



 **DEHOGA**
Zeit für echte Lösungen

Die 7% haben einen Namen: **DEHOGA**

Damit ALLE gewinnen.

GESCHÄFTSBERICHT
2024/2025

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 2024/2025	04
Gastgewerbe im Zahlenspiegel	05
Mehrwertsteuersenkung auf Speisen	06
Bettensteuer Mindestlohngesetz	07
Direkt buchen – Booking	08
Urheberrechtsgesetz – Verwertungsgesellschaften	09
Verpackungssteuer	11
Staatliche Förderung in Folge der Corona-Krise	12
Energieberatung	12
Energie und Nachhaltigkeit	13
Bio-Außer-Haus-Verpflegung-Verordnung	15
Klimabewusst Zukunft gestalten	16
Wochenarbeitszeit	17

2. TARIFWESEN

Entgelttarifvertrag und Ausbildungsvergütungen	18
Manteltarifvertrag	19
Tarifvertrag Altersvorsorge	19

3. BERUFSAUSBILDUNG

Gastrostarter	20
Thamm Plus Messestand	21
Ausbildungsverhältnisse Stand 31.12.2024	22
Abschlussprüfungen 2024	23
Niedersächsische Jugendmeisterschaften	24
Medaillenspiegel	25
Berufsbildungsausschuss	26
TOP-Ausbildung	27
Senator-Willy-Heyrath-Stiftung	28
Förderungsgesellschaft des niedersächsischen Hotel- und Gaststättengewerbes mbH	28

4. WEITERBILDUNG

DEHOGA Akademie Online-Seminare	29
-----------------------------------	----

5. MARKETING UND KOMMUNIKATION

One Dehoga App	30
Corporate Design	30
DEHOGA Magazin	31
E-Mail-Newsletter	31
Website	31
Social Media	32

6. TOURISMUS

Tourismusverband Niedersachsen	34
TourismusMarketing Niedersachsen GmbH	35
ServiceQualität Deutschland	35

7. VERANSTALTUNGEN

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

8. KLASSIFIZIERUNG

Hotelstars Union	38
Deutsche Hotelklassifizierung	40
Hotelsterne in Niedersachsen	40
G-Klassifizierung	42
Hotelstars.eu	42

9. DEHOGA INTERN

Junger DEHOGA Niedersachsen	43
Betriebswirtschaftliche Kurzberatung	44
Energieberatung	44
Rechtsschutzversicherung	45
Mitgliederwerbung	46

10. ANSPRECHPARTNER

Übersicht Landesverband	48
Übersicht Bezirks- und Kreisverbände	50
Übersicht der Gastgewerbeverbände	52



BRANCHENTHEMEN

SAISONBERICHT 2024/2025

Die wirtschaftliche Lage hat sich in 2024 nicht erholt und die Umsätze sind weiter gesunken. Nach wie vor kämpft das Gastgewerbe weiter mit großen Herausforderungen. Insbesondere der Rückgang der Gästezahlen aufgrund von Konsumverhalten betrachten 75,1 % der Betriebe mit großer Sorge. Auch die drohenden Rückzahlungen der Corona-Hilfen lässt das Gastgewerbe nicht zur Ruhe kommen.

Zu den Herausforderungen im Wirtschaftsjahr 2025 zählen nach wie vor an erster Stelle die Personalkosten (78,1 %), die Preisentwicklung bei Lebensmitteln (75,36 %) und die steigenden Energiekosten (70,5 %). Die Sorgen liegen auch bei zunehmender Bürokratie (67,6 %), der nach wie vor geltende 19 % Mehrwertsteuersatz auf Speisen (66,0 %) und beim Mitarbeitermangel (47,9 %).

Für 2025 zeichnet sich bislang eine relativ stabile Geschäftslage allerdings mit leicht rückläufigen Zufriedenheitswerten ab. Viele der niedersächsischen Betriebe blicken mit Unsicherheit und allenfalls verhaltenem Optimismus auf die Sommer- bzw. Wintersaison. 73,4 % der Unternehmen zeigen sich zufrieden bis sehr zufrieden mit der Geschäftslage; nur rund 24,7 % bezeichnen diese als gut. Höhere Umsatzzahlen können 55,2 % verzeichnen; bei 23 % sind diese gesunken. Es hat sich herausgestellt, dass die Umsatzentwicklungen in der Gastronomie positiver ist, als die im Beherbergungsgewerbe.

Für die Sommersaison 2025 plant nur noch etwa jedes dritte Unternehmen die Übernachtungs- bzw. Verzehrpriese zu erhöhen. Bei der Beschäftigung weist das Gesamtgewerbe eine negative Tendenz auf. So beabsichtigen knapp 28 % der Unternehmer die Zahl der Beschäftigten zu reduzieren. Eine Verstärkung der Mitarbeiteranzahl planen dagegen nur 2,6 %.

Als größte Risiken für die wirtschaftliche Entwicklung sieht das Gastgewerbe die Arbeitskosten mit 96,7 %, gefolgt von den Kosten für Energie, Rohstoffe und Lebensmittel mit 75,3 %, die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen mit 61,3 % und dem Arbeits- bzw. Fachkräftemangel mit 49,3 %. Die Arbeitskosten werden damit zum zweiten Mal in Folge als größte Herausforderung gewertet und liegen nun auf einem Allzeithoch. Die Finanzierungsproblematik wird inzwischen von jedem vierten Unternehmer (24 %) als Risiko bewertet und hat damit an Bedeutung kräftig zugelegt. Die Investitionstätigkeit nimmt im Vergleich zum Frühjahr 2024 kräftig ab. Nur etwas mehr als 1/3 der Unternehmer beabsichtigt verstärkt oder zumindest im gleichbleibenden Masse zu investieren. 48 % planen keine Investitionen.

Um hier entgegenzusteuern, bleibt es weiterhin wichtig, Unternehmen und Mitarbeitern verlässliche Perspektiven zu geben und die Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe zu stärken. In diesem Zusammenhang liegt die Hoffnung weiterhin auf der dauerhaften Absenkung der 7 % Mehrwertsteuer auf Speisen für unsere Betriebe.

(*Renate Mitulla/Claudia Weiß)

DAS NIEDERSÄCHSISCHE GASTGEWERBE IM ZAHLENSPIEGEL

UMSATZENTWICKLUNG IN NIEDERSACHSEN
2022–2024

	2022	2023	2024
	Mill. Euro	Mill. Euro*	Mill. Euro*
Gastgewerbe Niedersachsen	5750	6283	6336
davon Beherbergung:	2326	2581	2608
Hotels (ohne Hotels garni)	1503	1772	1790
Hotels garni	185	231	223
Gasthöfe	187	153	155
Pensionen	121	54	52
Ferienunterkünfte u. Ä.	306	168	177
Camping	86	81	84
sonstiges Beherbergungsgewerbe	6	8	8
davon Gastronomie:	3521	3817	3846
Restaurants mit Bedienung	1313	1635	1624
Restaurants mit Selbstbedienung	750	649	634
Imbissstuben	159	478	506
Cafés	309	180	182
Eisdielen	111	185	183
Caterer & sonst. Verpfl. Dienstl.	675	761	796
sonst. verpfl. Dienstleistungen (ehem. Kantinen)	550	653	667
Schankwirtschaften	233	220	215
Diskotheken und Tanzlokale	34	66	73
sonst. getränkegeprägte Gastronomie	2	25	26

Stand Juli 2025 mit Korrekturen für 2023.
Die Angaben des mit „*“ gekennzeichneten Jahres sind vorläufig.
Quelle: LSN Tabelle 621 – Berichtsmonat 12/2024

BESCHÄFTIGTE IM GASTGEWERBE INSGESAMT

	2022	2023	2024
Gesamt	185.432	194.970	195.739
sozialversicherungs- pflichtig Beschäftigte	85.589	86.880	87.237
geringfügig entlohnte Beschäftigte	99.843	108.090	108.502

Quelle: Bundesagentur für Arbeit

BEHERBERGUNGSBETRIEBE (MIN. 10 BETTEN)

Beherbergungsart	2022	2023	2024
Hotels	1.177	1.180	1.167
Hotels garni	653	672	691
Gasthöfe	462	421	405
Pensionen	398	397	382
Insgesamt	2.690	2.670	2.645

* Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen (LSN)

BETTENKAPAZITÄTEN

Beherbergungsart	2022	2023	2024
Hotels	89.730	91.465	91.042
Hotels garni	29.017	30.776	32.697
Gasthöfe	13.262	12.518	11.842
Pensionen	10.867	10.471	10.202
Insgesamt	142.876	145.230	145.783

* Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen (LSN)

DURCHSCHNITTliche AUSLASTUNG IN PROZENT

Beherbergungsart	2022	2023	2024
Hotels	37,3	39,4	39,5
Hotels garni	38,5	40,1	39,4
Gasthöfe	31,7	32,8	31,1
Pensionen	36,1	36,3	35,3

* Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen (LSN)

(*Claudia Weiß)

MEHRWERTSTEUERSENKUNG AUF SPEISEN

Im letzten Geschäftsbericht 2023/2024 hieß es: „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.“

Es ging durch den Bruch der Ampel-Koalition auf Bundesebene ein wenig früher als erwartet mit dem Wahlkampf los. Dabei gelang es in großer Geschlossenheit aller Verbandsebenen vom Bund bis in die Regionen eine Kampagne auf's Gleis zu setzen, die durch viele vor Ort persönlich geführte Gespräche mit Politikerinnen und Politikern sowie mit Reichweite über verschiedene Social Media-Kanäle den gewünschten Erfolg gezeitigt hat (<https://www.dehoga-niedersachsen.de/branchenthemen/mehrwertsteuer/>).

Die gastgewerblichen Unternehmerinnen und Unternehmer haben mit den Verbänden der DEHOGA-Familie gemeinsam der Politik deutlich vor Augen geführt, wie wichtig es ist, die ungerechte Besteuerung von Speisen mit 19 % zurückzuführen. Die Koalitionäre auf Bundesebene von CDU/CSU und SPD

haben mit der Verankerung der Reduzierung des Mehrwertsteuersatzes von 19 % auf 7 % zum 01.01.2026 für Speisen im Gastgewerbe gezeigt, dass sie verstanden haben, worum es geht – nämlich um schlichtweg nicht mehr und nicht weniger als die Zukunft gastgewerblicher Betriebe in Deutschland.

Sicherlich gibt es Betriebe, die sich in Anbetracht von Kostenexplosionen einen früheren Start des reduzierten Mehrwertsteuersatzes gewünscht hätten. In Erinnerung ist vielen im Gastro-Bereich auch, dass bereits in der Wahlarena zur Bundestagswahl 2021 vom seinerzeitigen SPD-Kanzlerkandidaten und späteren Bundeskanzler Olaf Scholz mit Blick auf die zu Corona-Zeiten abgesenkte Mehrwertsteuer gesagt worden war:

„Wir haben die Mehrwertsteuer für Speisen in der Gastronomie gesenkt und das noch mal verlängert, und ich will Ihnen gern versichern: Ich habe dieser Verlängerungsentscheidung zugestimmt und der Einführung in dem sicheren Bewusstsein: Das schaffen wir nie wieder ab.“

Nun erwarten die betroffenen Betriebe zu Recht die Umsetzung der Aussage im Koalitionsvertrag zwischen Union und SPD, wo es auf Seite 47 (Z. 1498, 1499) heißt: „Die Umsatzsteuer für Speisen in der Gastronomie wird zum 01.01.2026 dauerhaft auf sieben Prozent reduziert.“

Übrigens käme Deutschland auch im europäischen Vergleich wieder mehr an andere Länder heran, gilt doch ein reduzierter Mehrwertsteuersatz auf Lebensmittel im Gastgewerbe aktuell in 20 von 27 EU-Staaten.

(*Mark Alexander Krack)

Aus dem Koalitionsvertrag:

**Ab 1.1.2026
kommen die
7% dauerhaft!**

Unser DEHOGA Einsatz
hat sich gelohnt.

Damit ALLE gewinnen.

BETTENSTEUER

Seitdem das Bundesverfassungsgericht im Mai 2022 auf vier Verfassungsbeschwerden von Hoteliers aus Hamburg, Bremen und Freiburg im Breisgau hin die sogenannte Bettensteuer, eine Abgabe auf entgeltliche Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben, für verfassungskonform erklärt hat, scheint dieses Finanzierungsinstrument in Zeiten klammer Kassen von Kommunen immer wieder auf.

Der DEHOGA lehnt Bettensteuern und ihrem Wesen nach vergleichbare Belastungen des Wirtschaftsbereichs im Abgabewege klar ab – dies hat im Wesentlichen ordnungspolitische wie steuersystematische Gründe. Es ist einseitig und ungerecht, dass mit dem Hotel- und Übernachtungsgewerbe ein Wirtschaftssegment herausgegriffen wird, das in ohnehin angespannten Zeiten allein die Zusatzbelastungen ertragen und umsetzen soll. Fakt ist nämlich, dass vom Privat- und Geschäftsreiseturismus zum einen nachweislich eine Vielzahl von Branchen profitieren, z. B. in erheblichem Maße auch der lokale Einzelhandel. Zum anderen trägt die Hotellerie durch eigenfinanzierte Marketingmaßnahmen selbst erheblich zur Belebung des Tourismus bei und leistet damit einen starken Beitrag für die wirtschaftliche Entwicklung in den Kommunen – auch in und für andere Branchen.

Mit der On-top-Belastung Bettensteuer, die nicht nur bei den betroffenen Unternehmen, sondern auch in den Verwaltungen der Kommunen mit weiterem Kostenaufwand umgesetzt und administriert werden muss, werden sinnvoll anderweitig einzusetzende Ressourcen und Investitionen gehemmt. Als wichtige Leistungsträger vor Ort schaffen unsere Beherbergungsbetriebe nicht nur Arbeitsplätze, sondern holen Leben in die Städte und Gemeinden. Die Kommunen müssen daher ein vitales Interesse daran haben, dass sich die Betriebe und ihre zentralen Bereiche weiterentwickeln können. Zusätzliche Aufwands- und Kostenbelastungen sind nicht geeignet, dieses Ziel zu fördern und Stätten des Zusammenkommens, die häufig auch im Wettbewerb zu anderen Standorten stehen, nachhaltig die notwendige Luft zum Atmen zu geben.

Aktuell erheben jedenfalls folgende Kommunen Bettensteuern bzw. sind in Vorbereitungen dafür: Hannover, Garbsen, Langenhagen, Hann. Münden, Hildesheim, Cuxhaven, Lüneburg, Faßberg, Leer, Bleckede an der Elbe, Emden, Springe, Hameln, Adendorf, Amt Neuhaus, Lembruch, Laatzen, Stade, Emden, Osnabrück und Soltau.

(*Mark Alexander Krack)

GESETZLICHER MINDESTLOHN

Seit dem Jahresbeginn 2015 gibt es in Deutschland einen gesetzlich determinierten Mindestlohn, der seinerzeit bei einem Betrag von 8,50 Euro pro Arbeitsstunde startete und zuletzt ab dem 01.01.2025 bei 12,82 Euro pro Arbeitsstunde lag. Seit der Einführung des gesetzlichen Mindestlohns durch das Mindestlohngesetz (MiLoG) gibt es immer wieder – vornehmlich zu Zeiten von Wahlkämpfen – politische Akteurinnen und Akteure, die meinen, dass es Teil des politischen Schlagabtauschs sei, sich in die gesetzlich vorgesehenen Abläufe des MiLoG einzumischen und die Vorbestimmung des richtigen gesetzlichen Mindestlohns nicht der hierfür eingerichteten Mindestlohnkommission zu überlassen, sondern selbst die Zielgrößen vorzugeben. Das ist fraglos der falsche Weg.



Die Mindestlohnkommission hat im Juni 2025 einstimmig entschieden, dass zum 01.01.2026 der gesetzliche Mindestlohn auf 13,90 Euro pro Arbeitsstunde steigen soll. Ab dem 01.01.2027 soll sodann eine Steigerung auf 14,60 Euro erfolgen.

Ausgehend vom derzeitigen gesetzlichen Mindestlohn von 12,82 Euro pro Arbeitsstunde seit dem 01.01.2025 stellt die Steigerung auf 13,90 Euro einen Anstieg um 8,4 % dar. Das ist schon ein gehöriger Schluck aus der Pulle, der für die Betriebe in verschiedenen Wirtschaftsbereichen eine erhebliche Herausforderung darstellt. Mit der zum 01.01.2027 dann weiter folgenden Steigerung auf 14,60 Euro je Arbeitsstunde ist für zwei Jahre ein Anstieg von insgesamt 13,9 % ausgehend vom heutigen gesetzlichen Mindestlohn eine deutliche Ansage.

Wenngleich die zum 01.01.2026 folgende Erhöhung sich noch unterhalb des aktuellen Einstiegs-Tarifentgelts nach dem Entgelttarifvertrag für das Hotel- und Gaststättengewerbe in Niedersachsen befindet, muss angesichts der Steigerungsraten beim gesetzlichen Mindestlohn kein Prophet sein, um zu prognostizieren, dass die im kommenden Jahr zu erwartende neue Entgeltrunde bei den hiesigen Tarifverhandlungen unter Druck geraten wird.

(*Mark Alexander Krack)

EUROPAWEITES KOSTENFREIES ONLINE-PORTAL

„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.

(*Renate Mitulla)

KLAGE GEGEN BOOKING.COM

Nationale Hotelverbände aus über 25 europäischen Ländern, darunter der Hotelverband Deutschland (IHA), haben sich zu einer wegweisenden gesamteuropäischen Sammelklage gegen Booking.com zusammengeschlossen. Diese gemeinsame Initiative wird von HOTREC, unserem Dachverband der Hotels, Restaurants, Bars und Cafés in Europa, unterstützt.

Diese neue, diesmal pan-europäische Sammelklage folgt dem Muster und Vorbild unseres bereits seit vier Jahren laufenden Klageverfahrens gegen Booking.com vor dem Bezirksgericht Amsterdam und dem Landgericht Berlin. Der IHA Hotelverband steht uneingeschränkt hinter dem neuen pan-europäischen Verfahren, das von unseren bewährten Anwälten und Prozessfinanzierern geführt und unterstützt wird. Das neue Verfahren hat somit auch allen deutschen Hotels, Hotels garnis, Pensionen und Gasthöfen, die sich 2020 an unserer „daBeisein“-Initiative letztlich nicht beteiligt haben, eine neue und wohl auch letzte Chance eröffnet, sich noch bis zum Sommer na dem Verfahren zu beteiligen.

Seit 2020 unterstützen zahlreiche Hoteliers, auch aus Niedersachsen, die Klage gegen Booking.com. Diese Verfahren profitieren automatisch von der europaweiten Klage.

Der Schaden, der den Hotels durch die Anwendung der wettbewerbswidrigen Paritätsklauseln durch Booking.com entstanden ist, ist sicher vielschichtig und seine Quantifizierung äußerst komplex. Eine vorläufige Einschätzung deutet jedoch darauf hin, dass die Hotels 30 % oder mehr der seit 2004 an Booking.com gezahlten Gesamtprovisionen zuzüglich Zinsen zurückerhalten könnten.

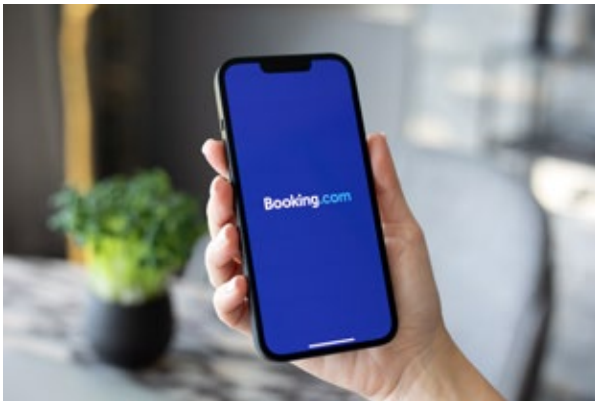
Und ganz unabhängig vom völlig legitimen finanziellen Argument ist es für die Hotellerie wichtig, dem dominierenden Marktführer unter den Online-Buchungsportalen kraftvoll zu signalisieren, dass sich die Branche ein „Weiter so“ vom digitalen Gatekeeper nicht gefallen lässt!

Hintergrund:

Bereits im Jahr 2015 hatte das deutsche Bundeskartellamt festgestellt, dass Booking.com mit der Verwendung von so genannten Paritätsklauseln gegen Kartellrecht verstoßen hatte. Durch diese Klauseln wurde der Wettbewerb zum Nachteil der Hotellerie massiv beschränkt. Es schlossen sich zunächst Vergleichsgespräche zwischen dem Hotelverband Deutschland (IHA) und Booking.com über eine angemessene Entschädigung deutscher Hoteliers an, die Booking.com jedoch überraschend und einseitig beendete. Offenbar wurde Booking.com seinerzeit dahingehend beraten, im Rahmen eines so genannten negativen Feststellungsklageverfahrens von den Gerichten in den Niederlanden feststellen zu lassen, dass deutschen Hoteliers keine Schadensersatzansprüche gegen Booking.com zustehen. In der Folge erhob Booking.com Klage gegen mehrere hundert deutsche Hotels vor dem Bezirksgericht Amsterdam. Ein Zwischenergebnis dieses (noch laufenden) Verfahrens ist das Urteil des Europäischen Gerichtshofs vom 19. September 2024, das die Feststellungen des Bundeskartellamts aus dem Jahr 2015 bestätigte, wonach die Paritätsklauseln von Booking.com gegen das EU-Wettbewerbsrecht verstoßen. Aus diesem Urteil des höchsten europäischen Gerichts lässt sich ungezwungen ableiten, dass sämtlichen europäischen Hotels Schadensersatzansprüche gegen Booking.com zustehen, die nun im Rahmen der von HOTREC unterstützten Sammelklage geltend gemacht werden sollen.

Fast zwei Jahrzehnte lang benachteiligten diese Paritätsklauseln europäische Hotels erheblich im Wettbewerb: Sie eliminierten den Preiswettbewerb zwischen Booking.com und anderen Online-Plattformen und führten hierdurch zu überhöhten Provisionen, die von den Hotels gezahlt werden mussten. Zudem hinderten die Klauseln Hotels daran, auf ihren eigenen Websites bessere Preise oder Verfügbarkeiten anzubieten – was die direkten Buchungen und die unternehmerische Freiheit der Hotels massiv einschränkte. Die wettbewerbswidrige Praxis der Paritätsklauseln von Booking.com hat Hotelbetriebe in ganz Europa erheblichen finanziellen Schaden zugefügt. Nach den allgemeinen Grundsätzen des europäischen Wettbewerbsrechts haben betroffene Hotels Anspruch auf Schadenersatz von Booking.com für die erlittenen finanziellen Verluste.

Die Klage wird von einem Team aus erfahrenen und anerkannten Wettbewerbsrechtlern, Prozessanwälten und Ökonomen geführt, die bereits das erfolgreiche EuGH-Urteil vom 19. September 2024 erreicht haben. Die Klage wird von der nach niederländischem Recht gegründeten Stiftung Hotel Claims Alliance koordiniert und vor Gerichten in den Niederlanden eingebracht, um eine einheitliche und effiziente Durchsetzung in ganz Europa zu ermöglichen.



Die Initiative wird von den nationalen Hotelverbänden der folgenden Länder unterstützt: Belgien, Dänemark, Deutschland, Estland, Finnland, Griechenland, Großbritannien, Island, Italien, Irland, Kroatien, Lettland, Liechtenstein, Litauen, Luxemburg, Malta, Niederlande, Norwegen, Österreich, Polen, Portugal, Rumänien, Schweiz, Slowakei, Slowenien, Tschechische Republik, Ungarn und Zypern.

(*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.

ERFOLG IM KLAGEVERFAHREN GEGEN DIE GEMA

Da hat der DEHOGA zusammen mit der Bundesvereinigung der musikveranstaltenden Betriebe ganze Arbeit geleistet: In dem Rechtsstreit zur Anhebung des GEMA-Tarifs für Fernseher (FS-Tarif) hat der Bundesgerichtshof (BGH) im Verfahren gegen die GEMA zum Fernsehtarif die Nichtzulassungsbeschwerde zurückgewiesen. Das Urteil des OLG München vom 17. Mai 2024 ist damit rechtskräftig.

Nach mehreren Verhandlungsrunden und der anschließend notwendig gewordenen Beschreitung des Rechtswegs ist es dem DEHOGA zusammen mit der Bundesvereinigung der musikveranstaltenden Betriebe gelungen, die gemeinsame Position gegenüber der GEMA durchzusetzen und die Streitigkeit im Sinne unserer Mitglieder erfolgreich zu beenden. Wir konnten nicht nur eine Preiserhöhung der GEMA abwehren, sondern auch aktiv eine Verbesserung der Konditionen und eine angemessene Tarifierung erreichen.

Hintergrund:

Das FS-Verfahren betrifft Musikdarbietungen bei der Wiedergabe von Fernsehsendungen zur Unterhaltung ohne Veranstaltungscharakter, insbesondere in Gaststätten, Aufenthaltsräumen und im Handel. Im Mittelpunkt steht der sogenannte FS-Tarif der GEMA, bei dem für die Vergütung maßgeblich auf die genutzten Fernsehgeräte bzw. Bildschirme und Beamer abgestellt wird.

Das Verfahren wurde im Jahr 2018 von der BVMV (DEHOGA und HDE) eingeleitet. Es stand zu befürchten, dass aufgrund der Marktentwicklung im TV-Bereich tausende Nutzer aus dem normalen Fernsehtarif (Fernsehgrößen bis 42 Zoll) in den Großbildschirmtarif (ab 43 Zoll) eingestuft worden wären. Dies hätte erwartbar zu drei- bis vierfach höheren Gebühren geführt. Zuletzt erging in diesem Verfahren am 17. Mai 2024 ein Urteil des Oberlandesgerichts München (Az.: 38 Sch 57/22 WG e).

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 Grafikerdesigner.

■ 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.

- Zuzüglich alle Vergütungssätze, die die GEMA ansonsten erhebt (z. B. Hintergrundmusik, Veranstaltungen mit oder ohne Musiker)
- Zuzüglich des Rundfunk-Beitrages (ehemals GEZ-Gebühren)
- Zuzüglich Kabelgebühren oder Investition für Satellitenempfang

(*Renate Mitulla)



VERPACKUNGSSTEUER NEIN DANKE

Das Urteil des Bundesverfassungsgerichts zur Verpackungssteuer hat bundesweit Kommunen die Motivation gegeben, eine kommunale Steuer nach Tübinger Vorbild einzuführen. Viele Städte signalisieren bereits eine Einführung. In Übereinstimmung lehnen der DEHOGA Niedersachsen, die IHK und die Handwerkskammer die Einführung einer Verpackungssteuer auf Einwegbecher, -verpackungen oder auch -strohalme ab und setzen auf die eigenständige umweltbewusste unternehmerische Entscheidung der Betriebe, die aus unterschiedlichen Gründen vielfach schon heute Nachhaltigkeitsaspekte berücksichtigen.

Die Gastronomie und Hotellerie haben bereits erhebliche Anstrengungen unternommen, ihre Gäste zu Mehrwegverpackungen zu motivieren, und sind sich der Verantwortung bewusst, ihren ökologischen Fußabdruck zu minimieren. Hier einige Beispiele, wie Einwegverpackungen effektiv vermieden werden können:

Mehrwegsysteme für Speisen zum Mitnehmen: In vielen Städten wurden bereits etablierte Mehrwegsysteme wie „Recup“ und „Rebowl“ erfolgreich eingeführt. Diese Systeme bieten den Kunden die Möglichkeit, Mahlzeiten und Getränke in wiederverwendbaren Behältern zu kaufen, die nach der Nutzung gegen saubere, leere Behälter eingetauscht werden können. Ein weiteres Beispiel ist „to-good-to-go“, eine App, die es Gastronomiebetrieben ermöglicht, überschüssige Lebensmittel zu einem reduzierten Preis anzubieten und damit auch Verpackungsmüll zu reduzieren.

Mehrweg-Getränkebecher: Einwegbecher für Kaffee und andere Getränke sind ein weiteres großes Problem in der Verpackungsabfallproduktion. Verschiedene Städte haben schon das Konzept von Mehrwegbechersystemen eingeführt, etwa durch die Unterstützung von Kaffee Ketten und Einzelhändlern, die Mehrwegbecher zur Verfügung stellen, die im Austausch gegen die Becher von Kunden wiederverwendet werden können.

Vermeidung von Plastikbesteck und -geschirr: In vielen Betrieben werden Einwegplastikbestecke durch umweltfreundlichere Alternativen wie Bestecke aus Bambus oder Zuckerrohr ersetzt. Einige Betriebe bieten auch den Verzicht auf Besteck an, wenn Gäste ihre Speisen selbst mitnehmen.

Zudem ist die Akzeptanz von Mehrwegsystemen bei den Konsumenten mittlerweile zunehmend hoch. Umfragen und Studien belegen, dass Verbraucher immer mehr bereit sind, für Nachhaltigkeit zu bezahlen und auf Einwegprodukte zu verzichten, wenn ihnen praktikable Alternativen angeboten werden. Insbesondere in größeren Städten hat sich die Zahl der Verbraucher, die bereit sind, Mehrwegbehälter zu nutzen, in den letzten Jahren deutlich erhöht. Dies zeigt sich auch in der positiven Rückmeldung zu Systemen wie „Recup“ oder „Rebowl“, die von den Gästen sehr gut angenommen werden.

Die Gastronomiebranche ist daher keinesfalls passiv in Bezug auf Nachhaltigkeit, sondern unternimmt bereits viele Schritte, um Verpackungsabfälle zu reduzieren und auf nachhaltige Lösungen umzusteigen. Doch eine Steuer auf Einwegverpackungen würde nicht nur zu höheren Kosten und weiteren bürokratischen Lasten führen, sondern auch die Wettbewerbsfähigkeit unserer Betriebe gefährden – insbesondere in einer Zeit, in der viele Unternehmen bereits mit steigenden Rohstoffpreisen und Energiepreiskosten zu kämpfen haben.

Darüber hinaus ist die Gefahr groß, dass eine solche Steuer nicht wie gewünscht für die Umwelt, sondern für andere, nicht nachhaltige Projekte verwendet wird. Der Steuerbetrag könnte zweckungebunden ausgegeben werden, was die Transparenz und Wirksamkeit der Maßnahme infrage stellt. Ein derartiger Schritt würde das Vertrauen der Unternehmer in die Nachhaltigkeitsbemühungen der Städte und Kommunen erheblich beeinträchtigen.

Die Lösung für weniger Verpackungsabfälle liegt nicht in zusätzlichen Steuerlasten und weiterer Bürokratie in den Betrieben und der Verwaltung, sondern in einer intensiveren Zusammenarbeit zwischen Stadtverwaltung, Unternehmen und Verbrauchern, um nachhaltige Alternativen zu fördern und konkrete, praktikable Maßnahmen zu entwickeln. Ein transparenter Dialog, gepaart mit klaren Anreizen für den Umstieg auf Mehrwegverpackungen, wäre hier der deutlich effektivere Weg.

Daher wird sich der DEHOGA Niedersachsen auch weiterhin verstärkt gegen die Einführung einer solchen Steuer einsetzen.

(* Renate Mitulla)

STAATLICHE HILFEN IN DER CORONA-KRISE UND IHRE NACHWEHEN

Wenngleich es auch solche gegeben hat, die auf der Strecke geblieben sind, steht es außer Frage, dass ohne die staatlichen Unterstützungsleistungen während der Corona-Pandemie eine Vielzahl von Betrieben nicht überlebt hätte.

Von maßgeblicher Bedeutung bei den Corona-Wirtschaftshilfen war das Tempo ihrer Auszahlung. Erwartbar war aber auch, dass eine nachträgliche Prüfung der einzelnen Fälle im Zuge der Schlussabrechnungen erfolgen würde. Die Empfängerinnen und Empfänger von Unterstützungsleistungen mussten ihre Schlussabrechnungen bis zum 30.09.2024 bei der bewilligenden Stelle einreichen. Für Niedersachsen kommt diese Rolle der NBank zu, der für die im hiesigen Bundesland gelegenen Betriebe die Prüfung der bundesweit einheitlichen Förderkriterien obliegt und die die Unterstützungshöhe final bestimmt. Unternehmen, deren Umsätze im Ergebnis schlechter ausfielen als mit der Antragstellung prognostiziert, haben mit der Schlussabrechnung eine Nachzahlung erhalten. Es hat jedoch auch eine ganze Reihe umgekehrt liegender Fälle gegeben, wo die NBank Unterstützungszahlungen teilweise oder ganz zurückgefordert hat. Wir haben in den Ausgaben des DEHOGA Magazin im Juni und August 2025 in ausführlichen Interviews mit Michael Kiesewetter, dem Vorstandsvorsitzenden der NBank, und Klaus Hawellek, einem Fachanwalt für Steuerrecht, die Herausforderungen der Abwicklung der Corona-Unterstützungsleistungen beleuchtet.

Aus dem Kreise unserer Mitgliedsbetriebe wurde uns mehrfach berichtet, dass bei den Schlussabrechnungen der Überbrückungshilfen – insbesondere ab der Überbrückungshilfe III – von der NBank die Angemessenheit von Ausgaben, die während der Pandemie vorgenommen wurden, hinterfragt wird. Die FAQs zur Überbrückungshilfe III ihrerseits sehen dagegen keine derartige nachträgliche Wirtschaftlichkeitsprüfung einzelner Anschaffungen vor, heißt es dort doch unter Ziffer 3.12 hinsichtlich der Schlussabrechnung lediglich, dass eine Überprüfung der tatsächlichen Umsatzeinbrüche, eine Überprüfung der tatsächlich angefallenen förderfähigen Fixkosten und ein Abgleich mit den prognostizierten Werten aus dem Antrag erfolgt. Die Bewertung der Angemessenheit oder Wirtschaftlichkeit einzelner Ausgaben findet sich dort mit keinem Wort. Es war Aufgabe der prüfenden Dritten (Steuerberatern, Wirtschaftsprüfern) die Plausibilität der Ansetzungen bereits bei der Antragstellung zu prüfen.

Klar ist jedenfalls, dass es angesichts unterschiedlicher Fragen und Sichtweisen von Fördergeber und betroffenen Unternehmen erst die Rechtsprechung sein wird, der die Aufgabe zufällt, zu klären, ob bestimmte Ansetzungen in den Schlussabrechnungen nach den Förderbestimmungen berechtigt Berücksichtigung finden müssen oder nicht. Das wird uns bis zur möglicherweise höchstrichterlichen Klärung noch ein paar Jahre begleiten.

(*Mark Alexander Krack)

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)

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

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.zugutfuertietonne.de/>

(*Renate Mitulla)



BIO-AUSSER-HAUS-VERPFLEGUNG-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 Ge-

samtwareneinkauf. 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 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

Zusammenarbeit mit der TourismusMarketing GmbH zum Wohle des Tourismus

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.

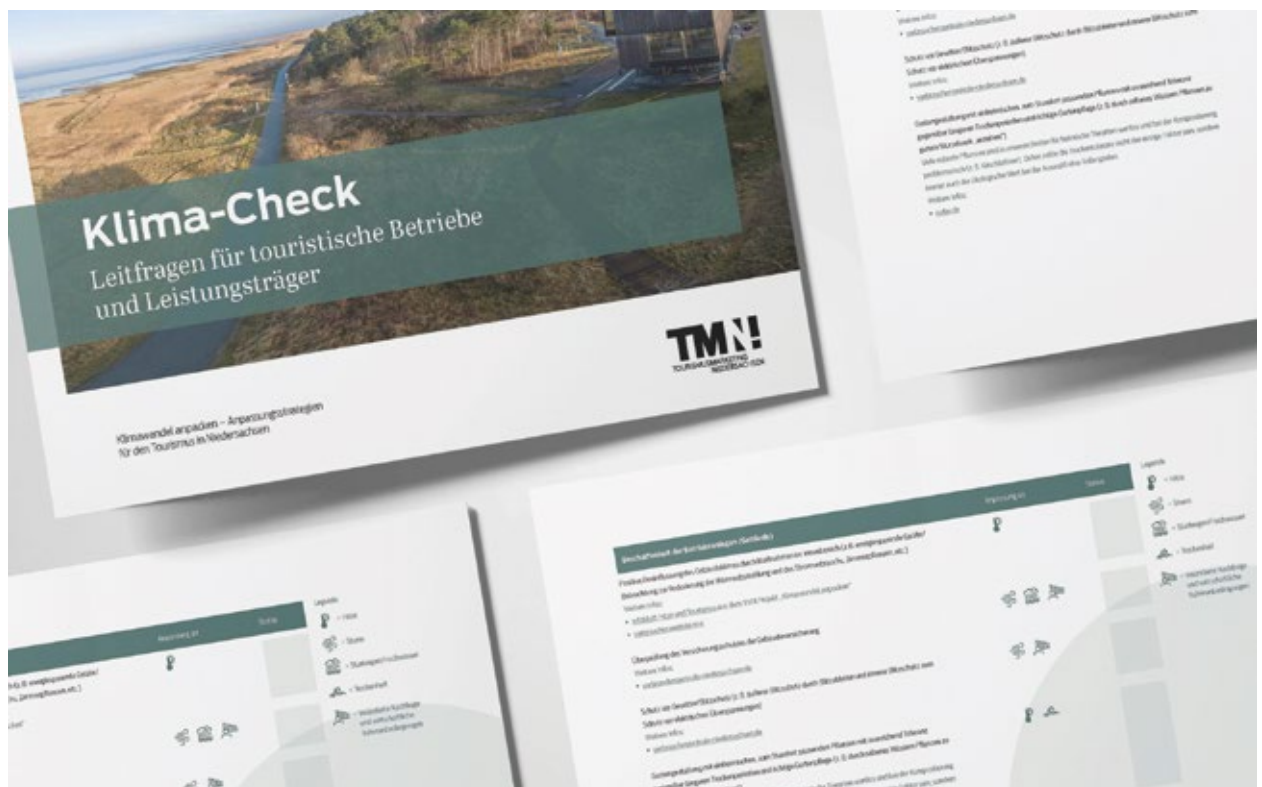
Es erfordert eine sorgfältige Planung und Anpassung, um die Attraktivität der Region zu erhalten und gleichzeitig die Umweltauswirkungen zu minimieren. Um dieser Herausforderung gerecht zu werden, haben sich die TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN) und der DEHOGA Niedersachsen zusammengeschlossen, 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/>

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 fortschrei-



tenden 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 Kohlendioxidstoß reduzieren können. Dazu gehören z.B. die DEHOGA Umweltbroschüre 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

AUF DEM WEG ZUR WOCHENARBEITSZEIT

Im Koalitionsvertrag zwischen CDU, CSU und SPD auf Bundesebene heißt es unter anderem: „[...] Die Arbeitswelt ist im Wandel. Beschäftigte und Unternehmen wünschen sich mehr Flexibilität. Deshalb wollen wir im Einklang mit der europäischen Arbeitszeitrichtlinie die Möglichkeit einer wöchentlichen anstatt einer täglichen Höchstarbeitszeit schaffen – auch und gerade im Sinne einer besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Zur konkreten Ausgestaltung werden wir einen Dialog mit den Sozialpartnern durchführen. [...]“

Wir begrüßen ausdrücklich, dass endlich gesetzlich die Möglichkeit einer wöchentlichen statt einer täglichen Höchstarbeitszeit geschaffen werden soll. Denn hierdurch wird ein bereits lange erforderliches Mehr an Flexibilität für Mitarbeitende und Betriebe erreicht. Dabei ist selbstverständlich, dass keine beschäftigte Person gegen ihren Willen zu einer höheren Arbeitszeit gezwungen werden darf. Ausgangspunkt bleibt das, was die Vertragspartner auf Arbeitgeber- und Arbeitnehmerseite miteinander ausgehandelt haben. Welche Aufteilung der vereinbarten Arbeitszeit für Mitarbeitende und Betriebe Sinn macht, ist sehr individuell. In diesem Bereich Lockerungen zu ermöglichen, ist ein guter Schritt.

In diesem Sinne setzen wir darauf, dass beim geplanten Dialog mit den Sozialpartnern die grundsätzliche Verständigung auf eine Wochenarbeitszeit nicht nachträglich verwässert wird, sei es beispielsweise durch etwaige Tarifvorbehalte oder bürokratische Einschränkungen.

(*Mark Alexander Krack)



TARIFWESEN

ENTGELTARIFVERTRAG UND AUSBILDUNGSVERGÜTUNGEN

Das niedersächsische Hotel- und Gaststättengewerbe hatte im Sommer 2024 für 2024 bis 2026 Entgelttarifverträge abgeschlossen. Dabei ist insbesondere mit Blick auf den räumlichen Geltungsbereich auf die folgenden Tarifwerke hinzuweisen:

■ TARIFGEBIET NIEDERSACHSEN (ohne Weser-Ems und Ostfriesische Inseln)

Mit Wirkung ab dem 01.08.2024 sind die Entgelte für alle Entgeltgruppen um + 4 % (Ausnahme: die neue Entgeltgruppe 3a - dort um + 2 %) angehoben worden. Ab dem 01.05.2025 wurde eine weitere Entgeltsteigerung erneut um + 4 % vorgesehen.

Ab dem 01.08.2024 sah die Tarifeinigung ein Ansteigen der Ausbildungsvergütungen auf 950 Euro im 1. Ausbildungsjahr, 1.050 Euro im 2. Ausbildungsjahr und 1.200 Euro im 3. Ausbildungsjahr vor, bevor dann zum 01.08.2025 ein Anstieg der Ausbildungsvergütungen auf 1.000 Euro im 1. Ausbildungsjahr, auf 1.100 Euro im 2. Ausbildungsjahr und auf 1.250 Euro im 3. Ausbildungsjahr Platz greifen sollte.

Der am 05.07.2024 geschlossene Entgelttarifvertrag kann erstmalig mit einer Frist von einem Monat zum 30.04.2026 gekündigt werden.

■ TARIFGEBIET WESER-EMS

Ab dem 01.06.2024 gilt hier ein neuer Entgelttarifvertrag mit einer Laufzeit von 25 Monaten. Dieser sieht eine Erhöhung der Entgelte in drei Stufen vor:

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 01.06.2024 auf 945 Euro im 1. Ausbildungsjahr im Betrieb, auf 1.060 Euro im 2. Ausbildungsjahr und auf 1.180 Euro im 3. Ausbildungsjahr. Eine weitere Erhöhung der Ausbildungsvergütungen erfolgt zum 01.06.2025 auf 985 Euro im 1. Ausbildungsjahr im Betrieb, auf 1.110 Euro im 2. Ausbildungsjahr und auf 1.230 Euro im 3. Ausbildungsjahr. Eine weitere Erhöhung der Ausbildungsvergütungen ist zum 01.01.2026 auf 1.020 Euro im 1. Ausbildungsjahr im Betrieb, auf 1.145 Euro im 2. Ausbildungsjahr und auf 1.275 Euro im 3. Ausbildungsjahr vorgesehen.

Der am 20.06.2024 geschlossene Entgelttarifvertrag kann mit Wirkung auf den 30.06.2026 gekündigt werden.

(*Mark Alexander Krack)

■ TARIFGEBIET OSTFRIESISCHE INSELN

Ab dem 01.06.2024 gilt auch hier ein neuer Entgelttarifvertrag mit einer Laufzeit von 25 Monaten, der folgende Entgelterhöhungen beinhaltet:

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 nach der Tarifeinigung ab dem 01.06.2024 auf 995 Euro im 1. Ausbildungsjahr, auf 1.100 Euro im 2. Ausbildungsjahr und 1.230 Euro im 3. Ausbildungsjahr. Eine weitere Erhöhung der Ausbildungsvergütungen erfolgt zum 01.06.2025 auf 1.035 Euro im 1. Ausbildungsjahr, auf 1.145 Euro im 2. Ausbildungsjahr und auf 1.280 Euro im 3. Ausbildungsjahr, bevor eine weitere Erhöhung der Ausbildungsvergütungen zum 01.01.2026 auf 1.080 Euro im 1. Ausbildungsjahr, auf 1.190 Euro im 2. Ausbildungsjahr und auf 1.335 Euro im 3. Ausbildungsjahr Platz greift.

Dieser ebenfalls am 20.06.2024 geschlossene Entgelttarifvertrag kann mit Wirkung auf den 30.06.2026 gekündigt werden.

MANTELTARIFVERTRAG

Die Manteltarifverträge für die drei Tarifgebiete Niedersachsen, Weser-Ems und ostfriesische Inseln hatten zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses dieses Geschäftsberichts ungekündigt Bestand.

(*Mark Alexander Krack)

TARIFVERTRAG ALTERSVORSORGE

Die Tarifverträge Altersvorsorge für die drei Tarifgebiete sind mit Wirkung auf den 01.01.2019 abgeschlossen worden.

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

Eine tarifvertragliche Kündigungsmöglichkeit wurde frühestens für den 31.12.2023 vereinbart, wenn sich der Kündigung alle Landesbezirke der NGG oder DEHOGA-Landesverbände, die den Tarifvertrag zur Altersversorgung anwenden, anschließen.

(*Mark Alexander Krack)



BERUFSAUSBILDUNG

GASTROSTARTER

Die Schule abgeschlossen – und nun? Diese Frage stellen sich jährlich viele Schülerinnen und Schüler und werden dabei vor die Herausforderung gestellt, die zahlreichen Ausbildungs- und Studienangebote zu durchforsten. Um auf das Gastgewerbe mit den umfangreichen Ausbildungsberufen aufmerksam zu machen, startete der DEHOGA Niedersachsen 2023 die Werbekampagne Gastrostarter. 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 potenziellen 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.

(*Sarah Blümel & Nicole Rösler)

THAMM PLUS – FAIRE GEWINNUNG VON AUSZUBILDENDEN AUS NORDAFRIKA

Der Landesverband wurde im Frühling dieses Jahres darauf aufmerksam gemacht, dass es in Kooperation mit der Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) die Möglichkeit gibt, im Rahmen des sogenannten Thamm-Plus-Programms Auszubildende in Niedersachsen eine Ausbildungsperspektive zu eröffnen. Das Projekt „Unterstützung regulärer Arbeitsmigration und -mobilität zwischen Nordafrika und Europa“ (THAMM Plus) fördert in Kooperation mit der Bundesagentur für Arbeit Wege der sicheren und fairen Arbeitsmigration für Auszubildende und Fachkräfte aus Ägypten, Marokko und Tunesien. Die Zusammenarbeit mit der marokkanischen Region Tanger–Tétouan–Al Hoceïma nahm im Jahr 2024 ihren Anfang – initiiert durch eine Delegationsreise unter der Leitung des damaligen Wirtschaftsministers Olaf Lies.

Aufgrund von bisher eher negativ gesammelten Erfahrungen sah der Verband die Notwendigkeit, dass eine Vertretung des Verbandes persönlich vor Ort sein sollte, um zentrale Kontakte aufzubauen und die Abläufe besser nachvollziehen zu können. „Mir war das besonders wichtig, denn auch uns haben im Vorfeld zahlreiche Bedenken und Herausforderungen erreicht. Darüber wollte ich mir selbst ein Bild machen. Wenn wir als Verband ein solches Projekt starten, dann müssen wir auch am Ende sagen können, wir wissen, wie es funktioniert“, erläutert Florian Hary. So machte sich der DEHOGA Präsident im Frühjahr auf den Weg nach Marokko, um 2 Wochen lang intensive Gespräche mit den Bewerbern zu führen.

Die Gespräche vor Ort zeigten auch auf, welche Ursachen in der Vergangenheit zu Ausbildungsabbrüchen in Deutschland geführt haben. Dabei wurde deutlich, dass manche ausländischen Vermittlungsagenturen eher wirtschaftliche Ziele verfolgen als die individuelle Eignung oder das Wohl der Bewerberinnen und Bewerber in den Mittelpunkt zu stellen. Das führt dazu, dass häufig junge Menschen vermittelt werden, die weder über ausreichende Sprachkenntnisse noch über die notwendige Vorstellung vom Berufsalltag im Gastgewerbe verfügen. Doch gerade die Sprachkenntnisse sind ein zentraler Erfolgsfaktor für eine gelingende Ausbildung in Deutschland. Für den DEHOGA Niedersachsen und die GIZ steht die Qualität der Bewerber im Vordergrund. Ein wichtiges Kriterium bleibt daher auch, dass die Kandidaten bereits Berufserfahrung in der Branche gesammelt haben und echtes Interesse

an einer Ausbildung zeigen. Der persönliche Austausch vor Ort ermöglicht eine viel bessere Einschätzung und Auswahl. Am Ende konnten 36 motivierte Kandidaten ausgewählt werden, die im nächsten Schritt Vorstellungsgespräche mit Ausbildungsbetrieben führen. Wir freuen uns, dass 7 junge Marokkaner und Marokkanerin ihre Ausbildung im August 2025 in Niedersachsen starten.

(*Florian Hary, Sarah Blümel)

MESSESTÄNDE FÜR BEZIRKS- UND KREISVERBÄNDE

In der Zeit, in der der Fachkräftemangel immer spürbarer wird, rückt die Bedeutung der beruflichen Bildung mehr denn je in den Fokus. Auszubildende sind die Fachkräfte von morgen – und es gilt, sie bereits heute zu erreichen, zu informieren und für die Chancen der dualen Ausbildung zu begeistern. Um junge Talente frühzeitig zu gewinnen, ist es entscheidend, diese über die richtigen Kanäle anzusprechen. Berufsbildungsmessen bieten hierbei eine ausgezeichnete Möglichkeit, um potenzielle Auszubildende direkt zu erreichen und diese von den Vorteilen der dualen Ausbildung zu überzeugen.

Doch nicht nur die Präsenz ist entscheidend – auch die Art und Weise wie der Messeauftritt gestaltet wird, spielt eine große Rolle.

Deshalb kam der Wunsch auf, einen einheitlichen gestalteten Messeauftritt für Ausbildungswerbung zu schaffen. Das Vorhaben wurde erfolgreich umgesetzt: Die Geschäftsstellen der Bezirksverbände wurden mit einheitlichen Messeständen ausgestattet, die dezentral gelagert werden. Dazu gehören u.a. Tresen und Info-Wände.

Mit diesen neuen Messeständen sind die Bezirke bestens vorbereitet, um bei den kommenden Messeauftritten einen einheitlichen und professionellen Auftritt zu gewährleisten und somit eine noch größere Reichweite bei den zukünftigen Azubis zu erzielen.

(*Sarah Blümel)

AUSBILDUNGSVERHÄLTNISSE 1. bis 3. AUSBILDUNGSJAHR – STAND 31.12.2024

	Zahl der Auszubildenden	Anteil in %
Köche/Köchinnen	1.434	32,1 %
Restaurantfachleute	35	0,8 %
Hotelfachleute	1.049	23,5 %
Hotelkaufleute	4	0,1 %
Fachkräfte im Gastgewerbe	8	0,2 %
Fachleute für Systemgastronomie	295	6,6 %
Fachkräfte für Gastronomie	674	15,1 %
Kaufmann/Kauffrau für Hotelmanagement	38	0,9 %
Fachleute für Restaurants und Veranstaltungsgastronomie	761	17,0 %
Fachkräfte Küche	133	3,7 %
Insgesamt	4.464	100,0 %

	Zahl der Auszubildenden	Veränderung in %
IHK Hannover	1.490	24,6
IHK Lüneburg-Wolfsburg	633	3,9
IHK Osnabrück-Emsland	489	6,3
IHK Ostfriesland u. Papenburg	518	10,4
IHK Elbe-Weser	368	16,1
IHK Oldenburg	661	36,3
IHK Braunschweig	305	-1,3
Insgesamt	4.464	16,1

(*Sarah Blümel)

ABSCHLUSSPRÜFUNGEN 2024

Kammerbezirk	Koch/Köchin		Restaurantfachmann/ Restaurantfachfrau		Hotelfachmann/ Hotelfachfrau		Hotelkaufmann/ Hotelkauffrau		Fachkraft im Gastgewerbe		Fachmann/ Fachfrau für Systemgastronomie		Fachkraft für Gastronomie		Fachkraft Küche		Fachmann/-frau für Restaurants und Veranstaltungs- gastronomie	
	best.	nicht best.	best.	nicht best.	best.	nicht best.	best.	nicht best.	best.	nicht best.	best.	nicht best.	best.	nicht best.	best.	nicht best.	best.	nicht best.
IHK Hannover	100	32	33	11	83	17	7	2	19	9	19	13	45	10	9	1		
IHK Lüneburg-Wolfsburg	48	19	19	1	46	5	2		9	6	11	3	9	2	5			
IHK Osnabrück-Emsland	42	9	13	6	27	4			4	2	19	10	17	4	3			
IHK Ostfriesland u. Papenburg	22	5	21	3	33	2	2	1	6	7	4	1	14	0				
IHK Elbe-Weser	23	5	13	1	23	3	1				3		16				2	
IHK Oldenburg	37	11	8	4	33	6	4	1	6	7	16	3	10	8	1	3		
IHK Braunschweig	36	7	10	1	20	2	9		4	2	8	2	7					
Insgesamt	308	88	117	27	265	39	25	4	48	33	80	32	118	24	18	4	2	0
Durchfallquote in %	22,2 %		18,8 %		12,8 %		13,8 %		40,7 %		28,6 %		16,9 %		18,2 %		0,0 %	

(*Sarah Blümel)

NIEDERSÄCHSISCHE JUGENDMEISTERSCHAFTEN 2025

Die Jugendmeisterschaften fanden vom 19. bis 20. März 2025 bereits zum dritten Mal im Berufsschulzentrum am Westerberg in Osnabrück statt. Dank des engagierten Einsatzes des Schulleiters Ulf Zumbrägel und seines motivierten Lehrerkollegiums, verlief die Veranstaltung wieder reibungslos.

An den zwei Wettkampftagen stellten sich 36 Auszubildende aus 12 Berufsbildenden Schulen in Niedersachsen der Herausforderung, ihr Können in den Fachrichtungen Koch/Köchin, Fachmann/-frau für Restaurants und Veranstaltungsgastronomie sowie Hotelfachmann/-frau unter Beweis zu stellen.

Die jungen Talente kämpften unter den kritischen Blicken der Jury um den begehrten Titel des Landesmeisters. Je nach Fachrichtung galt es sowohl mit theoretischem Wissen als auch praktischen Fähigkeiten zu überzeugen – alles unter dem Motto „Horses and Dreams“. Viele Einzeldisziplinen warteten auf den Top-Nachwuchs: Menüs kreieren, Kochen, Tische eindecken, Speisekarten gestalten, Dienstpläne schreiben, Verkaufsgespräche führen, Marketingkonzepte präsentieren und vieles mehr.

Ein echtes Highlight des Wettbewerbs war das Prüfungssessen. Die angehenden Köche und Köchinnen standen vor der Herausforderung, aus einem vorgegebenen Warenkorb ein raffiniertes 3-Gang-Menü für sechs Personen zu kreieren. Kein Raum für Fehler – denn jedes Gericht musste nicht nur technisch perfekt

sein, sondern auch durch Geschmack und Kreativität überzeugen. Dieses wurde anschließend von den Hotel- und Restaurantfachleuten in höchster Präzision serviert.

Die Siegerehrung, die ebenfalls im Berufsschulzentrum am Westerberg stattfand, sorgte für nervenaufreibende Momente. Nach der Begrüßungsrede des Präsidenten des DEHOGA Niedersachsen Florian Hary, war die Anspannung förmlich greifbar. Alle Teilnehmenden warteten gespannt auf das Ergebnis. Rund 200 Gäste waren erschienen, um die Preisverleihung zu verfolgen.

JEWELS DEN 1. PLATZ BELEGTEN:

- Im Ausbildungsberuf Köchin/Koch
Clemens Schäftlein, Hotel Havelser Hof, Garbsen
- Im Ausbildungsberuf Fachmann/-frau
für Restaurants und Veranstaltungsgastronomie
Lena Gloistein, Burgdorf's Hotel und Restaurant, Hude
- Im Ausbildungsberuf Hotelfachfrau/-fachmann
Jana Hemme, See- und Sporthotel, Ankum
- Der Teampokal ging an die Mannschaft der BBS 3
der Stadt Oldenburg.

Im Jahr 2026 wird der Wettbewerb in Göttingen ausgetragen.

(*Sarah Blümel)



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	9	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	12
BBS III Ritterplan, Göttingen	5	12	7	12
Elisabeth-Selbert-Schule BBS Hameln	1	3	4	6
Berufsbildende Schule 2 der Region Hannover	14	52	18	17
Walter-Gropius-Schule BBS Hildesheim	1		3	3
Georg-von-Langen-Schule BBS Holzminden				
BBS III Lüneburg	4	15	24	5
Berufsbildende Schulen Meppen	2	1	5	8
Gewerbliche Berufsbild. Schulen Nordhorn		2	3	4
BBS III Oldenburg	2	8	11	11
Berufsbildende Schulen der Stadt Osnabrück		8	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

(* Sarah Blümel)

BERICHT AUS DEM AUSSCHUSS FÜR BERUFSBILDUNG

In der letzten Sitzung des Berufsbildungsausschusses wurden die Auswirkungen der Neuordnung der gastgewerblichen Ausbildungsberufe ausführlich diskutiert. Im Fokus standen dabei vor allem die Veränderungen bei den Ausbildungsberufen im Hotelbereich.

Gerade kleinere Betriebe stoßen hier an ihre Grenzen: Viele sehen sich nicht mehr in der Lage, Hotelfachleute auszubilden, da der neue Ausbildungsrahmenplan einen deutlich stärkeren Schwerpunkt auf kaufmännische Inhalte legt. Besonders herausfordernd wird gesehen, dass Auszubildende bereits im ersten Lehrjahr und bis zur Gestreckten Abschlussprüfung 1 (GAP1) an der Rezeption eingesetzt werden müssen – eine Anforderung, die Hotels gerade in Kombination mit Auszubildenden aus Drittstaaten kaum stemmen können.

Auch der Ausbildungsberuf Kaufmann/Kauffrau für Hotelmanagement steht unter Druck: Die betrieblichen Anforderungen sind gestiegen, gleichzeitig sinkt die Zahl der angebotenen Ausbildungsplätze spürbar. Dem gegenüber entwickelt sich der Beruf Fachmann/Fachfrau für Restaurants und Veranstaltungsgastronomie erfreulich stark: Hier verzeichnete die Branche zuletzt einen deutlichen Zuwachs an neuen Ausbildungsverträgen.

Trotz der insgesamt positiven Entwicklung der Ausbildungszahlen in den vergangenen Jahren wurden weiterhin bestehende Herausforderungen bei der Gewinnung neuer Auszubildender thematisiert. Genannt wurden hier vor allem der demografische Wandel und ein teilweise negatives Image der Branche. Umso wichtiger ist es, die Attraktivität der gastgewerblichen Berufe weiter zu steigern und die Bindung gut ausgebildeter Fachkräfte nachhaltig zu sichern.

Der DEHOGA hat deshalb auch 2024 wieder zahlreiche Maßnahmen umgesetzt, um junge Menschen für die Branche zu begeistern: Neben dem erfolgreichen Auftritt bei der IdeenExpo 2024 wurde auch die beliebte Feriencard-Aktion „Entdecke ein Hotel“ erneut angeboten – sie war wie in den Vorjahren schnell ausgebucht und kam bei den Schülerinnen und Schülern sehr gut an. Auch die Berufsorientierungswoche „Wie schmeckt Dir das Gastgewerbe?“ fand großen Zuspruch: Eine Schülergruppe lernte eine Woche lang jeden Tag

einen anderen gastgewerblichen Betrieb kennen und durfte dabei tatkräftig mitarbeiten.

Darüber hinaus war der DEHOGA Niedersachsen auf einigen Berufsorientierungs- und Ausbildungsmessen präsent, um direkt mit Jugendlichen, Eltern und Lehrkräften ins Gespräch zu kommen.

Ein weiteres zentrales Thema war das Gütesiegel TOP Ausbildungsbetrieb. Dieses Siegel würdigt Betriebe, die eine qualitativ hochwertige Ausbildung bieten. Es hinterfragt insgesamt 12 zentrale Bereiche der Ausbildung und zeichnet sich dadurch aus, dass die Auszubildenden selbst die Angaben des Betriebes bestätigen müssen. Bislang haben sich in Niedersachsen weniger als 20 Betriebe zertifizieren lassen. Der Ausschuss betonte daher die Notwendigkeit, das Gütesiegel stärker zu bewerben und auf Bezirksebene weitere Betriebe für eine Zertifizierung zu gewinnen – um gute Ausbildungsqualität sichtbar zu machen und den Fachkräftenachwuchs zu sichern.

Zu den Ausbildungszahlen in Niedersachsen:

Die neu eingetragenen Ausbildungsverträge zum 31.12.2024 (2.132) zeigen im Vergleich zum Vorjahr (2.122) ein Plus von 0,47 %.

2023: 2122

2024: 2132

Übersicht der Durchfallquote der einzelnen Fachrichtungen:

	2024	2023
Köche	22,2 %	21,8 %
Restaurantfachleute	18,8 %	24,2 %
Hotelfachleute	12,8 %	14,2 %
Hotelkaufleute	13,8 %	9,4 %
Fachkraft im Gastgewerbe	40,7 %	29,8 %
Fachleute für Systemgastronomie	28,6 %	21,6 %
Fachkraft für Gastronomie	16,9 %	
Fachkraft Küche	18,2 %	
Fachmann/-frau für Restaurant und Veranstaltungsgastronomie	0,0 %	
Kaufmann/-frau für Hotelmanagement	0,0 %	

Ausbildungszahlen in Niedersachsen

(Stand 31.12.2024)

Auf den 31.12.2024 betrug die Zahl der Auszubildenden in allen Kammerbezirken 4.464 (im Vorjahr auf den 31.12.2023: 3.845). Insgesamt ist die Zahl der Auszubildenden in Niedersachsen im Vergleich zum Vorjahr stark gestiegen, und zwar um 16,1 %.

Ausbildungszahlen bundesweit (Stand April 2025)

Die Entwicklung der neu abgeschlossenen Ausbildungsverträge zeigt im Vergleich zu 2023 ein – von 0,7% (23.256). Die Bestehensquote bei den Abschlussprüfungen lag in 2024 bei 80,8 % und in 2023 bei 78,2 %.

(*Sarah Blümel & Nicole Rösler)

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

(*Sarah Blümel)

SO GEHT AUSBILDUNG HEUTE

Seit dem Jahr 2020 gibt es die Initiative „TOP-Ausbildungsbetrieb“, die ein Qualitätssiegel mit echtem Win-Win-Effekt darstellt. Damit hat der DEHOGA eine deutschlandweit einheitliche Zertifizierung für herausragende Ausbildungsstandards etabliert – und davon profitieren sowohl Bewerber als auch Betriebe in der Hotellerie und Gastronomie.

Die Unternehmen, die das Siegel „TOP-Ausbildungsbetrieb“ tragen, steigern durch ihr Engagement ihre Sichtbarkeit und Glaubwürdigkeit als attraktive Ausbildungsstätten und hinterlassen einen positiven Eindruck bei potenziellen Auszubildenden. Besonders hervorzuheben ist, dass die Azubis aktiv in den Zertifizierungsprozess eingebunden werden, was die zertifizierten Betriebe von anderen Wettbewerbern abhebt. Denn das Siegel steht für eine Ausbildung auf höchstem Niveau – und wird direkt von den Azubis bestätigt. Jugendliche, die an einer Ausbildung interessiert sind, können auf der Plattform topausbildung.de bundesweit zertifizierte TOP-Ausbildungsbetriebe finden.



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. Hierfür wendet die Senator-Willy-Heyrath-Stiftung die Zinserträge auf, die sie aus der Anlage ihres Stiftungsgrundstockvermögens realisiert. Wie bereits im vorangegangenen Geschäftsbericht beschrieben, haben die Entwicklungen am Kapitalmarkt auch Einfluss auf die Ergebnisse der Stiftung.

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 drei Jahre bestimmte Stiftungsvorstand per Beschluss in Maßnahmen zur Stiftungszweckerreichung investiert.

Der Stiftungsvorstand besteht nach am 19.02.2025 erfolgter Beschlussfassung im Großen Vorstandes des DEHOGA Niedersachsen aus dem/der jeweiligen Vorsitzenden des Berufsausschusses des DEHOGA Niedersachsen (Nicole Rösler), dem stellvertretenden Schatzmeister des DEHOGA Niedersachsen (Chi Trung Khuu) und dem Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Niedersachsen (Mark Alexander Krack), der auch die Geschäftsführung ausübt.

(*Mark Alexander Krack)

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 Gesellschaft 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. Hin diesem Kontext ist zudem die Organisation der Niedersächsischen Jugendmeisterschaften zu nennen. Auch sollen weiterhin Marketingmaßnahmen wie Hotelklassifizierung und der Wettbewerb Regionale Küche sowie die Aktion Gastlichkeit in Niedersachsen von der Förderungsgesellschaft organisiert werden.

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 ausgeübt. Im Zuge des Wechsels im Amt des Hauptgeschäftsführers beim DEHOGA Niedersachsen von Rainer Balke auf Mark Alexander Krack zum 01.01.2025 ist letzterer auch zum Geschäftsführer der Förderungsgesellschaft bestellt worden.

Begleitet wird die Arbeit der Förderungsgesellschaft von einem Beirat als Beratungs- und Kontrollgremium, das aus den Vorsitzenden der Bezirksverbände und den beiden Ausschussvorsitzenden im DEHOGA Niedersachsen besteht. Der aktuelle Vorsitzende des Gremiums ist Wolfgang Hackmann, Vorsitzender des Bezirksverbandes Osnabrück-Emsland-Bad Bentheim. Sein Stellvertreter ist Frank Lehmann, Vorsitzender des Bezirksverbandes Lüneburg.

(*Mark Alexander Krack)



WEITERBILDUNG

WEITERBILDUNG MIT DER DEHOGA AKADEMIE

Zur Förderung der fachlichen Qualifikation bietet der DEHOGA Niedersachsen in Kooperation mit der DEHOGA-Akademie jährlich ein wechselndes Seminarprogramm an, das sich an verschiedene Zielgruppen innerhalb des Hotel- und Gaststättengewerbes richtet. Thematische Schwerpunkte wie Kalkulation und Preisgestaltung, Betriebswirtschaft im Bereich Housekeeping, modernes Marketing sowie die professionelle Ausrichtung von Bankettveranstaltungen bilden dabei nur einen Auszug aus dem breit gefächerten Weiterbildungsangebot. Die vermittelten Inhalte dienen der fachlichen Vertiefung und bieten wertvolle Impulse für die berufliche Praxis.

Die Seminare werden von ausgewiesenen Fachexpertinnen und -experten geleitet, die ihr Wissen in praxisnaher und zugleich fundierter Weise weitergeben.

Im Frühjahr dieses Jahres fanden unter anderem die Seminare „Erfolgreich mit New Work“ und „Revenue-Management Advanced“ in Hannover statt. Der direkte Austausch zu den vermittelten Inhalten sowie das persönliche Feedback durch Referierende und Teilnehmende wurden von allen Beteiligten als besonders bereichernd hervorgehoben.

Sämtliche Seminare sind auf Anfrage auch als Inhouse-Trainings verfügbar und können individuell auf die Bedürfnisse des jeweiligen Unternehmens zugeschnitten werden.



Weitere Infos unter:
[www.dehoga-niedersachsen.de/
seminare-veranstaltungen](http://www.dehoga-niedersachsen.de/seminare-veranstaltungen)

(*Sarah Blümel)

ONLINE-SEMINARE FÜR HOTELLERIE UND GASTRONOMIE

Um seine Mitglieder auch in der digitalen Welt bestmöglich zu unterstützen, hat der DEHOGA Niedersachsen sein Online-Seminarangebot weiter ausgebaut. In den vergangenen Monaten konnten die Mitglieder durch eine Vielzahl von Webinaren wertvolle Einblicke in verschiedene Themenbereiche der Gastronomie und Hotellerie gewinnen – ganz bequem und flexibel vom Betrieb aus.

Behandelt wurden unter anderem Themen wie Einsatz von ChatGPT & Co., Organisation des Arbeitsschutzes, Bio-Zertifizierung, Gästefeedback und viele weitere praxisrelevante Bereiche.

Der DEHOGA Niedersachsen plant, das Angebot auch in Zukunft weiter auszubauen. Neben den regelmäßigen Online-Seminaren sind auch Aufbau-seminare in Präsenz sowie weitere Webinare in der Planung.

(*Sarah Blümel)



DEHOGA
App

Social
Media

Website

Newsletter

Magazin

MARKETING UND KOMMUNIKATION

OneDEHOGA-APP

Sie ist auf dem Weg – die oneDEHOGA-App. Im Frühjahr 2025 hat der Große Vorstand des DEHOGA Niedersachsen der Einführung einer bundesweiten App für die Mitglieder der DEHOGA-Verbände zugestimmt.

Ausschlaggebend für eine Beteiligung war insbesondere die Erkenntnis, dass es sich dabei nicht um eine App im klassischen Sinne handelt, sondern um einen unter Nutzung von KI auf die digital vorliegenden Mitglieder-Informationen bei den Landesverbänden und beim DEHOGA Bundesverband zugreifenden ersten Schritt der Digitalisierung direkt zu den Mitgliedern handelt. Auch die Mitglieder werden über dieses Instrument, das die handelnden Personen mit ihren Mobiltelefonen immer im unmittelbaren Zugriff haben, die Möglichkeit erhalten, selbst zielgerichtet zu entscheiden, zu welchen Themen sie Informationen entweder als Newsletter oder als Push-Nachricht erhalten wollen.

„Damit geht der Verband endlich den digitalen Weg, um Informationen direkt an das Mitglied heranzutragen“, freut sich Präsident Florian Hary auf die Anwendung. Für eine nachhaltige Bepielung dieser App stellt der Landesverband wie die anderen beteiligten Landesverbände auch eine direkte

Ansprechperson zur Betreuung zur Verfügung, da die Länder selbst entscheiden, welche Informationen sie in ihren Kanal der oneDEHOGA-App streuen wollen.

Sobald die Inhalte in die App eingespielt sind und das finale Erscheinungsbild steht, wird die App nach einer Probephase im Spätherbst den Mitgliedern bereitgestellt werden.

(*Mark Alexander Krack)

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 als Hilfestellung zur Verfügung, um sich auch auf Orts-, Kreis- und Bezirksebene an dem übergeordneten Erscheinungsbild zu orientieren.

(*Sarah Schulz)

DEHOGA MAGAZIN

Das DEHOGA-Magazin erscheint sechsmal jährlich mit einem Umfang von rund 30 bis 40 Seiten und ist ein zentrales Informationsmedium für unsere Mitglieder. Alle Bezirksverbände haben die Möglichkeit, regionale Inhalte direkt beizusteuern und landesweit sichtbar zu machen – ein wichtiges Sprachrohr für Themen vor Ort.

Im Berichtszeitraum wurde das Magazin einem Relaunch unterzogen. Optisch präsentiert es sich jetzt moderner, klarer und lebendiger. Gestalterisch setzen wir gezielt auf aufgelockerte Seiten, überraschende Designelemente und eine lesefreundliche Struktur.

Auch inhaltlich haben wir das Magazin weiterentwickelt: Hintergrundberichte, Interviews und praxisnahe Tipps bieten unseren Lesern einen echten Mehrwert. So bleibt das DEHOGA-Magazin – neben dem Newsletter und Website sowie zukünftig der One DEHOGA App – eine der wichtigsten Informationsquellen für das niedersächsische Gastgewerbe.

(*Sarah Schulz)

E-MAIL-NEWSLETTER

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

(*Sarah Schulz)

WEBSITE

Die Website des DEHOGA Niedersachsen ist ein zentrales Kommunikationsinstrument – sowohl für die interne Verbandsarbeit als auch für die externe Darstellung. Mitglieder finden im geschützten Bereich „Mein DEHOGA“ schnell und unkompliziert alle relevanten Informationen für ihren Betriebssalltag: Dazu zählen unter anderem Tarifverträge, Musterverträge, Zeugnisvorlagen, rechtliche Hinweise, Aushangpflichten sowie aktuelle Gesetze und Verordnungen. Der Login erfolgt bequem über Mitgliedsnummer und Postleitzahl.

Darüber hinaus bietet die öffentlich zugängliche Seite regelmäßig aktualisierte Beiträge zu politischen Entwicklungen, Branchennews, Veranstaltungen sowie Service- und Weiterbildungsangeboten.

Um den veränderten Anforderungen an Nutzerfreundlichkeit, mobile Nutzung und visuelle Ansprache gerecht zu werden, ist ein umfassender Relaunch der Website in Vorbereitung. Ziel ist es, Inhalte künftig noch übersichtlicher zu präsentieren, die Navigation weiter zu optimieren und den digitalen Service für unsere Mitglieder zu stärken.

(*Sarah Schulz)



SOCIAL MEDIA

Die Social Media Aktivitäten des DEHOGA Niedersachsen konzentrieren sich weiterhin auf die beiden Plattformen Facebook und Instagram. Beide Kanäle ermöglichen es, wichtige Informationen schnell und aufmerksamkeitsstark zu verbreiten, Einblicke in die Verbandsarbeit zu geben und das niedersächsische Gastgewerbe in seiner ganzen Vielfalt sichtbar zu machen. Ziel ist es, die Gemeinschaft zu stärken, den Austausch zu fördern und ein positives Bild unserer Branche in der Öffentlichkeit zu präsentieren.

Instagram wächst weiter:

Die Präsenz des DEHOGA Niedersachsen auf Instagram wurde im vergangenen Jahr deutlich ausgebaut. In Kooperation mit dem DEHOGA Bundesverband entstehen regelmäßig hochwertige Inhalte – von Brancheneinblicken über Hotelklassifizierungen bis zu Ausbildungsprojekten. Der Kanal hat mittlerweile rund **2.250 Follower (+12,5 Prozent zum Vorjahr)**, mit weiterhin steigender Tendenz.

Facebook bleibt starker Kommunikationskanal:

Auch die Facebook-Fanpage erfreut sich konstanter Reichweite. Aktuell folgen dem Landesverband rund **4.450 Personen (+2,3 Prozent zum Vorjahr)**. Die Beiträge wurden 2024

nochmals intensiviert und bieten eine Mischung aus tagesaktuellen Informationen, Erfolgsgeschichten aus Betrieben und Einblicken in die Verbandsarbeit.

Ergänzt wird das Angebot durch zwei geschlossene Facebook-Gruppen:

- **„DEHOGA Gastronomie Niedersachsen“** mit rund **500 Mitgliedern**, offen für alle Branchenmitglieder
- **„Junger DEHOGA Niedersachsen“** mit rund **130 Mitgliedern**, exklusiv für Jungunternehmer bis 40 Jahre

In beiden Gruppen findet ein lebendiger, kollegialer Austausch zu aktuellen Themen statt.

YouTube-Kanal weiterhin verfügbar:

Der YouTube-Kanal des Landesverbandes bleibt online abrufbar. Auch wenn derzeit keine neuen Inhalte produziert werden, stehen dort weiterhin Beiträge und Videos aus vergangenen Kampagnen zur Verfügung.

Unser Ziel bleibt: Die Sichtbarkeit des niedersächsischen Gastgewerbes weiter zu stärken – gemeinsam mit unseren Mitgliedern, Betrieben und Partnern. Wir freuen uns über jede Unterstützung!



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)





Wietzer Berg in der Lüneburger Heide

TOURISMUS

TOURISMUSVERBAND NIEDERSACHSEN E.V.

Der Tourismusverband Niedersachsen e.V. (TVN) ist ein tourismuspolitischer Fachverband und dient seinen angeschlossenen Regional- und Fachverbänden sowie Institutionen als Interessenvertretung gegenüber Bund und Land.

Der DEHOGA Niedersachsen ist Gründungsmitglied im Tourismusverband Niedersachsen e.V.. TVN-Mitglieder sind die regionalen Tourismusorganisationen:

- TourismusRegion BraunschweigerLAND e. V.: www.freizeitregion.de
- DümmerWeserLand Touristik e. V.: www.duemmer.de
- Emsland Tourismus GmbH: www.emsland.com
- Grafschaft Bentheim Tourismus: www.grafschaft-bentheim-tourismus.de
- Harzer Tourismusverband e. V.: www.harzinfo.de
- Kooperationsverbund Nordsee-Elbe-Weser (Touristikagentur Teufelsmoor-Worpswede-Unterweser e. V.; Touristikverband Landkreis Rotenburg (Wümme) e. V., Tourismusverband Landkreis Stade / Elbe e. V.): www.kulturland-teufelsmoor.de; www.nordwaerts.de; www.urlaubsregion-altesland.de
- Lüneburger Heide GmbH: www.lueneburger-heide.de
- Mittelweser-Touristik GmbH: www.mittelweser-tourismus.de
- Steinhuder Meer Tourismus GmbH: www.steinhuder-meer.de
- Tourismus-Agentur Nordsee GmbH: www.tano.travel

- Tourismusgesellschaft Osnabrücker Land mbH: www.osnabruecker-land.de
- Verbund Oldenburger Münsterland e. V.: www.oldenburger-muensterland.de
- Weserbergland Tourismus e. V.: www.weserbergland-tourismus.de
- Zweckverband Naturpark Wildeshauser Geest: www.wildeshausergeest.org

TVN-Verbandsvorsitzender ist Landrat Holger Heymann (Landkreis Wittmund). Mitglied im TVN-Vorstand ist auch Dirk Breuckmann, Vizepräsident des DEHOGA Niedersachsen.

Die Geschäftsstelle des TVN ist aktuell beim Landkreis Wittmund eingerichtet:
Tourismusverband Niedersachsen e. V.
c/o Landkreis Wittmund
Am Markt 9, 26409 Wittmund
E-Mail: bueror@tourismusverband-niedersachsen.de

Der DEHOGA Niedersachsen stellt über Vorstand und Mitgliederversammlung des TVN sicher, dass die Interessen des niedersächsischen Gastgewerbes an einer touristischen Fortentwicklung Niedersachsens gewahrt bleiben. Über die Mitgliedschaft des TVN im Deutscher Tourismusverband ist sichergestellt, dass die Landesinteressen auch dort Geltung bekommen.

(*Mark Alexander Krack)

TOURISMUSMARKETING NIEDERSACHSEN GMBH

Die TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN) ist im Jahre 2001 unter Beteiligung des DEHOGA Niedersachsen gegründet worden. Seit dem 01.01.2014 ist die TMN eine hundertprozentige Landesgesellschaft.



Bei der TMN ist ein Aufsichtsrat gebildet. Der Präsident des DEHOGA Niedersachsen, Florian Oswin Hary, ist Mitglied des Aufsichtsrates. Aufsichtsratsvorsitzende ist Ministerialdirigentin Claudia Simon (Niedersächsisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Bauen).

Geschäftsführerin der TMN ist Meike Zumbrock.

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.

(*Mark Alexander Krack)

SERVICEQUALITÄT DEUTSCHLAND

Wenn Begeisterung andere ansteckt, dann... ist es Servicequalität. Das aktive Empfehlen von Betrieben basiert auf der positiven Erfahrung und Begeisterung der Gäste. Damit dies gelingt, ist ein hoher Service-Standard unerlässlich.



Mit der Unterstützung von ServiceQualität Deutschland erhalten Betriebe durch ein gezieltes Schulungs- und Zertifizierungsprogramm wertvolle Impulse, die sie benötigen, um herausragende Servicequalität zu bieten. Dabei können betriebsinterne Prozesse optimiert werden.

Das Q-Seminar ist bundesweit einheitlich. Die Teilnehmenden des Q-Seminars werden zum Q-Coach qualifiziert, sodass durch die erfolgreiche Teilnahme die Befugnis zur Umsetzung der Q-Zertifizierung im Betrieb erlangt wird.

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

(*Sarah Blümel)



VERANSTALTUNGEN

INTERNORGA 2025

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

In diesem Jahr stand die INTERNORGA unter dem Motto „Wo Trends laufen lernen“ – und konnte im Zeitraum vom 14. bis 18.03.2025 mit vielen Konzept- und Produktneuheiten sowie Möglichkeiten zum Vernetzen und Wettbewerben aufwarten. Das Internationale Foodservice-Forum, die OPEN STAGE, der NEXT CHEF AWARD und der INTERNORGA Zukunftspreis haben Besucherinnen und Besucher ebenso angelockt wie darüber hinaus das OFF THE RECORD in der Afterwork-Zeit die Ausstellenden zusammenbrachte.

Die fünftägige größte jährliche deutsche Messe des Gastgewerbes nutzten die beteiligten DEHOGA-Landesverbände gern auch im Ambiente der ansprechend und modern gestalteten DEHOGA-Lounge, um ihre Mitglieder und sonstige Gäste zu treffen und sich mit den aktuellen Trends für das Gastgewerbe auseinanderzusetzen.

Die Umfrageergebnisse zeigten, dass es den 1.200 Ausstellenden gelungen ist, die 85.000 Besuchenden aus aller Welt zu begeistern. Die hohe Zufriedenheit, starke Weiterempfehlung und eine klare Besuchsabsicht für 2026 unterstreichen die Bedeutung der INTERNORGA als Leitveranstaltung für

Hotellerie, Gastronomie, Bäckereien und Konditoreien und als zentraler Treffpunkt für Entscheiderinnen und Entscheider.

Mit großer Vorfreude schauen wir auf die Zeit vom 13. bis 17.03.2026, wo die gastgewerbliche Branche wieder zum Familientreffen auf der INTERNORGA 2026 zusammenkommen wird.

(*Mark Alexander Krack)

EVENTS DES JUNGEN 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

Traditionell haben sich die Junioren mit ihren Kolleginnen und Kollegen aus Hamburg 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 Messerundgang mit innovativen Neuerungen aus der

Branche mitgenommen hatten. Insbesondere die Neuausrichtung des DEHOGA Clubs fand regen Anklang.

Herbstarbeitskreis zu den Themen „Mehr Netto vom Brutto“ und „BWA lesen und verstehen“

Am 17. und 18. November 2024 hat der Herbstarbeitskreis des Junger DEHOGA Niedersachsen in Aurich stattgefunden. Im Fokus standen die Fragen: Was können wir tun, um den Mitarbeitern die wir noch haben, Gutes zu tun? Welche steuerlichen Lösungen gibt es, die bezahlbar sind? Und: kann ich sie denn bezahlen? Daher wurden neben den steuerlichen Möglichkeiten auch über die BWA-Zahlen diskutiert, die dafür sorgen müssen, dass sich die Unternehmer, die Zuwendungen auch leisten können.

Junioren-Auftakt 2025 mit „Arbeitsrecht“ und „Digitalen Veranstaltungstools“

Am 24. und 25. März 2025 trafen sich die Junioren zum Frühjahrsauftritt des Jungen DEHOGA Niedersachsen im Hotel Gut Altona in Dötlingen. Aus erster Hand erhielten die Teilnehmer Tipps und Unterstützung im Arbeitsrecht, z. B. wie man Fallstricke vermeiden und somit einem Arbeitsgerichtsprozess entgehen kann? Am Montagnachmittag gab es eine Betriebsbesichtigung mit den beliebtesten Aperitifs auf Gut Altona und die Gelegenheit mit Küchenchef Georg Schumacher über zukunftssträchtige Küchensysteme zu sprechen und sich bei einem gemeinsamen Menu mit verschiedenen Gerichten inspirieren zu lassen. Natürlich wurde auch wieder miteinander diskutiert, sich ausgetauscht und das Netzwerk erweitert.

Alle Veranstaltungen unter
www.junger-dehoga.de

(*Renate Mitulla)



INFORMATIONSVANSTALTUNGEN DER FACHGRUPPEN

Gastgeber connect

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

An 6 unterschiedlichen Thementischen wurde den Teilnehmern die Gelegenheit geboten, von den Kolleginnen und Kollegen zu lernen, innovative Ideen aufzugreifen und sich über unterschiedliche Themen auszutauschen, wie z. B. Umgang mit Beschwerden, Fachkräftegewinnung oder Einsatz von Digitalisierung u.v.m.. Und es gab die Gelegenheit mit Präsident Florian Hary zu diskutieren und den neuen Hautgeschäftsführer Mark Alexander Krack kennenzulernen.

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 auch in diesem Jahr verschiedene Workshops zu den Themen „Unternehmensbegeisterung“, „Einsatz von Künstlicher Intelligenz und Automatisierung im Gastgewerbe“ und „Home-Staging - kleiner Aufwand große Wirkung“ angeboten. So unterschiedlich die Themen auch waren, 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)



KLASSIFIZIERUNGSSYSTEME

HOTELSTARS UNION (HSU)

NEUE KRITERIEN FÜR 2025 - 2030 ERFOLGREICH EINGEFÜHRT

Der neue Klassifizierungskatalog, ein Ergebnis aus Engagement 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. Diese können insbesondere in den Kategorien 1* und 2* die von Mitarbeitern

zu versehenen Rezeptionsdienste ersetzen. 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.

Weiterhin 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 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 Hotelstars Union (HSU) hat anlässlich ihrer 9. Generalversammlung im April 2025 in Oslo Aserbaidschan einstimmig als Vollmitglied aufgenommen. Neben diesem bedeutsamen Schritt rückte die Generalversammlung die wirtschaftliche und strategische Relevanz der Hotelsterne als Qualitätsversprechen und Marketingtool in den Fokus.



HSU begrüßt Aserbaidschan als Vollmitglied – vlnr: Thomas Allemann (Schweiz), Gunay Saglam (Aserbaidschan), Maria Dinböck (Österreich), Rashad Aliyev (Aserbaidschan), Markus Luthe (Deutschland)

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/sternetalk/>

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	1	34
2 Sterne	14	207
3 Sterne	377	3.634
4 Sterne	240	2.355
5 Sterne	11	115
Gesamt	643	6.343

Statistik Hotelklassifizierung Stand 1. Januar 2025

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 Hotelklassifizierungs 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 Zerti-

fizierung 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 Musteranschreiben 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



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

Letztmalig bis zum 31.12.2023 wurden Betriebe nach der G-Klassifizierung klassifiziert, deren Gültigkeit bis 2026 Be- stand hat.

G-Klassifizierung	Niedersachsen	Bundesweit
1 G-Stern	0	1
2 G-Sterne	0	20
3 G-Sterne	11	199
4 G-Sterne	2	49
5 G-Sterne	0	1
Gesamt	13	270

Statistik G-Klassifizierung Stand 1. Januar 2025

INTERNETSEITE WWW.HOTELSTARS.EU/DE

Auf der Internetseite www.hotelstars.eu/de werden sämtli- che 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 Urlaubsdmizil 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 extrava- ganten Tischgedecke Ihres Hauses – Ihr Hotel hat das Poten- tial 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 möch- ten, 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 fin- den Sie noch einmal alle Informationen zur Kampagne, Down- loads sowie ein kurzes Video, wie Sie am schnellsten und un- kompliziertesten unserem Kanal folgen können.

(*Renate Mitulla/Claudia Weiß)



Großer Vorstand DEHOGA NIEDERSACHSEN

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.

Im Jahr 2024 haben 29 Betriebe eine betriebswirtschaftliche Kurzberatung über den DEHOGA in Anspruch genommen.

(*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

RECHTSSCHUTZVERSICHERUNG IM VERBANDLICHEN LEISTUNGSSPEKTRUM

Aufgrund des Beschlusses der Delegiertenversammlung sind seit dem 01.01.2024 alle aktiven Mitglieder des DEHOGA Niedersachsen, soweit sie ihren fälligen Beitrag beglichen haben, bei der Roland Rechtsschutzversicherungs AG im Rahmen einer Gruppenrechtsschutzversicherung im Rahmen ihrer Verbandsmitgliedschaft rechtsschutzversichert.

Diese Rechtsschutzversicherung hat den schon bestehenden Rechtsschutz für arbeitsgerichtliche Beratung und Prozessvertretung erweitert und baut auf die verbandliche Rechtsberatung durch die Bezirksverbandsgeschäftsstellen auf. Durch den Gruppenversicherungsvertrag konnte der Verband eine im Vergleich zu einzelnen Lösungen betrieblicher Rechtsschutzversicherungen kosten- und leistungsspektrumsmäßig attraktive Alternative schaffen.

Alles das, was im Hinblick auf einen Rechtsschutz nicht unter die Deckung des Gruppenversicherungsvertrages fällt, kann durch kostengünstige Anschlussdeckungen ebenfalls bei der Roland Rechtsschutzversicherungs AG angefragt werden.

Die Vorgehensweise

Die Vorgehensweise für die Klärung einer möglichen Inanspruchnahme der betrieblichen Rechtsschutzversicherung, die einzuhalten ist, damit die Vorgaben des Versicherungsvertrages eingehalten werden, ist immer gleich.

Mitgliedsunternehmen wenden sich an die für sie zuständige bezirkliche Verbandsgeschäftsstelle des DEHOGA. Von dort aus erfolgt entweder unmittelbar die Beratung und Vertretung im jeweiligen Fall oder verbandlich wird der Sachverhalt erfasst und eine den Sachverhalt zusammenfassende Anfrage für Rechtsschutzgewährung durch den Gruppenrechtsschutzversicherungsvertrag an den DEHOGA Landesverband gerichtet.

Der DEHOGA Landesverband prüft sodann, ob der jeweilige Mitgliedsbetrieb sämtliche fälligen Mitgliedsbeträge beglichen und keine Außenstände beim Verband hat, und reicht in der mit der Roland Rechtsschutzversicherungs AG vereinbarten Art und Weise dort eine Deckungsanfrage ein.

Nach Prüfung durch die Roland Rechtsschutzversicherungs AG, die auch ggf. noch zu Klärung weitere Unterlagen nachfordern kann, teilt diese dem DEHOGA Niedersachsen mit, ob Deckungszusage für den Rechtsfall erteilt wird oder nicht. Dann erhält das Mitglied vom DEHOGA Nachricht über die Rückmeldung der Rechtsschutzversicherung und damit Klarheit darüber, ob anfallende Kosten für die rechtliche Beratung und Vertretung von der Roland Rechtsschutzversicherungs AG getragen werden.

Nachdem es im vergangenen Jahr noch eine ganze Reihe von Rechtsschutzanfragen gegeben hatte, bei denen wegen sogenannter Vorvertraglichkeit keine Deckungszusage ausgesprochen werden konnte, weil es sich um Rechtsstreitigkeiten aus der Vorzeit des Gruppenrechtsschutzvertrages handelte, konnte der DEHOGA Niedersachsen inzwischen mehr Anfragen mit Deckungszusagen feststellen.

Die Rechtsgebiete, aus denen Anfragen kamen, sind unterschiedlich – ganz vorne sind dabei allgemeine Zivilsachen, Wettbewerbsstreitigkeiten, Verwaltungs- und Bußgeldsachen, aber auch Strafsachen und Streitigkeiten mit der Finanzverwaltung gehören dazu. Nicht abgedeckt ist das Zuwendungsrecht, was hin und wieder wegen Rechtsmitteln gegen Schlussbescheide in Sachen Corona-Hilfen angefragt worden ist.

Es ist davon auszugehen, dass die Rechtsschutzversicherung in Zukunft eine zunehmend größere Bedeutung bei rechtlichen Auseinandersetzungen unserer Mitgliedsbetriebe mit Anspruchsgegnern einnehmen wird. Der DEHOGA Niedersachsen wird an der Seite seiner Mitgliedsbetriebe stehen und diese bestmöglich unterstützen.

(*Mark Alexander Krack)

MITGLIEDERWERBUNG IM DEHOGA NIEDERSACHSEN

- Nach der Umsatzsteuerstatistik für Niedersachsen sind in Niedersachsen ca. 18.500 Betriebe einer Tätigkeit im Gastgewerbe zu geschlüsselt. Darunter fällt der rollende Imbissstand, der Event-Caterer genauso wie das 5-Sterne-Hotel.
- Etwa 4.980 Betriebe, die ihre verbandliche Heimat im DEHOGA Niedersachsen sehen, schätzen das vom DEHOGA angebotene Leistungsprogramm, weil es ihnen bei der Lösung ihrer täglichen Probleme hilft. Das zeigt, wie wichtig die Unterstützung und die Angebote des Verbandes für die Betriebe sind, um erfolgreich in der Branche zu sein.
- In Deutschland gab es im Jahr 2024 mehr Betriebsgründungen als -aufgaben im Gastgewerbe, einschließlich der Hotellerie.
- Im Jahre 2024 hat das Statistische Landesamt Niedersachsen 4.355 Gewerbeabmeldungen im Gastgewerbe registriert, denen 4.717 Gewerbeneuanmeldungen gegenüberstanden.
- Dieser Umstand hat auch Auswirkungen auf den Mitgliederbestand des DEHOGA Niedersachsen. So hatte der DEHOGA Niedersachsen im Jahre 2024 insgesamt 440 Austritte von Mitgliedern, weitestgehend überwiegend waren dies Betriebsaufgaben.
- Der DEHOGA Niedersachsen arbeitet aktiv daran, die jährlichen Mitgliedschaftslücken zu schließen, indem er neue Mitglieder gewinnt. Für den engagierten Außendienst bedeutet das, nah an der Branche zu sein und die Noch-Nicht-Mitglieder von den vielfältigen Vorteilen einer Mitgliedschaft beim DEHOGA Niedersachsen zu überzeugen und so die Gemeinschaft und die Unterstützung in der Branche zu stärken.
- Die Mitgliederwerbung ist daher ein wichtiger Bestandteil der Verbandsarbeit, um die Schlagkraft und die politische Vertretung des Gastgewerbes zu stärken.
- Die Kolleginnen und Kollegen der Abteilung Mitgliederwerbung sind in den dargestellten Vertriebsgebieten tätig.

(*Claudia Daecke)





Werber:

- Heino Brackhahn
- Inge Liesch
- Klaus Carstens
- Heinrich Meyer-Hoppe
- Birgit Garbs
- Marco Volkmer
- Angela Maaser



HAUPTGESCHÄFTSFÜHRER



Assessor jur. Mark Alexander Krack
Tel. 0511 3370620
krack@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

BERUFLICHE BILDUNG



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

MITGLIEDERWERBUNG



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

MARKETING & VERTRIEB



Gülhan Gabriel
Tel. 0511 3370610
gabriel@dehoga-niedersachsen.de

MARKETING & KOMMUNIKATION



Sarah Schulz
Tel. 05808 254 98 07
schulz@dehoga-niedersachsen.de

MITGLIEDERVERWALTUNG, BUCHHALTUNG



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



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



Eliza von der Geest
Tel. 0511 3370617
vondergeest@dehoga-niedersachsen.de

PRÄSIDIUM, FACHGRUPPEN UND AUSSCHÜSSE DES DEHOGA NIEDERSACHSEN

PRÄSIDIUM

PRÄSIDENT Florian Hary



Hary Netzwerk GmbH
Tel. 0151 12766538
florian@hary-unternehmensgruppe.com

VIZEPRÄSIDENTIN Birgit Kolb-Binder



Kolb Holding GmbH
b.kolb-binder@kolb-group.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 TARIFPOLITIK
1. VORSITZENDER Dirk Breuckmann



Tel. 0511 97375670
breuckmann@dehoga-niedersachsen.de

AUSSCHÜSSE

JUNGER DEHOGA

SPRECHER Nico Winkelmann



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

GRIMM CONSULTING



Björn Grimm
Tel. 04131 2207494
grimm@gastronomieberatung.de

DIE BERATUNGSMANUFAKTUR



Rainer Benk
Tel. 05771 6095499
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
Kolb-Holding GmbH
Ocholter Str. 2, 26160 Bad Zwischenahn
Tel. 04972 91040
b.kolb-binder@kolb-group.de



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



GF RAIN Hildegard Kühlen
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 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



Nils Westerkamp
Weberstr. 107, 49084 Osnabrück
Tel. 0541 73921
dehoga-os@t-online.de

KREISVERBÄNDE

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

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 Kühlen
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 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)



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



51

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

Stand: September 2025

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,
S. 34 Markus Tiemann/Lüneburger Heide GmbH,
S. 36 Hamburg Messe und Congress/Rene Zieger
Gestaltung: Karena Unger, Tel. 0171 3824278

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird im Geschäftsbericht bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform hat lediglich redaktionelle Gründe und beinhaltet keinerlei Wertung.

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:

■ **Fachverbände:**

- IHA Hotelverband für die Interessen der Hotellerie
- UNIPAS als Union der Pächter von Autobahn-Service-Betrieben.

■ **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. 50/51).



Präsidium DEHOGA NIEDERSACHSEN

ERFOLGE DES DEHOGA

- ▶ Reduzierung der Übernachtungs-MwSt. auf 7 %
- ▶ Reduzierung der Speisen-MwSt. auf 7 %
- ▶ Abschaffung der WLAN-Störerhaftung
- ▶ 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



JETZT MITGLIEDER WERBEN!

■ KENNEN SIE KOLLEGEN, DIE NOCH NICHT IM VERBAND SIND?

Dann sagen Sie Ihnen doch einfach, warum es sich lohnt, dabei zu sein.

■ SO EINFACH GEHT'S

Sie gehen mit unserem Aufnahmeantrag zu Ihren Kollegen in der Nachbarschaft und sprechen sie auf eine Mitgliedschaft an.

Sie haben Ihren Kollegen von den Vorteilen einer Mitgliedschaft überzeugt?

Senden Sie uns den ausgefüllten Aufnahmeantrag und tragen sich als Werber ein.

Den Aufnahmeantrag, die Beitragsordnung sowie den Flyer „Leistungen und Vorteile einer DEHOGA Mitgliedschaft“ finden Sie auch zum Download auf unserer Internetseite www.dehoga-niedersachsen.de

■ SIE HABEN FRAGEN?

Einfach anrufen oder mailen: Claudia Daecke

daecke@dehoga-niedersachsen.de

Telefon 0511 33 706 16

100 bis
1.000 Euro
geschenkt!

Als Dankeschön für ein neu
geworbenes Mitglied zahlt Ihnen
der DEHOGA Niedersachsen
50 % VOM JAHRESBEITRAG des
neuen Mitglieds als Werbeprämie.