinien, die auch auf Plattformen wie Airbnb anwendbar sind. Diese Regelungen betreffen verschiedene Bereiche wie Verbraucherschutz, Besteuerung, Datenschutz und den Binnenmarkt.

1. Dienstleistungsrichtlinie (2006/123/EG):

Diese Richtlinie zielt darauf ab, den freien Dienstleistungsverkehr im Binnenmarkt zu fördern und Hindernisse für Dienstleistungsanbieter abzubauen. Sie umfasst auch Online-Plattformen wie Airbnb. Gemäß der Dienstleistungsrichtlinie müssen nationale Vorschriften transparent, verhältnismäßig und nicht diskriminierend sein.

2. E-Commerce-Richtlinie (2000/31/EG):

Diese Richtlinie legt die rechtlichen Rahmenbedingungen für elektronische Geschäftsprozesse fest. Sie betrifft auch Online-Vermittlungsplattformen und regelt unter anderem die Informationspflichten und die Haftungsbeschränkungen für Vermittler.

3. Verbraucherschutzrichtlinie (2011/83/EU):

Diese Richtlinie stärkt die Rechte der Verbraucher in der EU, auch im Bereich des Online-Handels. Airbnb muss sicherstellen, dass Verbraucher klar und umfassend über ihre Rechte informiert werden, einschließlich Informationen zu Stornierungsbedingungen und Rückerstattungen.

4. Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO, 2016/679):

Die DSGVO regelt den Schutz personenbezogener Daten innerhalb der EU. Airbnb muss sicherstellen, dass die Daten ihrer Nutzer sicher und in Übereinstimmung mit den Datenschutzanforderungen verarbeitet werden. Dies umfasst auch Transparenz hinsichtlich der Datenerhebung und -nutzung sowie die Sicherstellung der Rechte der Nutzer auf Zugang, Berichtigung und Löschung ihrer Daten.

5. Plattform-to-Business-Verordnung (P2B, 2019/1150):

Diese Verordnung zielt darauf ab, faire und transparente Geschäftsbedingungen für Unternehmen zu gewährleisten, die Online-Vermittlungsdienste nutzen. Sie verpflichtet Plattformen wie Airbnb zu mehr Transparenz in Bezug auf ihre Geschäftsbedingungen, das Ranking von Suchergebnissen und mögliche Sanktionen gegen Anbieter.

6. Richtlinie über die Zusammenarbeit der Verwaltungsbehörden (2017/2394/EU):

Diese Richtlinie stärkt die grenzüberschreitende Zusammenarbeit zwischen den nationalen Durchsetzungsbehörden, um gegen Verstöße gegen Verbraucherrechte vorzugehen. Airbnb muss mit den nationalen Behörden kooperieren, um sicherzustellen, dass Verbraucherschutzstandards eingehalten werden.

7. Steuerliche Regelungen:

Auf EU-Ebene gibt es verschiedene Regelungen zur Besteuerung von Dienstleistungen, die auch auf Plattformen wie Airbnb anwendbar sind. Dies umfasst insbesondere die Mehrwertsteuer (MwSt.). Mitgliedstaaten sind bestrebt, sicherzustellen, dass Einkommen aus Kurzzeitvermietungen ordnungsgemäß versteuert wird. Neben diesen EU-weiten Regelungen gibt es nationale und lokale Vorschriften, die ebenfalls auf Airbnb und ähnliche Plattformen Anwendung finden. Diese können unter anderem Regelungen zur Registrierung von Unterkünften, Sicherheitsstandards, Begrenzungen der Mietdauer (sogenannte Zweckentfremdungsverbote) und spezifische Steuervorschriften umfassen. Auch zukünftig wird sich der Verband dafür einsetzen, dass nicht mit zweierlei Maß bei privater oder traditioneller Beherbergung gemessen wird. Es darf keine Wettbewerbsverzerrung durch unterschiedliche Anforderungen an Brandschutz, Sicherheit, Melderecht, Hygiene oder Besteuerung geben: Gleiches Recht für alle Marktteilnehmer, gleiches Schutzniveau für alle Gäste.

(*Renate Mitulla)

ENERGIE UND NACHHALTIGKEIT

Der DEHOGA unterstützt seine Mitglieder zu den Themen Energie und Nachhaltigkeit

Energie und Nachhaltigkeit, Umwelt- und Klimaschutz haben in Gastronomie und Hotellerie naturgemäß eine hohe Bedeutung. Als einer der größten Wirtschaftszweige ist der Tourismus auf besondere Weise auf nachhaltiges Wirtschaften und eine intakte Umwelt angewiesen. Ökonomie und Ökologie sind heute kein Widerspruch mehr. Immer mehr Gäste, Privatreisende wie Firmenkunden, sind heute für den fortschreitenden Klimawandel und die damit verbundenen Aspekte der Nachhaltigkeit sensibilisiert. Sie achten zunehmend auf die Einhaltung bestimmter Umweltstandards und fordern sie ein.

Bereits frühzeitig hat der DEHOGA die besondere Verantwortung erkannt und unterstützt seine Mitglieder bei allen Fragen rund um das Thema Energiesparen, Umweltschutz, nachhaltiges Wirtschaften und klimafreundliche Angebote. Gutes tun und dabei Geld sparen - das funktioniert.

TOLLE TIPPS AUS DER PRAXIS MIT DER ENERGIEKAMPAGNE GASTGEWERBE



Als Einstieg für diejenigen, die sich noch nicht mit dem Thema Energiekosteneinsparung befasst haben, bietet die Energiekampagne Gastgewerbe einfache, aber effektive Maßnahmen an, die den Energieverbrauch in Gastronomie und Hotellerie nachhaltig senken und damit den Kohlendioxidausstoß reduzieren können. Dazu gehören z.B. die DEHOGA Umweltbrochure und das virtuelle Hotel-Restaurant.

Das Portal wurde zwischenzeitlich auch um Videos erweitert mit Tipps von Hoteliers und Gastronomen. Themen der bisherigen Videos sind:

- Energieeffiziente Beleuchtung
- Energieeinsparung durch Kochen mit Induktion im Gastgewerbe
- Raumluftqualität und effiziente Klimatisierung durch eine Lüftungsanlage

- Ressourcenschonenden Einsatz von Wasser
- Photovoltaik und Elektromobilität im Gastgewerbe
- Effiziente Wärmenutzung durch Wärmerückgewinnung aus Kühlanlagen
- Raumluftqualität und effiziente Klimatisierung durch eine Lüftungsanlage

Holen Sie sich Tipps und Inspiration. Welche Maßnahmen dann für Ihren Betrieb am besten geeignet sind, besprechen Sie am besten mit einem unserer Energieberater.

Weitere Informationen gibt es unter www.energiekampagne-gastgewerbe.de

DEHOGA QUICK-CHECK

Der kostengünstige Quick-Check Umwelt ist ein Online-Tool zur einfachen Ermittlung der Umwelt- und Klimafreundlichkeit von Hotels, Pensionen und Gasthöfen. Mit dem Quick-Check Umwelt ist ein Vergleich der Umweltkennzahlen mit Betrieben der gleichen Kategorie möglich. Die Betriebe erfassen dazu online ihre relevanten Kennzahlen in den Bereichen Strom, Heizung, Wasser und Abfall, ohne Nachweise einreichen zu müssen. Im Anschluss erhalten die Betriebe eine PDF-Auswertung mit ihren Verbrauchskennzahlen, Verbrauchskennzahlen vergleichbarer Betriebe zwecks Einordnung der eigenen Kennzahlen sowie Handlungsempfehlungen zur Optimierung ihrer umweltbewussten Betriebsführung. Der Quick Check Umwelt wird von der Viabono GmbH angeboten, die auch den DEHOGA Umweltcheck durchführt. Der Quick Check Umwelt ist somit keine Zertifizierung, sondern eine IST-Analyse der betrieblichen Verbräuche.

Weitere Informationen gibt es unter <https://www.quickcheckumwelt.de/>

DEHOGA UMWELT-CHECK



Als dritte Säule zum klimafreundlichen Gastgewerbebetrieb bietet der DEHOGA einen kostenpflichtigen Umwelt-Check an. Hier können die Unternehmer feststellen, wie sie im Vergleich zu gleichgelagerten Betrieben in Sachen Energieeffizienz stehen. Teilnehmer des DEHOGA-Umweltchecks müssen sich einer kritischen Überprüfung ihrer Verbrauchswerte unterziehen. Bei der Gegenüberstellung mit vergleichbaren Betrieben werden die individuellen Besonderheiten der Betriebe umfassend berücksichtigt. Der Betrieb wird dann eingestuft und bei Bestehen mit einer Urkunde in Bronze, Silber oder Gold belohnt. Damit heben sich die ausgezeichneten Betriebe weit vom Branchendurchschnitt ab und beweisen ihr besonderes ökologisches Engagement.

Der Umwelt-Check wird zurzeit auf die neuen Anforderungen hinsichtlich der Klimaziele der EU und erweitert.

Weitere Informationen gibt es unter www.dehoga-umweltcheck.de.

GEMEINSAM GEGEN LEBENSMITTEL- VERSCHWENDUNG – ZU GUT FÜR DIE TONNE

Die Reduzierung von Lebensmittelabfällen geht alle an. Politik, Wirtschaft und Verbraucher sind gleichermaßen gefordert. Im Gastgewerbe liegt es in der Natur der Sache, Einkauf und Wareneinsatz so zu kalkulieren, dass mit der richtigen Portionsgröße und einer professionellen Einkaufspolitik Lebensmittelabfälle vermieden werden. Das auch vom DEHOGA Bundesverband unterstützte Projekt „Zu gut für die Tonne!“ ist eine Informationskampagne des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL).

Die Kompetenzstelle Außer-Haus-Verpflegung führt den Dialog in der Branche zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung fort. Zudem überprüft und dokumentiert sie die Erfolge der Branche.

Im Rahmen des Dialogforums Außer-Haus-Verpflegung (AHV) wurde im April 2021 von BMEL und den wichtigsten Verbänden des Sektors eine Zielvereinbarung unterzeichnet. Die Lebensmittelabfälle sollen in dem Sektor bis 2025 um 30 Prozent reduziert und bis 2030 halbiert werden. Nun geht es darum, möglichst viele Unternehmen des AHV-Sektors zu gewinnen, der Zielvereinbarung über eine Beteiligungserklärung beizutreten und die festgelegten Mindestanforderungen und verpflichtenden Maßnahmen umzusetzen. Nur gemeinsam können wir das übergeordnete Ziel erreichen und die Lebensmittelabfälle in der AHV halbieren.

Die Kompetenzstelle startete am 01. Januar 2022 und organisiert die Umsetzung der Zielvereinbarung. Sie führt den Dialog in der Branche fort, überprüft und dokumentiert die Erfolge der Branche. Folgende Aufgaben übernimmt sie:

- Akquise von Unternehmen für die Unterzeichnung der Beteiligungserklärung,
- Erläuterung und Beratung zur betriebsinternen Umsetzung des Beteiligungspakets für interessierte Betriebe,
- Überprüfung der Einhaltung der Mindestanforderungen,
- Sammlung und Aufbereitung von unternehmensspezifischen Daten zu Lebensmittelabfällen,
- Analyse und Bewertung der Abfalldaten hinsichtlich Wirksamkeit,
- Dokumentation der erreichten Ziele für verschiedene Zielgruppen,
- Überprüfung der Wirksamkeit der Zielvereinbarung auf Grundlage der Abfalldaten der Unternehmen,
- Kommunikation und Informationskampagnen für die Branche.

Weitere Informationen gibt es unter <https://www.zugutfuertonne.de/>

(*Renate Mitulla)



BIO-AUSSER-HAUS-VERPFLEGE- VERORDNUNG VERKÜNDET

Bei der Kennzeichnung und Auslobung von Bio-Zutaten und Erzeugnissen sind strenge gesetzliche Vorgaben zu beachten. Das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) hat hierzu für die Außer-Haus-Verpflegung eine neue Verordnung erarbeitet: die Bio-Außer-Haus-Verpflegung-Verordnung / Bio-AHVV. Sie soll die Kennzeichnung und Auslobung von „Bio“ für die Betriebe der Außer-Haus-Verpflegung gegenüber den früheren Regelungen vereinfachen. Insbesondere sieht die Verordnung ein neues Bio-Logo in Bronze, Silber und Gold vor (AHV-Kennzeichen).

Zertifizierung

Wie bisher ist eine vorherige Zertifizierung erforderlich, wenn ein Restaurant, eine Kantine, Mensa etc. mit „Bio“ werben möchte. Das BMEL teilt auf seiner Webseite mit, dass die Zertifizierungen möglich sind, sobald die Kontrollstellen zur Zertifizierung der Unternehmen für ihre Aufgaben zugelassen sind.

Zutatenkennzeichnung

Die neuen Bestimmungen erlauben den Betrieben, die von ihnen eingesetzten Bio-Zutaten und Erzeugnisse zu kennzeichnen, z.B. jede einzelne Zutat (z.B. Bio-Möhren) oder zusammengefasst als Produktgruppe (z.B. Teigwaren). Sofern zutreffend darf ebenfalls z.B. angegeben werden: „Wir verwenden ausschließlich Zutaten in Bio-Qualität“. Die Werbung kann auf dem Speiseplan oder auf einem Tischaufsteller angebracht werden, aber auch an jeder anderen denkbaren Stelle.

Der Betrieb ist jedoch verpflichtet, eine Zutatenübersicht zu führen. In dieser sind entweder alle Zutaten und Erzeugnisse zu listen, die ausschließlich in Bio-Qualität verwendet werden. Alternativ besteht die Möglichkeit, eine Zutatenübersicht über die Lebensmittel in Nicht-Bio-Qualität zu führen. Die Übersicht ist für die Gäste leicht zugänglich bereitzuhalten.

Bio-Kennzeichen Gold-Silber-Bronze

Für die Außer-Haus-Verpflegung wurde neu ein Bio-Kennzeichen mit den Kategorien Bronze, Silber und Gold eingeführt. Ab einem Bio-Anteil von mindestens 20 Prozent kann ein Betrieb damit zusätzlich zur Zutatenkennzeichnung werben. So darf nach erfolgter Zertifizierung bei einem Bio-Anteil von 20 bis 49 Prozent mit dem Logo in Bronze geworben werden, bei 50 bis 89 Prozent mit Silber und bei 90 bis 100 Prozent mit Gold.

Die Prozentzahl und damit auch die Farbe des Logos bestimmt sich nach dem geldwerten Anteil der Bio-Lebensmittel am Gesamtwareneinkauf. Die Bio-Anteile auf den Logos bilden den Durchschnittswert an Bio-Zutaten im letzten Jahr ab, bei Erstzertifizierung den Durchschnittswert der letzten drei Monate.

Nutzung anderer Bio-Kennzeichen

Das bisher bekannte staatliche Bio-Siegel (Hexagon) darf nur noch mit direktem Bezug auf die Zutaten verwendet werden, etwa in der verpflichtenden Zutatenübersicht. Hintergrund ist, dass der Schriftzug auf dem Bio-Siegel auf das EU-Öko-Recht verweist, das für den Herstellungsprozess in der Außer-Haus-Verpflegung nicht gilt.

Sofern zutreffend dürfen Bio-Zutaten auch mit den Bio-Logos der Verbände und Länder gekennzeichnet werden, die ebenfalls für Werbung für die Einrichtung genutzt werden können.

Ernährungspolitische Bericht der Bundesregierung

Mit dem Ernährungspolitischen Bericht gibt die Bundesregierung alle vier Jahre einen Überblick über die Grundlagen, Ziele

und die Maßnahmen der Politik im Bereich der Ernährung und des gesundheitlichen Verbraucherschutzes. Der dritte Bericht dokumentiert diese für den Zeitraum von Juni 2020 bis Mai 2024. Er trägt den Titel: „Gesunde, nachhaltige und sichere Ernährung – Bericht der Bundesregierung zur Ernährungspolitik, Lebensmittel- und Futtermittelsicherheit“.

Erklärtes Ziel der Ernährungspolitik ist, gesundes und nachhaltiges Essen für alle Menschen leichter zu machen. Der Bericht zeigt die Maßnahmen, die von der Regierung auf den Weg gebracht wurden, um dieses Ziel zu erreichen, gibt aber auch einen Ausblick auf zukünftige Vorhaben.

Er ist entlang der großen Ziele der Politik der Bundesregierung im Bereich der Ernährung und des gesundheitlichen Verbraucherschutzes gegliedert in:

1. Gutes Essen – Sichere Lebens- und Futtermittel – Recht auf Nahrung umsetzen
2. Ernährungs- und Bewegungsverhalten verbessern
3. Informierte Entscheidungen ermöglichen
4. Nachhaltig produzieren und konsumieren
5. Hohes Niveau der Lebens- und Futtermittelsicherheit erhalten und verbessern
6. Menschenrecht auf angemessene Nahrung weltweit verwirklichen – Transformation der Agrar- und Ernährungssysteme gestalten
7. Ausblick: Ernährungsstrategie der Bundesregierung „Gutes Essen für Deutschland“

(*Renate Mitulla)

KLIMABEWUSST ZUKUNFT GESTALTEN

Das Gastgewerbe ist als Hauptleistungsträger des Tourismus in Deutschland auf nachhaltiges Wirtschaften und eine intakte Umwelt angewiesen. Verbraucher und Gäste sind heute kritischer und sensibler als je zuvor. Eine umweltfreundliche Betriebsführung ist mittlerweile ein entscheidendes Kriterium bei der Auswahl von Hotels oder gastronomischen Einrichtungen. Insgesamt bedeutet der Klimawandel für den Tourismus in Niedersachsen sowohl Chancen als auch Herausforderungen.

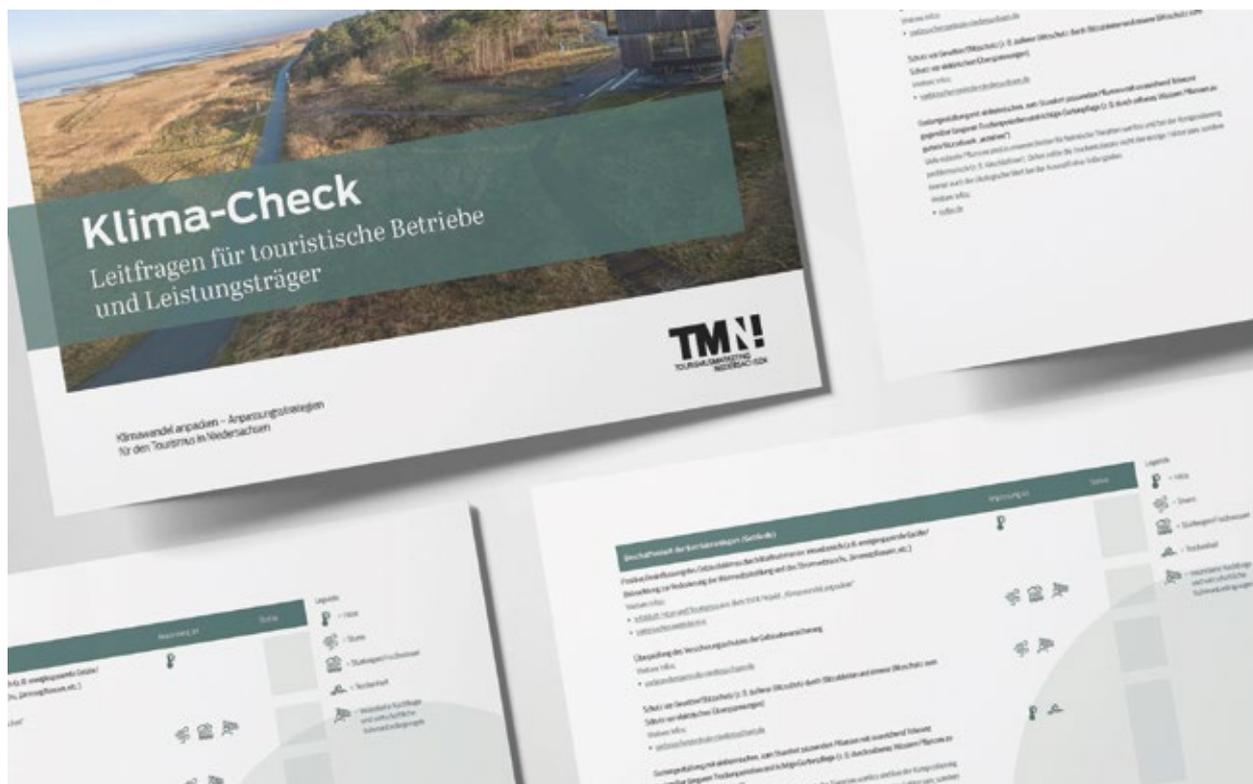
Es erfordert eine sorgfältige Planung und Anpassung, um die Attraktivität der Region zu erhalten und gleichzeitig die Umweltauswirkungen zu minimieren. Um dieser Herausforderung gerecht zu werden, haben sich die TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN) und der DEHOGA Niedersachsen zusammengeschlossen, um gemeinsam die „klimabewusste Gestaltung der Zukunft“ anzugehen. In regelmäßigen Newslettern erhalten unsere Mitglieder Einblicke in dieses Thema und erklären, warum die Beschäftigung mit dem Klimawandel so wichtig für alle Unternehmen ist und welche Ansätze bereits existieren.

Niedersachsen hat als erstes Bundesland ein flächendeckendes Projekt zu den Auswirkungen des Klimawandels auf den Tourismus abgeschlossen. Unter Leitung der TMN wurden Lösungen erarbeitet, um den klimatischen Herausforderungen auf Destinationsebene konkrete Maßnahmen entgegenzusetzen. Regionsspezifische Analysen sowie maßgeschneiderte Strategien zur Klimaanpassung sind das Ergebnis des Projekts „Klimawandel anpacken – Anpassungsstrategien für den Tourismus in Niedersachsen“.

Alle relevanten Dokumente, Werkzeuge und Ergebnisse gibt es unter

<https://nds.tourismusnetzwerk.info/inhalte/klimawandel-nachhaltigkeit/klimawandel-und-tourismus/ergebnisse-klimawandel-anpacken/>

(*Renate Mitulla)





TARIFWESEN

ENTGELTARIFVERTRAG UND AUSBILDUNGSVERGÜTUNGEN

Das niedersächsische Hotel und Gaststättengewerbe hat für 2024 - 2026 Entgelttarifverträge abgeschlossen.

■ TARIFGEBIET NIEDERSACHSEN

(ohne Weser-Ems und Ostfriesische Inseln)

Ab dem 1.8.2024 sind die Entgelte für alle Entgeltgruppen um 4 % (Ausnahme neue EG 3 a) um 2 %) angehoben worden.

Ab dem 1.5.2025 steigen die Entgelte erneut um 4 %.

Die monatlichen Ausbildungsvergütungen sind ab dem 1.8.2022 auf 850 Euro im 1. Ausbildungsjahr, 950 Euro im 2. Ausbildungsjahr und 1.100 Euro im 3. Ausbildungsjahr gestiegen.

Ab dem 1.8.2024 steigen die Ausbildungsvergütungen auf 950 Euro im 1. Ausbildungsjahr, 1.050 Euro im 2. Ausbildungsjahr und 1.200 Euro im 3. Ausbildungsjahr.

Ab 1.8.2025 steigen die Ausbildungsvergütungen auf 1.000 Euro im 1. Ausbildungsjahr, 1.100 Euro im Ausbildungsjahr und 1.250 Euro im 3. Ausbildungsjahr.

Der neue Entgelttarifvertrag kann erstmalig mit einer Frist von einem Monat zum 30.4.2026 aufgekündigt werden.

■ TARIFGEBIET WESER-EMS

Ab dem 1.6.2024 gilt ein neuer Tarifvertrag mit einer Laufzeit von 25 Monaten.

1. Zum 01.06.2024 erfolgt eine Erhöhung aller Entgelt um + 2,5 %.
2. Zum 01.06.2025 erfolgt eine Erhöhung aller Entgelte um + 4 %.
3. Zum 01.01.2026 erfolgt eine Erhöhung aller Entgelte um + 4 %.

Die Ausbildungsvergütungen steigen ab 1.6.2024 auf 945 Euro im 1.Jahr; 1060 Euro im 2.Jahr; 1180 Euro im 3. Jahr.

Eine weitere Erhöhung der Ausbildungsvergütungen erfolgt am 1.6.2025 auf 985 Euro im 1.Jahr; 1.110 Euro im 2.Jahr und 1230 Euro im 3. Jahr.

Eine weitere Erhöhung der Ausbildungsvergütungen erfolgt am 1.1.2026 auf 1020 Euro im 1.Jahr; 1.145 Euro im 2.Jahr und 1275 Euro im 3. Jahr.

Der Entgelttarifvertrag kann mit Wirkung auf den 30.6.2026 gekündigt werden.

■ TARIFGEBIET OSTFRIESISCHE INSELN

Ab dem 1.6.2024 gilt ein neuer Tarifvertrag mit einer Laufzeit von 25 Monaten.

1. Zum 01.06.2024 erfolgt eine Erhöhung aller Entgelte um + 2,5 %.
2. Zum 01.06.2025 erfolgt eine Erhöhung aller Entgelte um + 4 %.
3. Zum 01.01.2026 erfolgt eine Erhöhung aller Entgelte um + 4 %.

Die Ausbildungsvergütungen steigen ab 1.6.2024 auf 995 Euro im 1.Jahr; 1100 Euro im 2.Jahr; 1230 Euro im 3. Jahr.

Eine weitere Erhöhung der Ausbildungsvergütungen erfolgt am 1.6.2025 auf 1035 Euro im 1.Jahr; 1.145 Euro im 2.Jahr und 1280 Euro im 3. Jahr.

Eine weitere Erhöhung der Ausbildungsvergütungen erfolgt am 1.1.2026 auf 1080 Euro im 1.Jahr; 1.190 Euro im 2.Jahr und 1335 Euro im 3. Jahr.

Der Entgelttarifvertrag kann mit Wirkung auf den 30.6.2026 gekündigt werden.

MANTELTARIFVERTRAG

Die Manteltarifverträge für die drei Tarifgebiete Niedersachsen, Weser-Ems und ostfriesische Inseln gelten ungekündigt weiter.

TARIFVERTRAG ALTERSVORSORGE

Die Tarifverträge Altersvorsorge für die drei Tarifgebiete sind mit Wirkung auf den 1.1.2019 neu abgeschlossen worden.

Als Versicherungsunternehmen, das die Trägerschaft der Altersvorsorgelösung übernimmt, haben die Tarifvertragsparteien die Signal Iduna bestimmt.

Der Tarifvertrag kann frühestens auf den 31.12.2023 gekündigt werden, wenn sich der Kündigung alle DEHOGA Landesverbände oder Landesbezirke der NGG anschließen würden.

(*Rainer Balke)



BERUFSAUSBILDUNG

SO GEHT AUSBILDUNG HEUTE

Seit 2020 gibt es die Initiative „TOP-Ausbildungsbetrieb“, das Qualitätssiegel mit dem Win-Win-Faktor. Damit hat der DEHOGA eine bundesweit einheitliche Zertifizierung für einen hohen Ausbildungsstandard geschaffen – und davon profitieren Bewerber wie Betriebe in Hotellerie und Gastronomie.

Die als „TOP-Ausbildungsbetrieb“ zertifizierten Betriebe verbessern mit ihrem Engagement die Reichweite und Glaubwürdigkeit als attraktiver Ausbildungsbetrieb und sorgen für eine positive Wahrnehmung durch die Azubis. Insbesondere die Einbeziehung der Azubis in den Zertifizierungsprozess hebt die teilnehmenden Betriebe von anderen Mitbewerbern hervor. Denn zertifizierte Betriebe stehen für eine TOP-Ausbildung – von den Azubis selbst bestätigt. An einer potenziellen Ausbildung interessierte Jugendliche können über die Website topausbildung.de bundesweit zertifizierte TOP-Ausbildungsbetriebe finden.

Der Zertifizierungsprozess im Überblick

Die teilnehmenden Unternehmen verpflichten sich, 12 Leitsätze einzuhalten und in der betrieblichen Praxis zu leben. Dies wird durch die Maßnahmen im Betrieb (Betriebsbefragung) zu den jeweiligen Leitsätzen konkretisiert und durch ein Punktesystem bewertet.

Wichtigstes Kernelement und Voraussetzung für das Siegel ist die Einbindung und Befragung der Auszubildenden zu den Maßnahmen im Betrieb (abhängig von der Anzahl Azubis).



Das Siegel wird erst verliehen, wenn die eigenen Azubis die Angaben der Betriebe bestätigt haben.

Die HOGA Berlin Service GmbH übernimmt die Zertifizierung und die Azubi-Befragung sowie die Abrechnung mit den Ausbildungsbetrieben und den DEHOGA Landesverbänden.

Die Teilnahme ist kostenpflichtig und 3 Jahre gültig.

Weitere Infos unter:
www.topausbildung.de

(*Manuela Heuser)

ZWISCHENERGEBNIS NEUORDNUNG DER GASTGEBERBLICHEN AUSBILDUNGSBERUFE

Seit dem 01. August 2022 sind die neuen Ausbildungsordnungen für die nunmehr 7 gastgewerblichen Ausbildungsberufe in Kraft getreten. Damit sind strukturelle Veränderungen einhergegangen und die Inhalte angepasst worden. So auch bei der Abschlussprüfung. Diese besteht nun aus zwei Teilen. Teil 1 wird bei den dreijährigen Ausbildungsberufen nach dem Ende des 2. Lehrjahres durchgeführt. Anders als zuvor, bildet das Ergebnis 25 % der Gesamtnote der Abschlussprüfung. Am Ende des dritten Ausbildungsjahres folgt dann Teil 2 der Abschlussprüfung.

Die Auszubildenden des 2. Lehrjahres bildeten somit in diesem Jahr das Pilotprojekt für den ersten Durchlauf der sogenannten gestreckten Abschlussprüfung.

Bei der Vorbereitung für die Verkürzer gab es viele Unsicherheiten. Für die unterschiedlichen Typen von Fachgesprächen, die die Auszubildenden führen müssen, wäre eine Prüferschulung vorab notwendig gewesen, diese starteten allerdings erst nach den Sommerferien 2023 und somit nach den Prüfungen der Verkürzer.

Teilweise werden bis heute die neuen Ausbildungsrahmenpläne in den Ausbildungsbetrieben noch nicht umgesetzt. Dies hat zur Folge, dass gerade Hotelfach-Auszubildende bis zur GAP 1 (gestreckte Abschlussprüfung Teil 1) nicht an der Rezeption eingesetzt wurden. In diesen Fällen fehlen den Prüflingen wesentliche Kenntnisse und Fähigkeiten, die für die GAP1 erforderlich sind.

Um zukünftig die Ausbildungsinhalte der neu geordneten Ausbildungsberufe auf hohem Niveau zu vermitteln und die Prüfungen erfolgreich durchzuführen, ist es erforderlich, dass die Betriebe sich an die zeitlichen Richtwerte der Ausbildungsrahmenpläne halten. Zur Unterstützung stehen auch die jeweiligen Industrie- und Handelskammern den Betrieben und Prüfungsausschüssen zur Verfügung.

(*Sarah Blümel)



AUSBILDUNGSVERHÄLTNISSE 1. bis 3. AUSBILDUNGSJAHR – STAND 31.12.2023

	Zahl der Auszubildenden	Anteil in %
Köche/Köchinnen	1.341	34,9 %
Restaurantfachleute	170	4,4 %
Hotelfachleute	1.021	26,6 %
Hotelkaufleute	24	0,6 %
Fachkräfte im Gastgewerbe	59	1,5 %
Fachleute für Systemgastronomie	273	7,1 %
Fachkräfte für Gastronomie	429	11,2 %
Kaufleute für Hotelmanagement	23	0,6 %
Fachleute für Restaurants und Veranstaltungsgastronomie	407	10,6 %
Fachkräfte Küche	98	2,5 %
Insgesamt	3.845	100,0 %

	Zahl der Auszubildenden	Veränderung in %
	Vorjahr	
IHK Hannover	1.196	-5,0
IHK Lüneburg-Wolfsburg	609	-1,6
IHK Osnabrück-Emsland	460	1,8
IHK Ostfriesland u. Papenburg	469	15,8
IHK Stade	317	7,5
IHK Oldenburg	485	-13,7
IHK Braunschweig	309	1,3
Insgesamt	3.845	-1,3

(*Tanja Bittaye)

ABSCHLUSSPRÜFUNGEN 2023

Kammerbezirk	Koch/Köchin		Restaurantfachmann/ Restaurantfachfrau		Hotelfachmann/ Hotelfachfrau		Hotelkaufmann/ Hotelkauffrau		Fachkraft im Gastgewerbe		Fachmann/ Fachfrau für Systemgastronomie	
	best.	nicht best.	best.	nicht best.	best.	nicht best.	best.	nicht best.	best.	nicht best.	best.	nicht best.
IHK Hannover	135	32	43	16	82	19	18	1	59	22	23	8
IHK Lüneburg-Wolfsburg	70	19	24	8	46	4	1	0	30	15	14	2
IHK Osnabrück-Emsland	43	10	14	2	34	4	0	0	15	6	27	10
IHK Ostfriesland u. Papenburg	27	6	22	6	30	3	3	0	31	13	2	0
IHK Stade	26	9	20	7	28	1	0	0	14	4	1	1
IHK Oldenburg	43	21	19	7	39	10	4	0	23	14	17	3
IHK Braunschweig	8	1	2	0	1	2	3	2	5	1	3	0
Insgesamt	352	98	144	46	260	43	29	3	177	75	87	24
Durchfallquote in %	21,8 %		24,2 %		14,2 %		9,4 %		29,8 %		21,6 %	

(*Tanja Bittaye)

NIEDERSÄCHSISCHE JUGENDMEISTERSCHAFTEN 2024

Die mitreißenden Wettkampftage der Jugendmeisterschaften haben vom 10.04.-11.04.2024 zum zweiten Mal im Berufsschulzentrum am Westerberg in Osnabrück stattgefunden. Insgesamt gingen 11 niedersächsische Berufsbildende Schulen mit 37 Auszubildenden der Fachrichtungen Koch/Köchin, Restaurantfachmann/-fachfrau, Hotelfachmann/-fachfrau und Fachleute der Systemgastronomie an den Start.

Unter den wachsamen Augen der Jury kämpften die Azubis um den begehrten Titel des Landesmeisters. Je nach Ausbildungsberuf musste der Top-Nachwuchs sein Können in Theorie und Praxis unter dem Motto „Classic Open Air“ unter Beweis stellen: Viele Einzeldisziplinen warteten auf die jungen Leute: Kochen, Tische eindecken, Speisekarten gestalten, Dienstpläne schreiben, Verkaufsgespräche führen, Marketingkonzepte präsentieren und vieles mehr.

Ein aufregender Wettbewerbspunkt bildete das Prüfungsesen. Die Auszubildenden der Fachrichtung Koch/Köchin mussten aus einem vorgegebenen Warenkorb ein 3-Gang-Menü für 6 Personen zubereiten. Dieses wurde anschließend von den Hotel- und Restaurantfachleuten professionell serviert. Der Schulleiter, Ulf Zumbrägel, hat mit seinem engagierten Lehrerkollegium dafür gesorgt, dass die Jugendmeisterschaften wie im vergangenen Jahr reibungslos verlaufen sind.

Nervengerendend wurde es zur Siegerehrung, die ebenfalls im Berufsschulzentrum am Westerberg stattgefunden hat. Nach der Begrüßungsrede des Präsidenten des DEHOGA Niedersachsen, Florian Hary, war die Spannung zum Zerreißen. Alle Teilnehmenden warteten erwartungsvoll auf das Ergebnis. Rund 200 Gäste waren erschienen, um die Preisverleihung mitzerleben:

Jeweils den 1. Platz belegten:

- Im Ausbildungsberuf Köchin/Koch
Lotte Lutter, Bad- und Panoramahotel Sternhagen, Cuxhaven
- Im Ausbildungsberuf Restaurantfachfrau/-fachmann
Yassine Aanga, Bümmerstedter Krug, Oldenburg
- Im Ausbildungsberuf Hotelfachfrau/-fachmann
Verena Krueel, altera Hotel, Oldenburg
- Im Ausbildungsberuf Fachfrau/Fachmann für Systemgastronomie
Alina Iskhakova,
Tank & Rast Raststätte Wildeshausen, Dötlingen
- Der Teampokal ging an die Mannschaft der BBS 3 der Stadt Oldenburg.

In 2025 wird der Wettbewerb wieder in Osnabrück ausgetragen.



DEHOGA-Präsident Florian Hary mit den Siegern (v.l.n.r.) Köchin Lotte Lutter, Restaurantfachmann Yassine Aanga, Hotelfachfrau Verena Krueel und Fachfrau für Systemgastronomie Alina Iskhakova.

MEDAILLENSPIEGEL NIEDERSÄCHSISCHE JUGENDMEISTERSCHAFTEN 2024

Berufsbildende Schule	Teampokal	1. Gold	2. Silber	3. Bronze
Berufsbildende Schule Bad Harzburg	1	4	3	7
Johannes-Selenka-Schule BBS Braunschweig	1	6	8	6
Albrecht-Thaer-Schule BBS IV Celle	4	11	9	7
Berufsbildende Schulen Cuxhaven		3	3	6
Berufsbildende Schulen II Emden		3	12	8
BBS I des Landkreises Gifhorn	1	7	8	11
BBS III Ritterplan, Göttingen	5	12	7	12
Elisabeth-Selbert-Schule BBS Hameln	1	3	4	6
Berufsbildende Schule 2 der Region Hannover	14	51	18	16
Walter-Gropius-Schule BBS Hildesheim	1		3	3
Georg-von-Langen-Schule BBS Holzminden				
BBS III Lüneburg	4	15	23	5
Berufsbildende Schulen Meppen	2	1	4	8
Gewerbliche Berufsbild. Schulen Nordhorn		2	3	4
BBS III Oldenburg	1	7	11	10
Berufsbildende Schulen der Stadt Osnabrück		7	4	10
Berufsbildende Schule II Osterode				
Berufsbildende Schulen Soltau		1	6	4
BBS LK Schaumburg, Stadthagen		6	6	3
Berufsbildende Schulen Wilhelmshaven	1	2	1	6
Berufsbildende Schule Wittmund				1
Berufsbildende Schule Zeven	1	3	6	7

Alle Informationen und Fotos vom Wettbewerb finden Sie unter:
www.dehoga-niedersachsen.de

(*Manuela Heuser)

FÖRDERUNGSGESELLSCHAFT DES NIEDERSÄCHSISCHEN HOTEL- UND GASTSTÄTTENGEWERBES MBH

Die Förderungsgesellschaft ist ursprünglich von Mitgliedern des DEHOGA Niedersachsen, die sich in einem Förderverein zusammengeschlossen hatten, gegründet worden, um Dienstleistungen für das niedersächsische Hotel- und Gaststättengewerbe anzubieten.

Insofern ist die GmbH ein wirtschaftlicher Arm des DEHOGA Niedersachsen, der im Interesse des DEHOGA Niedersachsen wirkt. Die Bedeutung der Förderungsgesellschaft fußt auf mehreren Geschäftssäulen.

Die Förderungsgesellschaft hat in ihrer Gesellschafterversammlung beschlossen, mit Wirkung auf 2014 diese Geschäftssäulen neu zu strukturieren.

Nach wie vor soll die Organisation von Fort-, Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen für das niedersächsische Gastgewerbe eine der tragenden Säulen der GmbH sein. Auch sollen weiterhin Marketingmaßnahmen wie Hotelklassifizierung und der Wettbewerb Regionale Küche sowie die Aktion Gastlichkeit in Niedersachsen von der Förderungs-GmbH organisiert werden.

Eine weitere Geschäftssäule wird die Organisation der Niedersächsischen Jugendmeisterschaften bleiben.

Auf den 01.01.2014 sind die Geschäftsanteile der Förderungsgesellschaft vom ursprünglichen Förderverein vollständig auf den DEHOGA Niedersachsen e.V. übertragen worden, der jetzt Alleingesellschafter ist.

Traditionell wird die Geschäftsführung der Förderungsgesellschaft vom jeweils amtierenden Schatzmeister des DEHOGA Niedersachsen (Christian Stöver) und dem Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Niedersachsen (Rainer Balke) ausgeübt.

Begleitet wird die Arbeit der Förderungsgesellschaft von einem Kontrollgremium, das aus den Vorsitzenden der Bezirksverbände besteht. Der aktuelle Vorsitzende des Kontrollgremiums ist Frank Lehmann, Vorsitzender des Bezirksverbandes Lüneburg. Sein Stellvertreter ist Wolfgang Hackmann, Vorsitzender des Bezirksverbandes Osnabrück-Emsland-Bad Bentheim.

(*Rainer Balke)

SENATOR-WILLY-HEYRATH-STIFTUNG

Seit 1981 existiert die Senator-Willy-Heyrath-Stiftung. Sie wurde auf Anregung des DEHOGA Niedersachsen gegründet, um mit den erwirtschafteten Stiftungserträgen Berufsausbildungsförderung und Weiterentwicklung der gastgewerblichen Ausbildungsberufe betreiben zu können.

Der Name der Stiftung ist auf den Gründungstifter Willy Heyrath zurückzuführen, der nach einer langjährigen gastgewerblichen Tätigkeit in Hamburg nach Niedersachsen übersiedelte und hier über mehrere Jahre erfolgreich ein Landhotel führte.

Das Ziel der Senator-Willy-Heyrath-Stiftung ist, durch Fortbildungsmaßnahmen in Zusammenarbeit mit den niedersächsischen berufsbildenden Schulen im Gastgewerbe sicherzustellen, leistungsschwächere Auszubildende erfolgreich durch die berufliche Abschlussprüfung zu geleiten.

In der Vergangenheit hat die Senator-Willy-Heyrath-Stiftung, unterstützt durch den DEHOGA Niedersachsen, überbetriebliche fachpraktische Maßnahmen organisiert, um Lücken im fachpraktischen Wissen der förderbedürftigen Auszubildenden zu schließen.

Dafür wendet die Senator-Willy-Heyrath-Stiftung die Zinserträge auf, die sie aus der Anlage ihres Stiftungsgrundstockvermögens realisiert. Dieses beläuft sich auf ca. 650.000,00 Euro.

Festzustellen ist allerdings, dass die Probleme am Kapitalmarkt auch die Geschäfte der Stiftung tangieren. Eine der vorrangigen Aufgaben der Stiftung ist sicherzustellen, dass sie auch zukünftig ihren Stiftungszweck erfüllen kann. D. h., dass die Sicherung des Wertes des Grundstockvermögens im Focus der Stiftung zu stehen hat. In Zeiten geringer Kapitalverzinsung bei gleichzeitig laufender Inflation ist aber allein schon der Werterhalt des Stiftungsvermögens eine anspruchsvolle Aufgabe. Die aus der Anlage des Grundstockvermögens erzielten Stiftungserträge sind seit Jahren rückläufig und tendieren zwischenzeitlich durch die Entwicklung des marktüblichen Anlagezinses gegen 0. Im gleichen Maße sind auch die von der Stiftung mit eigenen Erträgen organisierten Fördermaßnahmen rückläufig. Die aktuellen Umstellungen am Kapitalmarkt lassen die Hoffnung keimen, dass auch die Anlagen der Stiftungen sich wieder erholen können.

Hauptspender sind nach wie vor die Kreisverbände im DEHOGA Niedersachsen. Sie überweisen jährlich eine Spende in Höhe von ca. 2 Euro pro Mitglied an die Stiftung, die der vom Großen Vorstand des DEHOGA Niedersachsen auf jeweils 3 Jahre gewählte Stiftungsvorstand per Beschluss in Maßnahmen zur Stiftungszweckerreichung investiert.

Der Stiftungsvorstand besteht auf Beschluss des Großen Vorstandes des DEHOGA Niedersachsen seit 2021 aus dem/der jeweiligen Vorsitzenden/in des Berufsbildungsausschuss des DEHOGA Niedersachsen (Nicole Rösler), dem stellvertretenden Schatzmeister des DEHOGA Niedersachsen (Chi Trung Khuu) und dem Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Niedersachsen (Rainer Balke), der auch die Geschäftsführung ausübt.

(*Rainer Balke)

BERUFSBILDUNGS-AUSSCHUSS

In der letzten Ausschuss-Sitzung stand vor allem der Austausch über Best practice Beispiele zur Berufsorientierung und Azubi-Gewinnung im Vordergrund. Es wurde über die Erfahrungen mit verschiedenen Aktionen berichtet, u.a. die Feriencard-Aktion „Entdecke ein Hotel“ in Hannover, Knigge-Kurse für Kinder, Lange Nacht der Berufe und vieles mehr.

In der Sitzung wurde auch auf das Berufsorientierungstool Gymme more aufmerksam gemacht. Ein Berufsorientierungstool für Abiturienten, welches an vielen Gymnasien Niedersachsens im Berufsorientierungsunterricht genutzt wird. Da inzwischen der überwiegende Teil der Schüler*innen (nämlich 188.976) nach dem Besuch der Grundschule (273.734 Schüler*innen) eines von 220 niedersächsischen Gymnasien wählen, hat der DEHOGA Landesverband entschieden, einen Eintrag an allen möglichen Standorten zu finanzieren, damit das Gastgewerbe als adäquater Ausbildungsgang für Abiturienten erscheint.

Zu den Ausbildungszahlen in Niedersachsen:

Die Übersicht der neu abgeschlossenen Ausbildungsverträge in 2022 im Vergleich zu 2023 in allen Kammerbezirken zeigt einen Anstieg von 3,1 %.

2022: 2058

2023: 2122

Auch die Durchfallquote bei den Abschlussprüfungen konnte besonders bei den Köchen 2023 im Vergleich zu 2022 reduziert werden.

Übersicht der Durchfallquote der einzelnen Fachrichtungen:

	2022	2023
Köche	27,3 %	21,8 %
Restaurantfachleute	21,6 %	24,2 %
Hotelfachleute	15,3 %	14,2 %
Hotelkaufleute	10,7 %	9,4 %
Fachkraft im Gastgewerbe	31,7 %	29,8 %
Fachleute für Systemgastronomie	18,5 %	21,6 %

Ausbildungszahlen in Niedersachsen

Stand 31.12.2023

Auf den 31.12.2023 betrug die Zahl der Auszubildenden in allen Kammerbezirken 3.845 (im Vorjahr auf den 31.12.2022: 3.879.) Insgesamt ist die Zahl der Auszubildenden in Niedersachsen im Vergleich zum Vorjahr leicht gesunken, und zwar um 1,3 %.

Die neu eingetragenen Ausbildungsverträge zum 31.12.2023 zeigen im Vergleich zum Vorjahr ein + von 3,1 %. (2.122)

Ausbildungszahlen bundesweit

Stand März 2024

Die Entwicklung der neu abgeschlossenen Ausbildungsverträge zeigt im Vergleich zu 2022 ein + von 9,9 % (23.421)

Die Bestehensquote bei den Abschlussprüfungen lag in 2023 bei 78,2 % und in 2022 bei 76,5 %.

(*Manuela Heuser)

GASTROSTARTER

„Was gibt es eigentlich für Berufe, die ich erlernen kann?“ Diese Frage stellen sich jährlich viele Schülerinnen und Schüler. Um auf das Gastgewerbe mit den umfangreichen Ausbildungsberufen aufmerksam zu machen, startete der DEHOGA Niedersachsen 2023 die Werbekampagne Gastrostarter.de. Die Web- und Social-Media-Kampagne verfolgt das Ziel, online junge Menschen für das Gastgewerbe zu begeistern.

Herzstück der Kampagne sind die sozialen Medien, in denen sich die Zielgruppe junger Menschen zwischen 14 und 20 Jahren tummelt. Neben Youtube, Facebook und Instagram zählt vor allem TikTok. Wer in den sozialen Medien aufmerksam geworden ist und mehr Interesse hat, wird auf die neue Website www.gastrostarter.de geleitet. Allgemeine Informationen zu den Ausbildungsberufen, Fragen und Antworten und auch ganz konkret eine Übersicht freier Ausbildungsplätze in Niedersachsen werden auf der Website anschaulich angezeigt. Der Kerngedanke dieser Kampagne stützt sich auf das Zusammenbringen von potentiellen Bewerbern und Betrieben auf einfachen und kurzen Wegen. Die Website schafft eine gebündelte Übersicht und Transparenz. Ausbildende Betriebe begrüßen die Chance über Social Media Kanäle zu werben und sich zu präsentieren.

Damit „Gastrostarter“ weiterhin erfolgreich sein kann und potenzielle Azubis mit den Ausbildungsbetrieben zusammenbringt, sind alle Betriebe aufgefordert, ihre Stellenangebote regelmäßig zu aktualisieren.

Weiterhin werden weitere Azubis für das Gastrostarter-Social-Media-Team gesucht. Jedes Teammitglied stellt monatlich ein Video im Ausbildungsbetrieb für Gastrostarter zusammen, so dass ausreichend Content in den unterschiedlichen Betrieben kreiert wird, der dann auf den unterschiedlichen Kanälen gepostet werden kann.

Zusätzlich sind alle Betriebe gebeten, die Gastrostarter-Social-Media Kanäle zu liken und die Beiträge teilen.

(*Manuela Heuser & Nicole Rösler)



Gastrostarter auf TIKTOK
[https://www.tiktok.com/
@mygastrostarter](https://www.tiktok.com/@mygastrostarter)



Gastrostarter auf INSTAGRAM
[https://www.instagram.com/
gastrostarter/](https://www.instagram.com/gastrostarter/)



Gastrostarter auf FACEBOOK
[https://www.facebook.com/
gastrostarter](https://www.facebook.com/gastrostarter)



Gastrostarter auf YOUTUBE
[https://www.youtube.com/
@GastroStarter](https://www.youtube.com/@GastroStarter)

„MACH DOCH EINFACH!“ – IDEENEXPO 2024

Die IdeenExpo ist Europas größtes Jugendevent. In diesem Jahr öffnete sie ihre Türen vom 08. bis 16. Juni 2024 für rund 500.000 Schülerinnen und Schüler. Ziel des Konzeptes ist eine Förderung des Fachkräftenachwuchses durch eine bundesweite gelungene Kooperation von Wirtschaft, Wissenschaft und Politik.

Unter Leitung von Nicole Rösler, Vorsitzende des Berufsbildungsausschusses Niedersachsens, nutzte der DEHOGA die Veranstaltung, um auf die gastgewerbliche Branche aufmerksam zu machen. Mit der Frage „Bist Du ein GastroStarter“ lockte Nicole Rösler rund 8.000 Besucher*innen an den Stand.

Cocktail shaken, Eis herstellen, Kräuter Challenge, Tellertrage-Parcours. Diese vier unterschiedlichen Workshops fanden täglich abwechselnd an unserem Stand statt und zogen zahlreiche neugierige Schülerinnen und Schüler an. Unter dem Slogan „Bis du ein GastroStarter“ probierten sich die Schülerinnen und Schüler bei diesem dargebotenen Programm aus.

„Mach doch einfach!“ lautete das Motto der IdeenExpo. Alle Aktionen wurden von Azubis für die jugendlichen Besucher*innen durchgeführt. Spaß und Begeisterung kamen hierbei nicht zu kurz. Die Azubis nutzten den Messeauftritt, um ihre Ausbildungsberufe vorzustellen, sich auszuprobieren, neue Kenntnisse zu erwerben und sich auszutauschen. Trotz der angespannten Fachkräftelage konnten alle Schichten auf der IdeenExpo gut belegt werden. So gut, dass die Azu-



Das Social Media Team im Einsatz.

bis sich auch dem Social-Media Thema: „Was muss ich beim Drehen eines TikTok Videos beachten“ widmen konnten. Ein Influencer coachte die Azubis an zwei Nachmittagen zu diesem Thema. Darüber hinaus wurde mit den Azubis kurze Videos für GastroStarter (unser Socialmedia Marketingtool für Schüler*innen) gedreht.

Außerdem zog Nicole Rösler auf der Bühne die Aufmerksamkeit auf sich und das Gastgewerbe. Bei der Aktion „2 Wahrheiten und 1 Lüge“ involvierte sie bei dem interaktiven Ratespiel das junge Publikum. Dabei stellte Nicole Rösler drei verschiedene Szenarien aus dem gastgewerblichen Alltag vor. Eines davon, die Lüge, die von den Schülerinnen und Schülern enttarnt werden musste. Auch der KI Talk war ein spannendes Format, indem die KI zum Gastgewerbe befragt wurde.

(* Sarah Blümel & Nicole Rösler)



Das Team sagt Danke für eine erfolgreiche Messe.



MARKETING UND KOMMUNIKATION

CORPORATE DESIGN

Das Corporate Design, eine einheitliche Gestaltungslinie für alle Kommunikationsprodukte des DEHOGA Niedersachsen, wurde vom Landesverband weiter konsequent umgesetzt. Ein Corporate-Design-Leitfaden steht dem Ehrenamt im Internet als Hilfestellung zur Verfügung.

(*Sarah Schulz)

DEHOGA MAGAZIN

Das DEHOGA-Magazin erscheint sechsmal jährlich und hat einen Seitenumfang von ca. 30-40 Seiten. Alle Bezirksverbände nutzen die Möglichkeit, regionale Berichte direkt bei der Redaktion einzureichen und im landesweiten Magazin zu veröffentlichen. Das Magazin ist für die Mitglieder nach wie vor neben dem Online-Newsletter die wichtigste Informationsquelle. 90 Prozent der Mitglieder haben in der letzten Mitgliederbefragung angegeben, das Magazin regelmäßig zu lesen und sich hier mit wichtigen Informationen zu versorgen. Das Layout des Magazins wird fortlaufend modernisiert und dem aktuellen Zeitgeist angepasst. Auch inhaltliche Optimierungen haben stattgefunden.

(*Sarah Schulz)

E-MAIL-NEWSLETTER

Alle Mitglieder erhalten wöchentlich den Newsletter des DEHOGA Bundesverbandes mit aktuellen Branchenthemen per E-mail. Der Newsletter des DEHOGA Niedersachsen wird ergänzend dazu nach Bedarf mit landesspezifischen Themen per Email an alle Mitglieder versendet. Die Öffnungsrate liegt im Durchschnitt bei ca. 35 Prozent.

Darüber hinaus werden über das Newsletter-System in loser Reihenfolge jährlich rund 30 Terminankündigungen und themenspezifische Aussendungen verschickt.

(*Sarah Schulz)

YOUTUBE KANAL

Der DEHOGA Niedersachsen betreibt einen Youtube Channel. Dort werden in verschiedenen Playlists gastgewerblich relevante Videos gezeigt. Diese stammen teils aus eigener Produktion, teils werden Videos anderer Anbieter geteilt.

Zusätzlich werden relevante Videos über Youtube in die Website des DEHOGA Niedersachsen eingebunden.

(*Sarah Schulz)

WWW.DEHOGA-NIEDERSACHSEN.DE

Der Internetauftritt des DEHOGA Niedersachsen ist als wichtiges Instrument in der internen und externen Kommunikation etabliert. Interne Informationen wie Tarifverträge, Vertragsvorlagen, Zeugnisvorlagen, aktuelle Gesetze mit Aushangpflichten, neue Verordnungen und vieles mehr finden Mitglieder im geschützten Bereich „Mein DEHOGA“, in den sie sich mit ihrer Mitgliedsnummer und Postleitzahl einloggen können. Beiträge zu aktuellen gastgewerblichen Themen werden regelmäßig auf der Website veröffentlicht.

DEHOGA-Kreisverbände haben die Möglichkeit, eine eigene Kreisverbandsseite in den Gesamtauftritt des DEHOGA Niedersachsen zu integrieren. Hier werden der Kreisverbandsvorstand, die aktuellen Termine und ggf. auch Protokolle für Kreisverbandsmitglieder eingestellt. Die Möglichkeit der Präsentation wird von einigen Kreisverbänden genutzt, z.B. www.dehoga-ammerland.de.

(*Sarah Schulz)

SOCIAL MEDIA FACEBOOK UND INSTAGRAM IM FOKUS

Die Social Media Aktivitäten des Verbandes konzentrieren sich auf Facebook und Instagram. Sie bieten die wunderbare Möglichkeit, die Gastgewerbe-Gemeinschaft zu stärken, über aktuelle Entwicklungen zu informieren und ein positives Bild des DEHOGA und des Gastgewerbes in der Öffentlichkeit zu präsentieren. Dafür brauchen wir Ihre Unterstützung! Machen Sie mit!

Neben der offiziellen Fanpage des DEHOGA Niedersachsen gibt es zwei geschlossene Facebook-Gruppen, in denen Mitglieder sich untereinander austauschen können.

Die Gruppe „DEHOGA Gastronomie Niedersachsen“ (gut 500 Mitglieder) steht allen Mitgliedern zur Verfügung. Die Gruppe „Junger DEHOGA Niedersachsen“ (rund 130 Mitglieder)

ist nur für Jungunternehmer bis 40 Jahre gedacht. In beiden Gruppen werden aktuelle Themen diskutiert, die Themen werden hier von den Mitgliedern selbst eingebracht.

Die Fanpage des DEHOGA Niedersachsen wird regelmäßig vom Landesverband mit aktuellen Gastgewerbe-Themen bestückt. Die Posts wurden seit Anfang des Jahres 2024 intensiviert. Die Facebook-Fanpage hat derzeit rund 4.350 Follower, Tendenz steigend.

Auch der Instagram Account des DEHOGA Niedersachsen wurde weiter belebt und wird jetzt regelmäßig mit relevanten Beiträgen aus dem Verbandsumfeld gespeist. Er hat inzwischen rund 2.000 Follower, Tendenz steigend.



Folgen Sie uns auf Facebook und Instagram

Bleiben Sie immer auf dem neuesten Stand und verpassen Sie keine wichtigen Informationen mehr. Folgen Sie uns einfach auf Facebook und auf Instagram. Hier teilen wir regelmäßig Neuigkeiten, spannende Einblicke in unsere Arbeit und wertvolle Tipps rund um Hotellerie und Gastronomie.

Facebook:

<https://www.facebook.com/DEHOGA.Niedersachsen>



Instagram:

https://www.instagram.com/dehoga_niedersachsen/



Liken, teilen und kommentieren

Ihre Interaktion ist der Schlüssel zum Erfolg unserer Social Media Aktivitäten. Bitte liken, teilen und kommentieren Sie unsere Beiträge! Je mehr Engagement unsere Posts erhalten, desto größer wird unsere Reichweite. So können wir gemeinsam sicherstellen, dass wichtige Informationen und positive Nachrichten möglichst viele Menschen erreichen.

Bringen Sie sich ein und profitieren Sie

Wir möchten unsere Social Media Kanäle auch nutzen, um Ihre Geschichten und Erfahrungen zu teilen. Haben Sie ein interessantes Thema, das Sie gerne mit anderen Mitgliedern teilen möchten? Oder gibt es spezielle Inhalte, die Sie auf unseren Kanälen sehen möchten? Dann zögern Sie nicht und senden Sie uns Ihre Themenvorschläge per E-Mail an schulz@dehoga-niedersachsen.de. Ihre Ideen sind uns wichtig und helfen uns, noch relevanter und interessanter zu werden.

(* Sarah Schulz)





TOURISMUS

TOURISMUSVERBAND NIEDERSACHSEN E.V.

Der Tourismusverband Niedersachsen ist ein politischer Lobbyist, der die Interessen seiner Mitglieder gegenüber der niedersächsischen Politik wahrnimmt.

Der DEHOGA Niedersachsen ist Gründungsmitglied im Tourismusverband Niedersachsen e.V.. Weitere Mitglieder sind die regionalen Tourismusorganisationen.

Der 1. Vorsitzende des Tourismusverbandes ist der Landrat des Landkreises Wittmund, Holger Heymann.

Mitglied im Vorstand des Tourismusverbandes ist der Vizepräsident des DEHOGA Niedersachsen, Dirk Breuckmann.

Die Geschäftsstelle ist aktuell beim Landkreis Wittmund eingerichtet..

<https://www.reiseland-niedersachsen.de/tourismusverband-niedersachsen>

Der DEHOGA Niedersachsen stellt über Vorstand und Mitgliederversammlung des Tourismusverbandes sicher, dass die Interessen des niedersächsischen Gastgewerbes an einer touristischen Fortentwicklung Niedersachsens gewahrt bleiben.

Über die Mitgliedschaft des Tourismusverbandes Niedersachsen im deutschen Tourismusverband ist sichergestellt, dass die Landesinteressen auch dort Geltung bekommen.

(*Rainer Balke)

TOURISMUSMARKETING NIEDERSACHSEN GMBH



TourismusMarketing
niedersachsen

Die Tourismus Marketing Niedersachsen GmbH (TMN) ist im Jahre 2001 unter Beteiligung des DEHOGA Niedersachsen gegründet worden. Hauptaufgabe der TMN ist die überregionale Vermarktung der niedersächsischen Urlaubsregionen und damit die Schaffung eines Mehrwertes für die Arbeit der touristischen Regionalorganisationen in Niedersachsen.

Wichtige Handlungsfelder sind das Inlandsmarketing, das Auslandsmarketing in ausgewählten Märkten sowie die Marktforschung.

Mit Wirkung auf den 01.01.2013 hat das Land Niedersachsen aus förderrechtlichen Gründen die TMN GmbH als Eigengesellschaft übernommen.

Zu diesem Zweck hat das Land die bisherigen Gesellschafter, u. a. auch den DEHOGA Niedersachsen, hinsichtlich ihrer GmbH-Beteiligungen abgefunden.

Das Land Niedersachsen hat versichert, dass sich an der Aufgabenstellung der TMN GmbH, aber auch an den Möglichkeiten der bislang als Gesellschafter in der Gesellschaft vertretenen Wirtschaft Einfluss auf die GmbH zu nehmen, nichts ändern wird.

Zu diesem Zweck bleibt der bei der GmbH eingerichtete Aufsichtsrat bestehen. Der Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Niedersachsen, Rainer Balke, ist Mitglied des Aufsichtsrates. Neben ihm ist der Landrat des Landkreises Wittmund, Holger Heymann, in seiner Funktion als Vorsitzender des Tourismusverbandes Niedersachsen e.V. in den Aufsichtsrat berufen.

Der aktuelle Aufsichtsratsvorsitzender der TMN GmbH ist Olaf Lies, Wirtschaftsminister des Landes Niedersachsen. Stellvertretende Aufsichtsratsvorsitzende ist die stellvertretende Abteilungsleiterin im Wirtschaftsministerium, Frau May-Britt Pürschel.

Geschäftsführerin der TMN GmbH ist Frau Meike Zumbrock.

(*Rainer Balke)

SERVICEQUALITÄT DEUTSCHLAND

Wenn Begeisterung andere ansteckt, dann... ist es Servicequalität. Das aktive Empfehlen von Betrieben beruht auf einen enthusiastischen Aufenthalt der Gäste. Dafür muss der Service einen gewissen Standard aufweisen.



Unter dem Einsatz von ServiceQualität Deutschland erhalten Betriebe durch ein Schulungs- und Zertifizierungsprogramm Impulse, die sie für begeisternde Servicequalität brauchen. Dabei können betriebsinterne Prozesse optimiert werden.

Das Q-Seminar ist bundesweit einheitlich. Die Teilnehmenden des Q-Seminars werden zum Q-Coach qualifiziert. Das heißt, nach erfolgreicher Teilnahme ist man dazu berechtigt, die Q-Zertifizierung im Betrieb umzusetzen

Nähere Informationen finden Sie unter www.q-deutschland.de

(*Manuela Heuser)



VERANSTALTUNGEN

INTERNORGA

Der DEHOGA Niedersachsen ist zusammen mit den Landesverbänden Bremen, Hamburg, Lippe, Schleswig-Holstein, Sachsen-Anhalt und Nordrhein-Westfalen Mitveranstalter der jährlichen INTERNORGA in Hamburg.

Die 5-tägige größte jährliche deutsche Messe des Gastgewerbes nutzen die Beteiligten DEHOGA Landesverbände, um ihre Mitglieder und sonstige Gäste zu treffen und sich über aktuelle Fragen des Gastgewerbes auseinanderzusetzen.

Die Teilnehmenden der internationalen Leitmesse für Gastronomie, Hotellerie, Bäckereien und Konditoreien erlebten unter dem Motto „Alle zusammen.“ abermals Ausstellende aus aller Welt, ein außergewöhnliches Rahmenprogramm mit hochkarätigen Kongressen und spannenden Wettbewerben sowie viel Zeit und Raum für Networking.

Die Stimmung war nach Überwindung der Corona-Krise merklich gut. Neben Altbewährtem hat die Messe ein neues Veranstaltungsformat etabliert, das nach einem anstrengenden Messetag Gelegenheit zur Entspannung bei Musik, Getränken und Snacks gegeben hat. 9.000 Besuchende haben 2024 an drei Tagen Samstag bis Montag die Afterwork Lounge „off the records“ in Halle B 5 besucht und zum entspannten Networ-

king und Feiern genutzt. Auch der DEHOGA hatte am Montag die Lounge benutzt, um Mitgliedern und Interessierten ein verlängertes Networking in anderer Umgebung anzubieten.



Wir freuen uns auf Ihren Besuch auch in 2025!

(*Rainer Balke)

**JUNGER DEHOGA
NIEDERSACHSEN**



Der Junger DEHOGA Niedersachsen erfreut sich immer größerer Beliebtheit. Das Ziel, als lockerer Zusammenschluss von jungen Hoteliers und Gastronomen innerhalb des DEHOGA Niedersachsen eine separate Plattform als Meinungs- und Informationsaustausch anzubieten, etabliert sich immer mehr.

Junioren treffen sich auf der Internorga

Auch in diesem Jahr haben sich die Junioren mit ihren Kolleginnen und Kollegen aus Hamburg traditionsgemäß am Montag im DEHOGA Club in Hamburg getroffen. Dabei standen der Austausch und das Netzwerken ganz oben und auch die Eindrücke, die die Junioren vom Messerumgang mit innovativen Neuerungen aus der Branche mitgenommen hatten.

Herbstarbeitskreis zum Thema

„Employer Branding – die starke Arbeitgebermarke“

Am 05. und 06. November 2023 hat der Herbstarbeitskreis des Junger DEHOGA Niedersachsen in Wardenburg stattgefunden. Im Fokus stand das Thema Mitarbeitergewinnung und -bindung. Referent Martin Schmitz zeigte mit vielen praktischen Tipps wie man ein attraktiver Arbeitgeber wird, was Führung mit Arbeitgeberattraktivität zu tun hat und wie ein attraktiver Arbeitsplatz aussieht. Er ging auf die Wünsche der Generation X, Y und Z ein und wie man Arbeitgeberportale nutzen kann, um sich bei potentiellen Bewerbern sichtbar und attraktiv zu machen. Den Abend vorher nutzen die Junioren nicht nur zum Austausch, sondern auch für eine Bowling-Challenge, um ihre sportlichen Qualifikationen unter Beweis zu stellen.

Junioren-Auftakt 2024 mit „Angrillen“ und viel Praxis

Am 25. und 26. Februar traf sich der Junger DEHOGA Niedersachsen bei Jan Opitz im Kloster Hof in Basdahl, nördlich von Bremen zum Jahresauftakt. In diesem Jahr stand die Digitalisierung und Modernisierung der Küchentechnik im Vordergrund. Die Teilnehmer lernten die Vorzüge moderner Geräte kennen und wie man große und kleine Events küchentechnisch vorbereiten kann.

Den Abend vorher nutzen die Junioren, um sich bei Steaks und Wildburger, gebraten auf der Feuertonne, auszutauschen und sich Ideen für eigene Grillangebote zu holen.

Alle Veranstaltungen unter
www.junger-dehoga.de

(*Renate Mitulla)

**INFORMATIONSVANSTALTUNGEN
DER FACHGRUPPEN**

Gastgeber connect

Erstmals in diesem Jahr haben die Fachgruppen des DEHOGA Niedersachsen zum neuen Netzwerktreffen „Gastgeber Connect“ Ehrenamtsträger und alle Unternehmer aus dem niedersächsischen Gastgewerbe eingeladen, um sich persönlich auszutauschen und zu vernetzen.

Im Fokus standen Lösungsansätze für familiengeführte Betriebe, die Rolle von «Künstlicher Intelligenz» im Betrieb, Förderung von Mitarbeitern und die Gestaltung der Arbeitswelt von morgen sowie Klimaschutz und Nachhaltigkeit. Die Diskussionen an verschiedenen Thementischen bot Raum für Diskussionen und gemeinsame Ideenentwicklung in kleinen Runden.

Das Format hat bei den Teilnehmern sehr positiven Anklang gefunden und wird auch in den kommenden Jahren fortgesetzt werden.

(*Renate Mitulla)

Zukunft gestalten! Bist Du dabei?

Viele Themen beschäftigen das Gastgewerbe, die die Branche auch zukünftig begleiten werden. Daher haben die Fachgruppen des DEHOGA Niedersachsen in diesem Jahr verschiedene Workshops zu den Themen „Klima, Künstliche Intelligenz und Kalkulation“ angeboten. So unterschiedlich die Themen sind, so sehr haben sie doch alle Einfluss auf unser unternehmerisches Handeln. Das Ziel, viele Informationen pro Workshop an die Teilnehmer zu bringen, wurde erreicht.

Auch im kommenden Jahr werden die Fachgruppen wieder Informationstage für die Mitglieder anbieten, um Hilfestellung zu geben: Aus der Praxis für die Praxis.

(*Renate Mitulla)



VERMARKTUNGSHILFEN

KLASSIFIZIERUNGSSYSTEME

HOTELSTARS UNION (HSU) AKTUALISIERT HOTELKLASSIFIZIERUNG MIT NEUEN KRITERIEN FÜR 2025 - 2030

Die europäische Hotelstars Union (HSU) hat anlässlich ihrer Generalversammlung im April 2024 in Budapest einstimmig den neuen Kriterienkatalog 2025-2030 beschlossen. Nachhaltigkeit, Personalmangel und die Digitalisierung und Automatisierung der Hotellerie waren die treibenden Kräfte hinter einem einjährigen Prozess zur Überarbeitung der Klassifizierungskriterien.

Die Kriterien für die Hotelklassifizierung, die aus der Zusammenarbeit aller 21 Mitgliedsländer hervorgegangen sind, werden alle fünf bis sechs Jahre überprüft, um sie entsprechend den Bedürfnissen der Gäste und des Marktes weiterzuentwickeln und zu modernisieren. So wird sichergestellt, dass die Branchenstandards mit den sich verändernden Herausforderungen und der Dynamik des Gastgewerbes Schritt halten. Der Prozess der Konsensfindung und Harmonisierung der Positionen aller HSU-Mitgliedsverbände ist ein komplexes Unterfangen, das einige Anstrengungen und Kooperation erforderte. Darin liegt aber auch die Stärke des Systems, denn der Entscheidungsprozess von unten nach oben sorgt dafür, dass es von Gästen und Hoteliers gleichermaßen anerkannt wird.

Der neue Klassifizierungskatalog, ein Ergebnis aus Engage-

ment für Nachhaltigkeit, Effizienz und Gästezufriedenheit, wurde von 247 auf 239 Kriterien reduziert. Einige unbedeutender gewordene Kriterien wurden gestrichen, während andere zur Vereinfachung des Systems konsolidiert wurden. Beispielsweise wurden Empfehlungen für die Matratzenreinigung eingeführt, um gestiegenen Hygieneanforderungen gerecht zu werden und zugleich die Lebensdauer der Matratzen zu verlängern, was sich positiv auf die Nachhaltigkeit auswirkt. Außerdem müssen Artikel wie Näh- und Schuhputzzeug nicht mehr verpflichtend auf den Zimmern bereitgestellt werden. Ein zusätzlicher Wechsel von Bettwäsche und Handtüchern wird nur noch auf ausdrücklichen Wunsch des Gastes durchgeführt. Des Weiteren können Hotels zusätzliche Punkte sammeln, wenn sie ihren CO₂-Fußabdruck nach internationalem Standard messen. Die Öffnungszeiten von Rezeption und Zimmerservice wurden verkürzt, um dem Arbeitskräftemangel in ganz Europa Rechnung zu tragen.

Auch der Digitalisierung wurde durch die Möglichkeit von vollautomatischen Check-In- und Check-Out-Services bei den neuen Kriterien Rechnung getragen, die insbesondere in den Kategorien 1* und 2* die von Mitarbeitenden zu versehenen Rezeptionsdienste ersetzen können. Der Einsatz von Selbstbedienungskiosken hat sich ebenfalls durchgesetzt und ist nun in den neuen 4-Sterne-Kriterien enthalten, wo sie eine Alternative zu Minibars, Maxibars und Zimmerservice darstellen.

Bei der Überarbeitung der Hotelklassifizierungskriterien mussten auch die kommende EU-Gesetzgebung zu Verpackungen und Verpackungsmüll sowie Greenwashing berücksichtigt werden, sowie Nachhaltigkeit im Allgemeinen, Personalmangel und die zunehmende Digitalisierung und Automatisierung als treibende Kräfte in der Hotelbranche. Dieser Ansatz gibt den teilnehmenden Hotels – von einem bis fünf Sternen – das Vertrauen, in den nächsten fünf Jahren auf diesen Kriterien aufbauen zu können. Die HSU-Mitgliedsländer haben nun bis zum 1. Januar 2025 Zeit, den Katalog auf nationaler Ebene umzusetzen.

Die neuen Kriterien können auf [hotelstars.eu](https://www.hotelstars.eu) eingesehen werden. Interessierte Betriebe können über <https://www.hotelstars.eu/service/testclassification/> eine kostenfreie Testklassifizierung durchführen.

Über die Hotelstars Union

Unter der Schirmherrschaft von HOTREC Hospitality Europe bilden die Hotelverbände von Armenien, Aserbaidschan, Belgien, Dänemark, Deutschland, Estland, Georgien, Griechenland, Lettland, Liechtenstein, Litauen, Luxemburg, Malta, den Niederlanden, Österreich, Polen, Schweden, Schweiz, Slowenien, Tschechien und Ungarn die Hotelstars Union. Sie wurde 2009 gegründet und firmiert seit 2021 als Vereinigung nach belgischem Recht mit Sitz in Brüssel. Die Hotelstars Union stuft Hotels nach einem einheitlichen Kriterienkatalog in bereits 21 europäischen Staaten verlässlich in Kategorien von 1 bis 5 Hotelsternen ein. Sie bietet in ihren Mitgliedsländern mit über 22.000 klassifizierten Hotels bzw. 1,2 Millionen klassifizierten Hotelzimmern Transparenz, Qualität und Sicherheit für Gäste und Hoteliers.

Ausführliche Informationen finden Sie unter www.hotelstars.eu



Die Teilnehmenden der Generalversammlung der Hotelstars Union in Budapest

DEUTSCHE HOTELKLASSIFIZIERUNG

Unter dem Dach der Hotelstars Union findet sich auch die Deutsche Hotelklassifizierung mit ihren 5 international anerkannten Kategorien. Das dynamische System, das sich den Gästewünschen und neuen technischen Möglichkeiten stellen muss, wird daher alle 5 Jahre fortgeschrieben.

Unter: <https://www.hotelstars.eu/de/deutschland/kriterien/kriterienkatalog> sind die aktuellen Kriterien einsehbar.



Worin liegen die Vorteile eines Hotels mit einer Sterneklassifizierung gegenüber einem nicht klassifizierten Betrieb? Welche Kriterien sind für welche Kategorie zu erfüllen? Ist die Hotelklassifizierung ausreichend flexibel für individuelle oder innovative Hotelkonzepte?

Diese und viele weitere Fragen wurden Hoteliers in ganz Deutschland gestellt. Niedersachsen ist mit dem Einbecker Hof in Einbeck in dieser Interview-Serie vertreten. Im Sternetalk der Deutschen Hotelklassifizierung beleuchten wir in Häusern unterschiedlichster Sternekategorie, worauf es in der Hotelklassifizierung ankommt und was die Sterne für ein Hotel bedeuten können.

Den Sternetalk finden Sie unter <https://www.hotelstars.eu/de/deutschland/news/starnetalk/>

HOTELSTERNE IN NIEDERSACHSEN

In Niedersachsen wurde 1991 ein landesweites Klassifizierungssystem eingeführt, das 1996 zur bundeseinheitlichen Deutschen Hotelklassifizierung wurde. Damals wurde auch festgelegt, dass das System alle 5 Jahre überarbeitet und den neuen Anforderungen angepasst wird.



Deutsche Hotelklassifizierung	Niedersachsen	Bundesweit
1 Stern	5	60
2 Sterne	18	237
3 Sterne	400	3.884
4 Sterne	237	2.429
5 Sterne	11	118
Gesamt	671	6.728

Statistik Hotelklassifizierung Stand 1. Januar 2024

Irreguläre Werbung mit Sternen – Maßnahmen zeigen Wirkung

Das Thema Werbung mit Hotelsternen wird in regelmäßigen Abständen von den Medien aufgegriffen und die Einhaltung der Kriterien in einzelnen Häusern überprüft. In diesen Recherchen werden Fälle aufgedeckt, in denen Hotels irregulär mit Sternen werben. Dabei wurden 3 Problemfelder identifiziert:

1. Werbung mit eigen vergebenen Sternen, ohne diese zu kennzeichnen
2. Werbung mit Sternen, die keine Gültigkeit mehr haben
3. Werbung mit einer falschen Angabe der Sternekategorie, obwohl offiziell klassifiziert

Aufgrund der unrechtmäßigen Verwendung von Hotelsterne und der Kritik bezüglich der Kriterienanwendung hat die Deutsche Hotelklassifizierung GmbH einen Maßnahmenkatalog zur Qualitätssicherung erstellt:

1. Intensivierung der Eigenrecherche
2. Kontrolle der Kontrolleure durch stochastische Überprüfungen
3. Noch intensivere Schulungen der Auditoren
4. Überarbeitung der Klassifizierungsverträge

Dieser Maßnahmenkatalog ist in allen Landesverbänden umgesetzt worden. Die auf Landesebene aufgedeckten Fälle werden recherchiert und in Fällen falscher Werbung werden die Betriebe aufgefordert, die Werbung mit Sternen zu unterlassen bzw. eine Klassifizierung zu beantragen. Diejenigen, die dieser Aufforderung nicht Folge leisten, werden der Zentrale für unlauteren Wettbewerb gemeldet, um gegen diese Wettbewerbsverzerrung vorzugehen.

Das Vertrauen in die Sterne, die mittlerweile in 21 europäischen Ländern (siehe Hotelstars .eu) vergeben werden, geht bei unrechtmäßiger Werbung verloren. Wer mit Sternen wirbt, die nicht offiziell verliehen wurden, schwächt damit nicht nur das Ansehen der Branche, sondern auch das des Verbandes. Nur wer korrekt klassifiziert ist, kann mit den Sternen und dem Klassifizierungsschild werben. Der DEHOGA Niedersachsen ist aufgefordert, jedem Missbrauchsvorfall nachzugehen.

Hotelsterne auf Google nur bei aktuell gültiger Deutscher Hotelklassifizierung erlaubt

Gegen die bisherige, verwirrende Darstellung von Hotelsterne auf der weltweit dominierenden Suchmaschine Google hatte die Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs in Bad Homburg Klage beim Landgericht Berlin eingereicht. So konnte festgestellt werden, dass Google seine Sterneangaben aus für den Nutzer nicht nachvollziehbaren Quellen speiste und auch nicht-klassifizierte Hotels als „Sterne-Hotels“ auswies. Dagegen hat die Wettbewerbszentrale aus Gründen der Wettbewerbsgerechtigkeit und des Verbraucherschutzes mit Erfolg geklagt. Mit einem Anerkenntnisurteil vom 8. Juli 2020 (Az.: 101 O 3/19) hat das Landgericht Berlin entschieden, dass Google ab sofort in Deutschland gelegene Hotels auf seinen Suchergebnisseiten nur noch dann als „X-Sterne-Hotel“ anzeigen darf, wenn dem eine aktuell gültige Zertifizierung nach

Maßgabe der Deutschen Hotelklassifizierung zugrunde liegt. Trotzdem sind die Hoteliers aufgefordert, alle Internetseiten zu durchforsten, um festzustellen, ob auf diesen Seiten widerrechtlich mit Sternen geworben wird. Sollte dies der Fall sein, muss der Unternehmer mit dem Portal Kontakt aufnehmen, um eine Löschung der Sterne zu veranlassen. Für seine Mitgliedsbetriebe hält der DEHOGA Niedersachsen Musteranschriften zur Verfügung.

Einbindung des Klassifizierungs-Widgets auf der Homepage

Um auch auf den eigenen Internetseiten des Hotels auf die Beteiligung und der Gültigkeit der Deutschen Hotelklassifizierung hinzuweisen, besteht die Möglichkeit, ein Widget der Hotel- bzw. G-Klassifizierung einzubinden. Damit wird den Betrieben ein weiteres Marketingtool zur Verfügung gestellt.



G-KLASSIFIZIERUNG

Es wächst zusammen was zusammengehört



Nach dem im Jahre 2005 die G-Klassifizierung eingeführt wurde, um auch kleineren Betrieben mit nicht mehr als 20 Gästezimmern die Möglichkeit zu geben, die Vorteile einer Klassifizierung zu nutzen, werden die zertifizierten Betriebe der G-Klassifizierung nun mit der Deutschen Hotelklassifizierung zusammengeführt.

Durch die Fortschreibungsprozesse beider Systeme wurde immer deutlicher, dass die Systeme stetig weiter zusammengewachsen sind. Gilt es doch die Gästeansprüche zu modernisieren, digitalen und nachhaltigen Angeboten auszubauen und anzubieten. Durch diese ständige Weiterentwicklung der G-Klassifizierung ist wird mit der Deutschen Hotelklassifizierung seit dem 1.1.2024 nur noch ein System angeboten, das als Orientierung für die Gäste dient.

G-Klassifizierung	Niedersachsen	Bundesweit
1 G-Stern	0	1
2 G-Sterne	0	32
3 G-Sterne	20	320
4 G-Sterne	2	66
5 G-Sterne	0	1
Gesamt	22	420

Statistik G-Klassifizierung Stand 1. Januar 2024

INTERNETSEITE WWW.HOTELSTARS.EU/DE

Auf der Internetseite www.hotelstars.eu/de werden sämtliche Informationen rund um die Hotelklassifizierung dargestellt. Übersichtlich und transparent für Betriebe, aber auch für Gäste, die hier nach klassifizierten Betrieben suchen können.



Echte Hotelsterne bei Instagram – mitmachen und profitieren!

Social Media wirkt. Immer mehr Menschen lassen sich über Instagram bei ihrer Suche nach dem nächsten Urlaubsdomizil von dieser Plattform inspirieren. Denn nichts sagt mehr aus, als ein faszinierendes Foto. Ob der Spa-Bereich, die Bar, die Suite, architektonische Highlights oder auch nur die extravaganen Tischgedecke Ihres Hauses – Ihr Hotel hat das Potential Menschen zu inspirieren und potentielle Besucher auf Sie aufmerksam zu machen.

Werden Sie Teil der Kampagne „Hotelsterne“ und inspirieren Sie Ihre zukünftigen Gäste – egal, ob Sie Ihr Hotel bereits auf Instagram präsentieren, dies noch nicht tun und selbst dann, wenn Sie es nicht vorhatten!

Warum? Weil wir zeigen möchten, dass nur echte Sterne-Hotels wirkliche Stars unter den Hotels sind – und dass auch Ihr Hotel dazugehört!

Wie? Kurz gesagt: Tolle Fotos entweder via Website-Upload, Mail oder WhatsApp uploaden oder direkt mit unseren #Hashtags (#sternemoment, #sternetipp und #sternehotel) versehen und dem Instagram-Kanal @hotelsterne folgen.

Auf www.hotelstars.eu/de/instagram-sterne-hotelier finden Sie noch einmal alle Informationen zur Kampagne, Downloads sowie ein kurzes Video, wie Sie am schnellsten und unkompliziertesten unserem Kanal folgen können.

(*Renate Mitulla/Claudia Weiß)



SEMINARE

WEITERBILDUNG MIT DER DEHOGA AKADEMIE

Zur Weiterbildung bietet der DEHOGA Niedersachsen in Kooperation mit der DEHOGA Akademie Bad Überkingen jährlich wechselnde Seminare für unterschiedliche Zielgruppen des Hotel- und Gaststättengewerbes an.

Themen wie Kalkulation und Preisgestaltung, Betriebswirtschaft im Housekeeping, modernes Marketing, das perfekte Bankett und viele weitere Weiterbildungsmaßnahmen stehen auf dem Programm und liefern neue Impulse. Ausgewählte Fachexperten stehen dabei als Referenten zur Verfügung.

Im Frühjahr fanden die Seminare „Organisation im Housekeeping“ und „Gastorientiertes Verhalten im Service“ in Hannover statt. Gerade der Austausch zu den Seminarinhalten, direktes Feedback durch die Referenten oder anderen Teilnehmenden sind zentrale Merkmale der Seminare und wurden dankend von allen Beteiligten angenommen.

Alle Seminare sind auch als Inhouse-Trainings buchbar.

Weitere Infos unter:

<https://www.dehoga-niedersachsen.de/seminare-veranstaltungen>



(*Manuela Heuser)

ONLINE-SEMINARE FÜR HOTELLERIE UND GASTRONOMIE

Um seine Mitglieder weiterhin gut zu informieren, hat der DEHOGA Niedersachsen sein Online-Seminarangebot fortgeführt.

Die Themen Nachhaltigkeit, Fördermöglichkeiten für E-Autos und Informationsveranstaltungen zum neuen Verpackungsregister standen auf dem Programm.

Die Mitglieder erhielten umfassende Informationen.

Im Anschluss an die Online-Seminare hatten die Teilnehmenden Gelegenheit, ihre Fragen per Video-Chat zu stellen.

Ganz aktuell wurden 6 Online-Veranstaltungen zum Thema ChatGPT angeboten.

Daran haben über 250 Betriebe teilgenommen. Aufbau Seminare in Präsenz und weitere Webinare werden folgen.

(*Manuela Heuser)



DEHOGA INTERN

JUNGER DEHOGA NIEDERSACHSEN

Seit 1991 bietet der DEHOGA Niedersachsen jungen Unternehmern bis Anfang/Mitte 40 eine separate Plattform zum Meinungs- und Informationsaustausch. Praxisberichte und neue Kontakte spielen dabei eine zentrale Rolle. Auf den jährlichen Trendtouren schauen die Mitglieder über den Tellerrand hinaus und erhalten hier tolle Ideen und Tipps für die eigenen Betriebe. In der eigenen geschlossenen Facebook-Gruppe erfolgen ein aktiver Informationsaustausch und auch die Erinnerungen an Termine für Trendtour oder Arbeitskreise.

Seit Januar 2021 zeichnen mit Mareike Zägel und Nico Winkelmann zwei Junioren als Doppelspitze für die Arbeit im Junger DEHOGA verantwortlich. Ihr gemeinsames Anliegen ist es, sich auch bei der politischen Ausrichtung des Verbandes zu Wort zu melden, da sich die Anforderungen an die Arbeit auch des Junger DEHOGA Niedersachsen verändert haben und die Forderungen an Politik auch aus Sicht der Jungunternehmer erfolgen soll. Mit dieser Doppelspitze decken die beiden auch die großen Bereiche Hotellerie und Gastronomie ab. Die Themen, die die beiden in die Junioren-Gruppe bringen sind vielfältig: Ausbildung und Fachkräftesicherung, Finanzierung und Ideen für neue Wege, um auch Lösungen für die Zukunft zu finden.

Die Gründung eines regionalen Jungen DEHOGA in Ostfriesland ist eine tolle Motivation auch für andere Regionen, es ihnen gleich zu tun. Diese regionalen Netzwerke werden dazu führen, dass sich gastronomische Jungunternehmer gegenseitig unterstützen und dadurch auch den Verband in seiner Ganzheit stärken. Der Landesverband unterstützt mit seinen Bezirksverbandsgeschäftsstellen solche Initiativen.

Drüber hinaus stehen die Juniorensprecher auch als Ansprechpartner für die Kreis- und Bezirksverbände zur Verfügung und halten Kontakt zu anderen Landesverbänden, die ebenfalls eine Juniorengruppe haben. Hier steht das Netzwerken und der Austausch im Vordergrund.

(*Renate Mitulla)

Weitere Informationen unter:
www.junger-dehoga.de



BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE KURZBERATUNG DES DEHOGA NIEDERSACHSEN

Für die betriebswirtschaftlichen Kurzberatungen der Mitglieder des DEHOGA Niedersachsen stehen seit dem 1.1.2011 zwei Betriebsberater als Ansprechpartner zur Verfügung. Neben Björn Grimm, der sein Unternehmen in Lüneburg betreibt, wurde Rainer Benk mit Unternehmenssitz in Rahden für die Beratung verpflichtet.

Zur Beratung gehört hauptsächlich eine Schwachstellenanalyse, die anhand der Jahresabschlüsse der Betriebe erstellt wird. Diese Kurzberatung ermöglicht den Betrieben, ihre eigene Kostenstruktur mit den Strukturen vergleichbarer Betriebe zu messen.

Das Betreuungsprogramm umfasst nach wie vor die persönliche Beratung vor Ort wie auch eine telefonische Fernberatung.

Auch im Jahr 2023 fiel die Anzahl der Beratungen mit 12 Betrieben, die eine betriebswirtschaftliche Kurzberatung über den DEHOGA in Anspruch genommen haben, deutlich geringer als in den Jahren vor der Pandemie aus.

(*Claudia Weiß)

ENERGIEBERATUNG DES VERBANDES

Der DEHOGA Niedersachsen bietet seinen Mitgliedern Unterstützung bei der KfW geförderten Energieberatung an: Unterstützung beim Förderantrag bei der KfW

- Objektive Untersuchung des Betriebes auf Einsparmaßnahmen im Energiebereich
- Individuelle Beratung der Umsetzung von Sparmaßnahmen
- Projektbegleitung bei der Umsetzung der vorgeschlagenen Maßnahmen

Darüber hinaus geben 2 unabhängige Energieberater Anregungen zur Nutzung weiterer Informationsangebote des DEHOGA wie z. B. der Energiekampagne Gastgewerbe, dem Quick-Check und dem DEHOGA Umweltcheck.

Die Energiekampagne-Gastgewerbe mit seiner Infothek ist das zentrale Informationsportal der Branche: Die große Sammlung der DEHOGA Energiesparblätter hilft beim Start ins Energiesparen. Viele Praxisbeispiele, auch aus Niedersachsen, bieten nützliche Werkzeuge zur Berechnung und Überprüfung Ihrer Erfolge. Infos über Fördermöglichkeiten runden das Angebot ab. Der DEHOGA Niedersachsen unterstützt mit seinen Energieberatern auch die Bildung von Energieeffizienz-Netzwerken in den Kreis- und Bezirksverbänden.

<https://www.dehoga-niedersachsen.de/ueber-uns/unsere-partner/energieberater-niedersachsen/>

(*Renate Mitulla)

IHRE ENERGIEBERATER IN NIEDERSACHSEN

OSNABRÜCK-EMSLAND / GRAFSCHAFT BENTHEIM / WESER-EMS / OSTFRIESLAND



Carsten Mücke
Mücke Energieberatung

Eschenweg 36b
49088 Osnabrück
Telefon 0541 91194115

info@muecke-energieberatung.de
www.muecke-energieberatung.de

LÜNEBURG / STADE / BRAUNSCHWEIG / HILDESHEIM / HANNOVER



Torsten Merker
blueContec GmbH

Gretchenstr. 40
30161 Hannover
Mobil 0157 76131998

t.merker@bluecontec.com
www.bluecontec.com

MITGLIEDERWERBUNG IM DEHOGA NIEDERSACHSEN

- Nach der Umsatzsteuerstatistik für Niedersachsen sind in Niedersachsen ca. 18.000 Betriebe einer Tätigkeit im Gastgewerbe zugeschlüsselt. Darunter fällt der rollende Imbissstand, der Event-Caterer genauso wie das 5-Sterne-Hotel.
- Ca. 5.200 dieser Betriebe sehen ihre verbandliche Heimat als Mitglieder im DEHOGA Niedersachsen, weil das vom DEHOGA angebotene Leistungsprogramm sie bei der Lösung ihrer täglichen Probleme unterstützt.
- Das Gastgewerbe in Deutschland ist mit einem Anteil von über 5 % aller Gewerbebildungen sehr gründungsstark. Das zeugt von enormen unternehmerischem Mut der Gastgewerbetreibenden, führt aber auch zu einer überdurchschnittlichen Gewerbefluktuation. Mehr als 50 % aller Neugründungen im Gastgewerbe geben innerhalb der ersten 3 Jahre ihre Tätigkeit wieder auf.
- Im Jahre 2023 hat das Statistische Landesamt Niedersachsen 4.185 Gewerbeabmeldungen im Gastgewerbe registriert, denen 4.422 Gewerbeneuanmeldungen gegenüberstanden.
- Dieser Umstand hat auch Auswirkungen auf den Mitgliederbestand des DEHOGA Niedersachsen. So hatte der DEHOGA Niedersachsen im Jahre 2023 insgesamt 491 Austritte von Mitgliedern, weitest gehend überwiegend waren es Betriebsaufgaben oder aber auch aus Altersgründen.
- Diese Lücken in der Mitgliedschaft muss der DEHOGA Niedersachsen Jahr für Jahr durch die Neuwerbung von Nicht-Mitgliedern auffüllen. Für seinen engagierten Au-

ßendienst heißt das, eng an der Branche zu sein und Noch-Nicht-Mitglieder von der Leistungsfähigkeit des DEHOGA Niedersachsen und der Sinnhaftigkeit eines kollegialen Miteinanders unter einem gemeinsamen Dach zu überzeugen.

Um hier zukunftsfähige Ideen für die Mitgliederwerbung zu entwickeln wurde ein Arbeitskreis Mitgliederwerbung installiert, der sich Gedanken für eine zukünftige Vertriebsstruktur gemacht hat, wie z. B. die Vertriebsgebiete neu zu gestalten sind, unser Webauftritt für potentielle Neumitglieder attraktiver gestaltet werden kann. In den nächsten Arbeitskreissitzungen sollen weitere Maßnahmen diskutiert und beschlossen werden.

- Die Kolleginnen und Kollegen der Abteilung Mitgliederwerbung arbeiten in den dargestellten Vertriebsgebieten.

(*Claudia Daecke)



Werber:

- Herr Brackhahn
- Frau Liesch
- Herr Meyer-Hoppe
- Herr Volkmer
- Frau Garbs
- Herr Carstens
- Frau Maaser



HAUPTGESCHÄFTSFÜHRER



RA. Rainer Balke
Tel. 0511 3370620
balke@dehoga-niedersachsen.de

GESCHÄFTSFÜHRERIN



Renate Mitulla
Tel. 0511 3370625
mitulla@dehoga-niedersachsen.de



Yorckstraße 3, 30161 Hannover
Tel. 0511 337 06-0
Fax 0511 337 06-29
landesverband@dehoga-niedersachsen.de
www.dehoga-niedersachsen.de

SEKRETARIAT HGF



Tanja Bittaye
Tel. 0511 3370620
bittaye@dehoga-niedersachsen.de

SEKRETARIAT GF, HOTELKLASSIFIZIERUNG



Claudia Weiß
Tel. 0511 3370626
weiss@dehoga-niedersachsen.de

AUSBILDUNG & SEMINARE



Manuela Heuser (bis 08/2024)
Tel. 0511 3370633
heuser@dehoga-niedersachsen.de



Sarah Blümel
Tel. 0511 3370633
bluemel@dehoga-niedersachsen.de

MITGLIEDERWERBUNG



Claudia Daecke
Tel. 0511 3370616
daecke@dehoga-niedersachsen.de

MARKETING & KOMMUNIKATION



Sarah Schulz
Tel. 0511 337060
schulz@dehoga-niedersachsen.de

BUCHHALTUNG



Michaela Kreye
Tel. 0511 3370617
kreye@dehoga-niedersachsen.de

MITGLIEDERVERWALTUNG, BUCHHALTUNG



Sara Wild
Tel. 0511 3370615
wild@dehoga-niedersachsen.de



Viktoria Brandt
Tel. 0511 3370618
brandt@dehoga-niedersachsen.de



Sabine Szymanski
Tel. 0511 3370617
szymanski@dehoga-niedersachsen.de

PRÄSIDIUM, FACHGRUPPEN UND AUSSCHÜSSE DES DEHOGA NIEDERSACHSEN

PRÄSIDIUM

PRÄSIDENT Florian Hary



Hary Netzwerk UG (haftungsbeschränkt)
Tel. 0151 12766538
florian@hary-unternehmensgruppe.com

VIZEPRÄSIDENTIN Birgit Kolb-Binder



Hotel Kolb & Inselchalets
Tel. 04972 91040
info@hotel-kolb.de

VIZEPRÄSIDENT Dirk Breuckmann



Maritim Airport Hotel Hannover
Tel. 0511 97375670
breuckmann@dehoga-niedersachsen.de

PRÄSIDIUM

SCHATZMEISTER Christian Stöver



Restaurant bell'ARTE
Tel. 0511 8093333
c.stoever@gmx.net

FACHGRUPPE HOTELS
1. VORSITZENDER Lutz Feldtmann



Vier Linden KIEK IN Hotel
Tel. 04141 92702
lutz.feldtmann@hotel-vierlinden.de

FACHGRUPPE GASTSTÄTTEN
1. VORSITZENDER Roger Burkowski



Hotel zur Heideblüte
Tel. 05084 98190
roger.burkowski@heidebluete.de

FACHGRUPPEN

JUNGER DEHOGA

SPRECHERIN Mareike Zägel



Hotel Stadt Aurich
Tel. 04941 4333000
mareike.zaegel@hotel-stadt-aurich.de

BERUFSBILDUNGS-AUSSCHUSS
1. VORSITZENDE Nicole Rösler



Tel. 0177 7475018
kontakt@begeistertarbeiten.de

AUSSCHUSS FÜR TARIFFPOLITIK
1. VORSITZENDER Dirk Breuckmann



Tel. 0511 97375670
breuckmann@dehoga-niedersachsen.de

AUSSCHÜSSE

JUNGER DEHOGA

SPRECHER Nico Winkelmann



Bümmerstedter Krug
Tel. 0441 42615
info@buemmersteder-krug.de

GRIMM CONSULTING



Björn Grimm
Tel. 04183 9894 234
info@grimm-consulting.com

DIE BERATUNGSMANUFAKTUR



Rainer Benk
Tel. 05771 60954 99
info@rainer-benk.de

UNSERE PARTNER IN DER BETRIEBSBERATUNG

OSNABRÜCK-EMSLAND /
GRAFSCHAFT BENTHEIM /
WESER-EMS / OSTFRIESLAND



Carsten Mücke
Mücke Energieberatung
Tel. 0541 91194115
info@muecke-energieberatung.de

LÜNEBURG / STADE /
BRAUNSCHWEIG /
HILDESHEIM / HANNOVER



Torsten Merker
blueContec GmbH
Tel. 0157 76131998
t.merker@bluecontec.com

ENERGIEBERATER

BEZIRKSVERBAND OSTFRIESLAND



Vors. Birgit Kolb-Binder
Hotel Kolb & Inselchalets
Ocholter Str. 2, 26160 Bad Zwischenahn
Tel. 04972 91040
info@hotel-kolb.de



Vors. Erich Wagner
Hotel Zur Post
Am Rathaus 6, 26639 Wiesmoor
Tel. 04944 91060
info@hotelzurpost-wiesmoor.de



GF RAIN Hildegard Kuhlen
Ammerländer Heerstr. 231, 26129 Oldenburg
Tel. 0441 71086
ostfriesland@dehoga-bezirksverband.de

KREISVERBÄNDE

Aurich, Emden, Jever, Leer, Norden, Wittmund, Baltrum, Borkum, Juist, Langeoog, Norderney, Spiekeroog, Wangerooge

BEZIRKSVERBAND WESER-EMS E.V.



Vors. Olaf Stamsen
Strandhotels Seestern & Delphin,
Südstrand 116/118, 26382 Wilhelmshaven
Tel. 04421 94100
ostamsen@gmail.com



GF RAIN Hildegard Kuhlen
Ammerländer Heerstr. 231, 26129 Oldenburg
Tel. 0441 71086
weser-ems@dehoga-bezirksverband.de

KREISVERBÄNDE

Stadtverband Oldenburg, Ammerland, Cloppenburg, Landkreis Friesland, Landkreis Oldenburg, Vechta, Wesermarsch, Stadtverband Delmenhorst, Stadtverband Wilhelmshaven



BEZIRKSVERBAND OSNABRÜCK EMSLAND*GRAFSCHAFT-BENTHEIM



Vors. Wolfgang Hackmann
VIA PLAZA Hotel Meppen
An der Mündung 1, 49716 Meppen
Tel. 05931 97900
w.hackmann@hackmann-hotels.de



GF Dipl.-Kfm. Dieter M. F. Westerkamp
Weberstr. 107, 49084 Osnabrück
Tel. 0541 73921
dehoga-os@t-online.de

KREISVERBÄNDE

Bersenbrück, Grafschaft Bentheim, Aschendorf-Hümming/Papenburg, Lingen, Melle, Meppen, Osnabrück Stadt und Land, Wittlage, Melle-Osnabrück-Wittlage

BEZIRKSVERBAND HANNOVER



Gunnar Meier, 1. Vorsitzender
Hotel Kastanienhof
Am Stadtbahnhof 11, 31848 Bad Münder
Tel. 05042 3063
info@hotel-kastanienhof.de



GF Kirsten Jordan
Yorckstr. 3, 30161 Hannover
Tel. 0511 3370631
jordan@dehoga-hannover.de

KREISVERBÄNDE

Diepholz-Sulingen, Grafschaft Hoya, Hameln-Pyrmont, Nienburg, Schaumburg, Region Hannover (Altkreise Hannover-Land, Neustadt, Springe, Burgdorf)

BEZIRKSVERBAND STADE



Vors. Olaf Wurm
Fisch und Meer
Sieltrift 1, 27639 Wurster Nordseeküste OT
Dorum-Neufeld
Tel. 04741 1436
olaf.wurm@ewetel.net



GF RAIN Nathalie Rübsteck
Schiffertorsstr. 45, 21682 Stade,
Tel. 04141 47670
kontakt@dehoga-stade.de

KREISVERBÄNDE

Bremervörde, Cuxhaven, Osterholz, Stade
Rotenburg, Verden, Wesermünde-Hadeln

BEZIRKSVERBAND LÜNEBURG



Vors. Frank Lehmann
Restaurant Elbterrassen
Wusseger 8, 29456 Hitzacker
Tel. 05861 8574
elbterrassen-wusseger@t-online.de



GF RA Heinz-Georg Frieling
Stadtkoppel 16, 21337 Lüneburg
Tel. 04131 82824
info@hvlueenburg.de

KREISVERBÄNDE

Heidekreis, Celle, Gifhorn, Uelzen, Landkreis Harburg,
Lüchow-Dannenberg, Lüneburg

BEZIRKSVERBAND LAND BRAUNSCHWEIG-HARZ E.V.



Florian Hary
Hary Netzwerk UG (haftungsbeschränkt)
Kybitzstr. 27, 38350 Helmstedt
Tel. 0151 12766538
florian@hary-unternehmensgruppe.com



GF Assessor jur. Mark Alexander Krack
Eiermarkt 1, 38100 Braunschweig
Tel. 0531 43503
info@dehoga-braunschweig-harz.de

KREISVERBÄNDE

Bad Harzburg, Harz, Region Peine-Salzgitter, Region
Braunschweig-Wolfenbüttel, Region Wolfsburg-Helmstedt

BEZIRKSVERBAND HILDESHEIM



Christiane Langlotz, 1. Vorsitzende
Zimt & Zucker an der Werrabrücke
Langestr. 1, 34346 Hann. Münden
Tel. 05541 3476688
info@zimt-zucker-werrabruecke.de



GF Renate Mitulla
Yorckstraße 3, 30161 Hannover
Tel. 0511 33706-25
hildesheim@dehoga-bezirksverband.de

KREISVERBÄNDE

Göttingen-Duderstadt, Norheim, Hann.-Münden,
Hildesheim Stadt und Land, Holzminden



EINFÜHRUNG EINER VERBANDLICHEN RECHTSCHUTZVERSICHERUNG AB 1.1.2024

Nach dem Beschluss der Delegiertenversammlung des Jahres 2022 hat der Gr. Vorstand im Jahre 2023 die Entscheidung gefällt, die Gruppenrechtsschutzversicherung für alle aktiven Mitglieder des DEHOGA Niedersachsen bei der Roland Rechtsschutzversicherungs AG abzuschließen.

Ab dem 1.1.2024 sind daher alle aktiven Mitglieder, soweit sie Ihren fälligen Beitrag beglichen haben, über diese Gruppenrechtsschutzversicherung abgesichert.

Mit der Einführung der Rechtsschutzversicherung geht eine Steigerung und Festigung des Mehrwertes einer Verbandsmitgliedschaft einher. Die neue Rechtsschutzversicherung erweitert den schon bestehenden Rechtsschutz für arbeitsgerichtliche Verfahren und baut auf die verbandliche Rechtsberatung durch die Bezirksverbandsgeschäftsstellen auf. Durch den Gruppenversicherungsvertrag war der Verband in der Lage, attraktive Jahresprämien mit Roland auszuhandeln.

Alles das, was nicht unter die Deckung des Gruppenversicherungsvertrages fällt, kann durch kostengünstige Anschlussdeckungen ebenfalls von der Roland Rechtsschutzversicherungs AG ebenfalls angeboten werden.

Die Kosten des neuen Gruppenversicherungsvertrages werden für alle aktiven Mitglieder nach dem Solidarprinzip ab dem 1.1.2024 auf die Mitgliedsbeiträge umgelegt.

Die monatlichen Mehrkosten ab der Beitragsstufe 3 (Jahresnettoumsatz kleiner 52.000 Euro) belaufen sich auf ca. 4 Euro pro Monat und steigen über jeder Beitragsstufe bis zur Beitragsstufe 10 (Jahresnettoumsatz von über 1.500.000 Euro) auf ca. 25 Euro pro Monat an. Die Umlegung auf die Mitglieder erfolgt wie gewohnt nach dem Prinzip „große Betriebe schultern mehr als kleine Betriebe“.

Unser Versicherungsgeber, die Roland Rechtsschutzversicherungs AG, wird vertrieblich unterstützt durch den HDI, der schon ab August 2023 mit ausgesuchten Agenturen die Beratung der Mitglieder in Belangen der Rechtsschutzversicherung und darüber hinaus übernommen hat.

Soweit ab 1.1.2024 Fragen zu Rechtsfällen und deren Abdeckung über die Rechtsschutzversicherung anfallen, werden diese wie gewohnt von den Bezirksverbandsgeschäftsstellen beantwortet. Von dort wird alles Weitere geklärt.

Der Landesverband legt Rechtsstreitigkeiten zur Erteilung einer Deckungszusage bei Roland vor. Nach Erteilung der schriftlichen Deckungszusage durch Roland kann das Mitglied sich durch einen Rechtsanwalt seiner Wahl vertreten lassen.

Die ersten Anfragen auf Deckungszusage von Mitglieder Ende des Jahres 2023 und zu Beginn des Jahres 2024 waren überwiegend davon gekennzeichnet, dass es sich um Rechtsstreitigkeiten aus der Vorzeit des Gruppenrechtsschutzvertrages handelte und deshalb vom Rechtsschutz ausgenommen waren.

Aktuell sind 80 Rechtsschutzanliegen eingereicht und werden bearbeitet.

Es darf davon ausgegangen werden, dass die Rechtsschutzversicherung in den kommenden Jahren zunehmend eine größere Rolle in den Auseinandersetzungen unserer Mitglieder mit Anspruchsgegnern spielen wird. Dies wird das aktive Führen von Rechtsstreitigkeiten genauso betreffen wie die Verteidigung gegen geltend gemachte Ansprüche.

(*Rainer Balke)

ÜBERBLICK DER GASTGEWERBEVERBÄNDE IN DEUTSCHLAND UND EUROPA

Um die Interessen des Gastgewerbes sowohl auf europäischer Ebene als auch innerhalb Deutschlands zu vertreten und einzufordern, wurden die Gastgewerbeverbände gegründet. Die Interessen auf Niedersachsen-Ebene werden durch den Landesverband DEHOGA Niedersachsen wahrgenommen.

HOTREC (Abkürzung für Hotels, Restaurants & Cafés in Europa)

Die Hotrec ist der europäische Dachverband des Gaststättenwesens und repräsentiert die Interessen von 44 Mitgliedsverbänden aus 27 EU-Staaten gegenüber den EU-Institutionen. Sie dient der Verbesserung der Zusammenarbeit zwischen den nationalen Verbänden.

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

Der DEHOGA e. V. ist der Branchenverband des deutschen Hotel- und Gaststättengewerbes. Mit 60.000 Mitgliedern ist der Verband Interessenvertreter des Gastgewerbes gegenüber Politik, Medien und Öffentlichkeit. Zudem tritt er als Tarifpartner auf Arbeitgeberseite auf und führt Marketingaktionen wie die Hotelklassifizierung durch.

DEHOGA BUNDESVERBAND E.V.

Der Bundesverband hat seinen Sitz in Berlin und hat 17 Landesverbände als Mitglieder. Er gliedert sich in 5 Fachabteilungen und 2 Fachverbände:

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Fachverbände: - IHA Hotelverband für die Interessen der Hotellerie - UNIPAS als Union der Pächter von Autobahn-Service-Betrieben. | <ul style="list-style-type: none"> ■ Fachabteilungen: - Systemgastronomie, - Gemeinschaftsgastronomie - Discotheken - Bahnhofsgastronomie - Catering |
|--|---|

DEHOGA NIEDERSACHSEN E.V.

Auf regionaler Ebene vertritt der DEHOGA Niedersachsen die Interessen seiner rund 5.000 Mitglieder. 8 Bezirksverbände und 63 Kreisverbände unterstützen dabei die Arbeit des Landesverbandes vor Ort (siehe S.42/43).

PARTNER DES NIEDERSÄCHSISCHEN GASTGEWERBES



UNSERE AKTIONSPARTNER



UNSERE BETRIEBSBERATER



WWW.DEHOGA-NIEDERSACHSEN.DE

HERAUSGEBER / IMPRESSUM

DEHOGA Niedersachsen e.V.
Förderungsgesellschaft des niedersächsischen Hotel-
und Gaststättengewerbes mbH

Yorckstraße 3, 30161 Hannover
Tel. 0511 337 06-0, Fax 0511 337 06-29

Landesverband@dehoga-niedersachsen.de

IHR KONTAKT BEI FRAGEN

DEHOGA Mitgliedschaft	0511 33 70 60
Seminare & Weiterbildung	0511 33 70 6-33
DEHOGA Beratung	0511 33 70 6-20

*Redaktion: Die Autoren der jeweiligen Artikel
sind unter den Texten angegeben.

Fotos: AdobeStock, Annett Wonneberger, DEHOGA,
DEHOGA Bayern, DEHOGA Niedersachsen

Gestaltung: Karena Unger, Tel. 0171 3824278

Stand: September 2024



Erfolge des DEHOGA

- ▶ Abschaffung der WLAN-Störerhaftung
- ▶ Reduzierung der Übernachtungs-MwSt. auf 7 %
- ▶ Befristete Reduzierung der Speisen-MwSt. auf 7 %
- ▶ Investitionsförderung für die Gastronomie
- ▶ Erhalt der Minijob-Regelung
- ▶ Erhalt von steuerfreien Sonn-/Feiertags- und Nachtzuschlägen
- ▶ Erhalt von steuerlicher Abzugsfähigkeit von Bewirtungskosten
- ▶ Ausnahmen vom Rauchverbot für Eckkneipen in Niedersachsen
- ▶ Verhinderung der Erhebung einer Getränkesteuer
- ▶ Verhinderung einer Hygieneampel für Niedersachsen
- ▶ Abschaffung der Trinkgeldbesteuerung