



# Gastgeber Bayern

Das Magazin  
für Gastronomie und  
Hotellerie

## #02

Ausgabe 2021

DEHOGA Bayern

### REGIONALE GENÜSSE

Ein Streifzug durch  
die regionale  
Genusskarte  
**Seite 17**

Bayerische  
Produkte leicht  
gefunden  
**Seite 32**

Regionale Produkte  
für glückliche Gastwirte  
und Kunden  
**Seite 34**

# Virenfreie Luft in Hotels und Restaurants



\*Gemäß ISO 29463 und EN1822

## HOLEN SIE IHRE GÄSTE IN IHR LOKAL ZURÜCK

Die Menschen sehnen sich danach, im Restaurant eine entspannte Zeit zu verbringen. Doch in Innenräumen ist nachweislich das Infektionsrisiko mit Coronaviren am größten. Geben Sie Ihren Gästen und Ihrem Team die Gewissheit, alles für ihre Sicherheit zu tun, indem Sie die Aerosolkonzentration in Ihren Räumen dauerhaft minimieren. Damit nehmen Sie Ihren Gäste die Sorge vor Ansteckung mit COVID-19 und holen sie in Ihr Lokal zurück.

Für die wirksame Reduktion von Aerosolen sorgen die mobilen Luftreiniger OurAir SQ 2500, TK 850 und SQ 500 (für Räume bis zu 200 m<sup>2</sup>, 70 m<sup>2</sup> bzw. 40 m<sup>2</sup>). Die mit HEPA H14\*-Filtern ausgestatteten antiviralen Luftreiniger filtern mehr als 99,995 % der Viren, Bakterien und anderen schädlichen Mikroorganismen – auch Virusmutationen – aus der Luft. Machen Sie den Unterschied und sorgen Sie aktiv für die Reduktion krankmachender Luftschadstoffe in Ihrem Lokal.



✓ **Hoher  
Luftvolumenstrom**

✓ **Geringer  
Energieverbrauch**

✓ **Extrem leiser Betrieb**

✓ **60 Jahre Reinraum- und  
OP-Filtrationsexpertise**



Mehr Informationen unter  
[ourair.mann-hummel.com](https://ourair.mann-hummel.com)  
oder [our.air@mann-hummel.com](mailto:our.air@mann-hummel.com)

Leadership in Filtration

**MANN+  
HUMMEL**



Der Neustart von Gastronomie und Hotellerie nach langen Monaten des Wartens und Bangens ist zum einen ein Neuanfang, aber gleichzeitig eine Rückbesinnung der Gastgeber und Gäste auf das, was im Leben nach der Gesundheit einen ebenso hohen Stellenwert hat: Das Leben zu leben – unbeschwert und nah. Diese Rückbesinnung, die im Denken der Menschen derzeit mehr und mehr an Stellenwert gewinnt, lässt sich auch gut an der neuen Wertschätzung von Regionalem erkennen. Regionalität symbolisiert Werte, die noch wichtiger wurden: Das Nahe. Das Echte und in seinem Ursprung Gute. Darum widmet sich auch diese Ausgabe der Renaissance regionaler Genüsse. Auch dieses Mal haben uns viele auf der Spurensuche nach diesen regionalen Schätzen in Bayern begleitet und unterstützt.

So spricht in dieser Ausgabe Klaus Holetschek nicht nur über seine neue Rolle als Gesundheitsminister in einer historischen Zeit, sondern auch über das Thema Authentizität. Ebenso betont Trendforscher und Genuss-Experte Pierre Nierhaus den Wert der kleinen Dinge, die erlebbar und echt sind. Überhaupt soll nicht der Rückblick, sondern vor allem die Zukunft der bayerischen Kü-

che Thema in diesem Heft sein. Denn Regionalität bedeutet nicht verstaubte Tradition. Diesen Geist des Aufbruchs haucht dieser Ausgabe auch Zukunftsforscher Tristan Horx ein, mit dem wir uns unterhalten haben. Und selbstverständlich geht es auch um die wahren Protagonisten des regionalen Genusses, so etwa um Ziegenfleisch als heimische Spezialität, bayerischen Käse und Flüssiges, wie etwa bayerischen Whisky, fränkischen Wein und bayerisches Bier. Letzteres ist unbestritten mehr als nur ein Grundnahrungsmittel in Bayern. Es steht für ein Lebensgefühl!

Dieses Lebensgefühl vorrangig über regionale Genüsse nach vielen Monaten des Stillstands zurückzubringen, darum soll es in dieser Ausgabe gehen. Das steigende Interesse an regionalen Genüssen ist überall zu spüren – ob bei Gästen oder bei Gastgebern. Auch das Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten hat daher drei kostenlose Online-Plattformen entwickelt, um Gastgeber, Gäste, Erzeuger, Händler und Bauern zusammenzubringen. Auch auf dieses Angebot machen wir aufmerksam. Doch lesen Sie selbst...

Angela Inselkammer  
Präsidentin des DEHOGA Bayern

Dr. Thomas Geppert  
Landesgeschäftsführer des DEHOGA Bayern



DEHOGA Bayern

<b>03</b>	Editorial	Seite 03
	Inhaltsverzeichnis	Seite 04
	Schlaubergerwissen	Seite 05

# Inhalt

## Ausgabe 02/2021

---

<b>06</b>	<b>Aus dem Landesverband</b>	
	DEHOGA Bayern im Gespräch	Seite 06
	Im Gespräch mit Gesundheitsminister Klaus Holetschek	Seite 08
	Interview mit Walter Nussel, Beauftragter der bayerischen Staatsregierung für Bürokratieabbau	Seite 11
	„Die Zukunft der bayerischen Küche wird facettenreich“	Seite 14
	Seminarangebote der Bayern Tourist GmbH	Seite 16

Ziegenfleisch als heimliche Spezialität	Seite 22
Wildfleisch als alljährliche Delikatesse	Seite 24
Bayerisches Bier – weit mehr als ein Getränk	Seite 26
Neue Ideen für einen alten Bekannten	Seite 28
Bavarian Single Malt Whisky	Seite 30
Die Regio-Trilogie	Seite 32
Regionale Produkte für glückliche Gastwirte und Kunden	Seite 34

---

<b>17</b>	<b>Regionale Genüsse</b>	
	Bayerische Köstlichkeiten in all ihren Facetten	Seite 17
	Ein gelungener Start für jedes Menü – der Aperitif	Seite 18
	„Wie-früher-Brot“ mit Fichten-Butter	Seite 19
	Bayerische Forellenteichwirtschaft	Seite 20
	Fränkischer Silvaner – die perfekte Begleitung zu Spargel und Fisch	Seite 21

---

<b>Bayern und die Welt</b>	<b>36</b>
Im Gespräch mit Trend- und Zukunftsforscher Tristan Horx	Seite 36
Reisen im Genussland Bayern	Seite 38
Monika Poschenrieder im Gespräch mit Trendforscher Pierre Nierhaus	Seite 40
Alles für einen erfolgreichen Branchen-Re-Start	Seite 42
Interview mit Stefan Weiss, Food-Scout im Münchner Delikatessenhaus Dallmayr	Seite 45
Raumluftthygiene-Konfigurator ist online	Seite 47
Erfolgreiche Unternehmen leben von gesunden Mitarbeitern	Seite 49
Europa Miniköche – Ein Lebenswerk im Trend der Zeit	Seite 52
Kinderbuch für kleine Köche	Seite 53
Ansprechpartner   Impressum	Seite 56
Django Asül hakt nach	Seite 58

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in *Gastgeber Bayern* 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.

SCHLAUBERGERWISSEN

# Ingwer, Kaffee und bayerische Garnelen



Saftig süße Papayas, frisch geerntete Kaffeebohnen, beißend scharfer Ingwer, nussige Quinoa – bei diesen Produkten denkt man sofort an ferne, tropische Länder. Hätten Sie gewusst, dass es diese Leckereien auch regional bei uns in Bayern gibt?

**I**n Niederbayern baut Daniel Eibl zum Beispiel seit 2019 in Geisenhausen bei Landshut biologischen Freiland-Ingwer an. Als erster Ingwerlandwirt erkannte er das Potenzial der scharfen Wunderknolle. Eigentlich ist die Ingwerpflanze wärmeres Klima gewohnt, daher werden die Jungpflanzen in Gewächshäusern angezogen und kommen dann bei warmen Temperaturen auf die niederbayerischen Felder. Zunächst als kleines Projekt gestartet ist der Ingwer bis September dieses Jahres bereits ausverkauft. Knollen, die nicht für den Verkauf geeignet sind, verkauft der Landwirt an eine Münchner Schnapsbrennerei.

Das Tropenhaus „Klein Eden“ im oberfränkischen Kleintettau baut tropische Früchte und Kaffeebohnen an. Die Anlage nutzt die Abwärme des benachbarten Glasherstellers zum Beheizen der etwa 3.500 Quadratmeter Anbaufläche. Im Tropenhaus wird untersucht, welche tropischen Früchte auch in Gewächshäusern in Mitteleuropa angebaut werden können.

Für die nicht geringe Menge an Nebenprodukten der Forschung entwickelte der ehemalige Geschäftsführer Ralf Schmitt eine Absatzstrategie und beliefert unter anderem zwei Hotels. Highlight des Tropenhauses ist der 100-prozentig regionale Bio-Kaffee Franken Deluxe S, der von der Privatrösterei 1897 verarbeitet wird. Ein weltweit einzigartiger Kaffeegenuss.

Das ballaststoffreiche Superfood Quinoa – eine seit 5.000 Jahren bekannte Kulturpflanze aus den Anden – wird auch im Gebiet München angebaut. Neben Eiweiß liefern die kalorienarmen, nussigen Samen der Quinoapflanze auch Eisen, Folsäure, Magnesium und Zink. Andreas Grünwald, Florian Obersojer und Martin Zech, drei Landwirte aus München, gründeten 2019 die Münchner Bauern-Genossenschaft und widmen sich seitdem dem Anbau dieses nahrhaften Pseudogetreides.

Quinoa ist glutenfrei und eignet sich hervorragend für die Zubereitung als Salat, Beilage oder Hauptzutat.

Hochwertigste Salzwassergarnelen aus einer nachhaltigen Aquakultur-Kreislaufanlage gibt es im Landkreis Erding. Crusta Nova züchten seit 2012 White Tiger Garnelen oder, wie Gründer Dr. Fabian Riedel sie bekannt machte, „Bayerische Garnelen“. Das Agricultural Tech-Unternehmen gilt damit als weltweiter Pionier der landbasierten Aquakultur. Crusta Nova achtet bei der Aufzucht vor allem auf eine artgerechte Haltung, die Vermeidung von Antibiotika, Chemikalien oder Hormonen.

Daneben gibt es noch viele weitere Produkte, die man auf den ersten Blick nicht in Bayern vermuten würde: Büffelmozzarella, Texas Longhorn Rinder, Safran oder Artischocken. Diese kulinarische Vielfalt innerhalb der Landesgrenze bietet großes Potenzial, die bayerische Speisekarte noch nachhaltiger und regionaler zu gestalten. Haben auch Sie ein exotisches Produkt aus Bayern entdeckt? Teilen Sie uns dies gerne mit unter [f.john@gastgeber.bayern](mailto:f.john@gastgeber.bayern). ☺



## Bayerischer Wirtschaftsminister zu Besuch in Aying

Im Rahmen der Aktion „Gedeckter Tisch & Gemachtes Bett“ besuchte Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger im Rahmen einer öffentlichkeitswirksamen Pressekonferenz den Brauereigasthof Hotel Aying. Die gemeinsame Forderung mit DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer lautete „Gebt dem Gastgewerbe eine Öffnungsperspektive“.



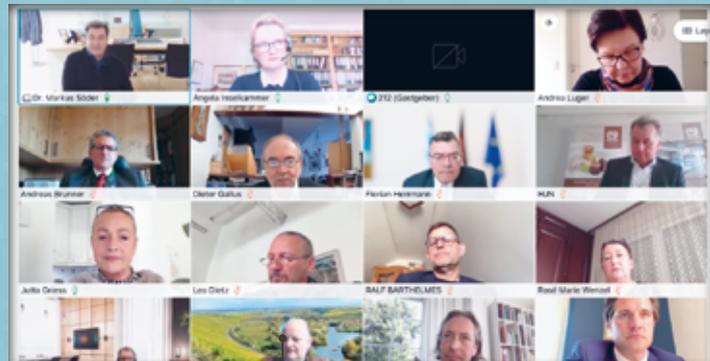
## Koch-Auszubildende Lilly Mayer bei „Jetzt red i“

In der beliebten Bürgersendung des Bayerischen Rundfunks stand Mitte April neben Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger auch Koch-Auszubildende Lilly Mayer, vom Brauereigasthof Hotel Aying, Moderator Tillmann Schöberl zum Thema „Ausbildung in Zeiten von Corona“ Rede und Antwort. Denn gerade in einer Krise lernen Auszubildende, worauf es im Leben wirklich ankommen kann, so die sympathische Jungköchin.



## Eröffnung der Hotellerie mit Gesundheitsminister Klaus Holetschek

Auf der Pressekonferenz im Hotel „Das Lindner“ in Bad Aibling forderte DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer Mitte Mai einmal mehr die inzidenzunabhängige Öffnung für alle Geimpften, Genesenen sowie negativ Getesteten. Mit dabei waren (von links): Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Gepert, Landrat Otto Lederer, Staatsminister Klaus Holetschek, Präsidentin Angela Inselkammer sowie Bürgermeister Stephan Schlier.



## Angela Inselkammer zu Gast bei Anne Will

Bei der ARD-Sendung Anne Will setzte sich DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer Anfang März für die Anliegen und Forderungen des Gastgewerbes ein, insbesondere forderte sie die Ermöglichung sicherer Konzeptöffnungen.

## Im Gespräch mit dem Bayerischen Ministerpräsidenten

Präsidium und Großer Vorstand des DEHOGA Bayern Anfang April im konstruktiven und zugleich leidenschaftlichen Austausch mit Ministerpräsident Dr. Markus Söder über Corona-Strategien und Öffnungsszenarien. Der Videokonferenz vorausgegangen war ein Abstimmungsgespräch mit allen Kreisvorsitzenden Bayerns.



**5. BAYERISCHER GASTGEBERTAG  
AM MONTAG, 26. JULI 2021 IN BAMBERG,  
WELCOME KONGRESS HOTEL**

## **ÜBER DEN (CORONA)BERG – DIE BRANCHE BLICKT MIT OPTIMISMUS IN DIE ZUKUNFT**

NUN KÖNNEN WIR ENDLICH WIEDER HOFFNUNG WAGEN UND MIT PERSPEKTIVE IN RICHTUNG ZUKUNFT BLICKEN. GERADE AUS DIESEM ANLASS SOLL DER BRANCHENTREFF DER BAYERISCHEN HOTELLERIE UND GASTRONOMIE IN BAMBERG EIN STATEMENT UNSERER KRAFT, UNSERES DURCHHALTEVERMÖGENS UND UNSERER MOTIVATION SETZEN UND DEN STARTPUNKT FÜR DIE NACH-CORONAZEIT EINLÄUTEN.

Unter Einhaltung der geltenden Hygienerichtlinien bietet der 5. Bayerische Gastgebortag, dieses Jahr kombiniert mit den Fachbereichstagungen der Hotellerie und Gastronomie, seinen Gästen die Möglichkeiten, sich wieder „live“ miteinander auszutauschen und zu vernetzen sowie auf neue Inspirationen zu treffen. Das vielfältige Programm umfasst eine Rede der Präsidentin des DEHOGA Bayern, Angela Inselkammer sowie eine Ansprache aus der Politik. Ganztätig finden zudem parallele Fachausstellungen mit unseren Branchenpartnern statt, die Neuigkeiten, Innovationen und Ideen mit den Gästen teilen. Begleitende Fachvorträge zu spannenden Themen ergänzen das breite Programm. Für das leibliche Wohl wird mit kulinarischen Köstlichkeiten gesorgt.

Wir freuen uns auf ein motivierendes Branchentreffen. Über einen Live-Stream soll – genau wie im letzten Jahr – jeder die Möglichkeit haben, auch virtuell am Gastgebortag teilzunehmen.

Weitere Informationen zum 5. Bayerischen Gastgebortag finden Sie im Internet unter [www.dehoga-bayern.de/gastgebortag2021](http://www.dehoga-bayern.de/gastgebortag2021).

**EINTRITT FREI!**

**WIR BEDANKEN UNS  
FÜR DIE UNTERSTÜTZUNG VON:**

APPIA



CHEFS CULINAR



DIRS<sup>21</sup>

DrachenGas

ETL | ADHOGA  
Betreiberorganisation für Hotellerie und Gastronomie

eurofins | Umwelt

Guestline



HGK  
Mit uns ist zu rechnen!

hobex  
PAYMENT SYSTEMS

HOGA  
Die Gastgeber-Messe

KRUMBACH

SOFTTEC

IM GESPRÄCH MIT GESUNDHEITSMINISTER KLAUS HOLETSCHKE, MDL

# "Wir gehen erste Schritte in die Normalität - kleine, aber es geht voran"

## ZUR PERSON:

Klaus Holetschek (CSU) war von 1998 bis 2002 Mitglied des Bundestags, 2002 wurde er Bürgermeister von Bad Wörishofen, bevor er 2013 Mitglied des Bayerischen Landtags wurde. Ab 2018 war er Bürgerbeauftragter der Bayerischen Staatsregierung. Im Februar 2020 wurde Holetschek Staatssekretär im Bayerischen Bau- und Verkehrsministerium und im August 2020 Staatssekretär des Bayerischen Staatsministeriums für Gesundheit und Pflege. Seit Januar 2021 ist der studierte Jurist Staatsminister.



Seit Januar dieses Jahres ist Klaus Holetschek Staatsminister im Bayerischen Staatsministerium für Gesundheit und Pflege. Im Gespräch mit *Gastgeber Bayern*, erläutert er, wie er seiner neuen Aufgabe entgegentritt und was ihn menschlich in diesen außergewöhnlichen Pandemiezeiten besonders bewegt.

**H**err Holetschek, im Januar wurden Sie zum Gesundheitsminister berufen – fast am Höhepunkt einer Pandemie, die medial mit der Spanischen Grippe oder gar der Pest verglichen wird. Birgt dies nicht einen enorm hohen Erwartungsdruck?

Ich war bereits ab Februar vergangenen Jahres Bau-Staatssekretär und ab August Staatssekretär für Gesundheit und Pflege. Ich habe also schon ab der ersten Welle gespürt, wie herausfordernd diese Zeit ist. Ich bin der Aufgabe daher mit großem Respekt und großer Demut entgegentreten. Ich freue mich aber auch sehr über das Vertrauen. Wichtig ist, dass man gute Mitarbeiter hat. Allein schafft man das nicht.

**Sie verfügen über langjährige Erfahrungen auf vielen politischen Ebenen: Von der Kommunalpolitik über den Landtag bis in den Bundestag oder an der Spitze verschiedener bayerischer Spitzenverbände. Hilft Ihnen das heute oder sind die Erwartungen von allen Seiten praktisch unerfüllbar?**

Das sehe ich ganz realistisch – ich versuche immer meinen eigenen Weg zu gehen. Man muss authentisch bleiben und versuchen, geradeaus

zu gehen. Das Schöne daran, älter zu werden, ist, dass man sich selbst nicht mehr unbedingt etwas beweisen muss. Andere Dinge treten in den Vordergrund und das ist auch ganz gut so.

**Trotz ausgereifter Hygienekonzepte blieben gastgewerbliche Betriebe in Bayern über sechs Monaten geschlossen, während andere Länder viel früher geöffnet haben. Denken Sie, dass alle Maßnahmen immer angemessen waren?**

Das kann man schlecht sagen. Im Nachhinein ist man natürlich immer schlauer. Wenn man aus heutiger Sicht beispielsweise über die Impfstoff-Beschaffung nachdenkt, wäre es besser gewesen, die Impfstoffe schneller und großzügiger zu bestellen. Und sicher gibt es auch andere Bereiche, in denen man jetzt andere Entscheidungen treffen würde. Ich will niemanden aus der Verantwortung entlassen, aber ich sage klar: Man muss Fehler auch zulassen können, denn sie passieren. Wenn man das nicht macht, wird keiner mehr Verantwortung übernehmen und immer auf der sicheren Seite sein wollen. Dadurch wird vieles noch komplizierter.

**Sie haben immer mit den Menschen geredet, sich vor Ort informiert und sind nicht erst seit Ihrer Zeit als Bürgerbeauftragter ein Politiker „zum Anfassen“; wie gehen Sie persönlich mit der Kontaktbeschränkung um?**

Ich muss zugeben, das war am Anfang schon schwierig. Wir haben uns an die Telefonkonferenzen erst einmal gewöhnen müssen. Ich habe den direkten Kontakt schon vermisst. Ich hoffe, diese Distanz hebt sich wieder auf. Videokonferenzen haben es uns dennoch zumindest ein bisschen ermöglicht, in Kontakt zu bleiben. Und ich glaube, sie werden in vielen Bereichen auch weiter genutzt.

**Etliche Stimmen behaupten, Deutschland sei „eher holprig“ in die Bekämpfung der Pandemie gestartet und auch danach soll**

**nicht alles „ganz rund gelaufen“ sein. Welche Lehren sollten wir daraus ziehen?**

Beispielsweise beim Thema Pflege müssen wir wirklich etwas tun. Und zwar nachhaltig und schnell. Nicht nur darüber reden, sondern es auch umsetzen und die Situation wirklich verbessern. Und auch in den Bereichen Bürokratie, Flexibilisierung und Pragmatismus herrscht Handlungsbedarf: Man sollte wieder flexibel und pragmatisch an die Dinge rangehen. Es würde sich lohnen, hier eine Zäsur zu machen, um zu versuchen, gemeinsam nach vorne zu kommen.

**Machen Sie uns Mut: Wann werden wir wieder ein vergleichsweise „normales“ Leben führen können?**

Das ist schwer zu sagen. Leider mussten wir die Modellstädte stoppen, noch bevor sie begonnen hatten. Aber ich glaube, wir bewegen uns vorwärts. Seit dem 7. Juni können auch die Betriebsärzte impfen. Auch touristische Angebote und Außengastronomie sind jetzt schon wieder möglich. Das alles hilft, macht Mut und gibt Hoffnung. Ich denke, wenn es jetzt so weitergeht, dann sind dies die ersten Schritte in die Normalität – kleine, aber es geht voran und das ist das Wichtige. Die Themen Abstand und Hygiene werden uns aber sicherlich noch länger begleiten. Das ist aus meiner Sicht auch in Ordnung: Schließlich haben wir jetzt auch weniger Grippeinfektionen und sonstige Erkrankungen.

**Und was werden Sie dann als erstes machen?**

Ich würde gerne mal wieder mehrere Freunde einladen und den Grill anschmeißen. Dann freue ich mich auf einen schönen gemeinsamen Abend, geselliges feiern und gute Gespräche. ☺

*Das Interview führten Dr. Thomas Geppert und Frank-Ulrich John*



# WOHLFÜHL-SIEGEL – SICHERHEIT BEI UNS!

Mit dem Wohlfühl-Siegel unterstützt die Bayern Tourist GmbH in Zusammenarbeit mit dem DEHOGA Bayern dessen Mitgliedsunternehmen, um dem Gast deutlich kenntlich zu machen, dass er sich in diesem Unternehmen sicher fühlen kann und die Gesundheit, Sicherheit und der Schutz der Gäste gewährleistet wird. Die Kosten für die Antragsprüfung und Bereitstellung des Siegels belaufen sich einmalig auf 49 Euro (zzgl. MwSt.). Das nötige Antragsformular sowie der Erhebungsbogen zur Selbstauskunft stehen auf der Homepage [btg-service.de/wohlfuehl-siegel](http://btg-service.de/wohlfuehl-siegel) zum Download bereit.

Um die Teilnahme am Wohlfühl-Siegel zu beantragen, senden Sie das Antragsformular sowie den Erhebungsbogen ausgefüllt und unterzeichnet per Post, Fax oder Email an:

Bayern Tourist GmbH (BTG)  
Tel. 089 28098-99  
Fax 089 28099-31  
E-Mail: [info@btg-service.de](mailto:info@btg-service.de)

## ABLAUF DER ZERTIFIZIERUNG

- Antragsformular und Erhebungsbogen ausfüllen und einreichen
- Erhalt der Rechnung über die Teilnahmegebühr
- Prüfung der Unterlagen durch die Bayern Tourist GmbH
- Nach positiver Prüfung der Selbstauskunft und Zahlungseingang, erfolgt die Zusendung des Logos sowie eines Aufklebers „Wohlfühl-Siegel“ zur werbewirksamen Nutzung.

**DIE GESUNDHEIT DER GÄSTE ÖFFENTLICHKEITSWIRKSAM IN DEN FOKUS RÜCKEN**

INTERVIEW MIT WALTER NUSSEL, BEAUFTRAGTER DER BAYERISCHEN STAATSREGIERUNG FÜR BÜROKRATIEABBAU

# „Mehr Selbstverantwortung bedeutet weniger Bürokratie.“

Walter Nussel hat es sich zur Aufgabe gemacht, Bürokratie abzubauen. Mit seinen Praxis-Checks stellt er Verordnungen und Vorgaben aus Politik und Verwaltung auf den Prüfstand. Sein Ziel: Verwaltungsorgane auf hinderliche Bürokratie-Hürden hinweisen, gleichzeitig aber auch bei Unternehmern ein Verständnis für notwendige Bürokratie schaffen. Dieser Spagat gelingt ihm erstaunlich gut – auch in Gastronomie und Hotellerie.



**H**err Nussel, Sie sind seit vier Jahren Entbürokratisierungs-Beauftragter der bayerischen Staatsregierung. Welche Fortschritte haben Sie in dieser Zeit erzielt?

Die Anfangsphase war sportlich, da galt es Überzeugungsarbeit zu leisten, vor allem, dass ich nicht gegen die Verwaltung arbeite. Auf der anderen Seite ist da der Unternehmer, der die zahlreichen Richtlinien und Verordnungen kritisch sieht und zwischen unnötiger Bürokratie und echtem Verbraucherschutz die Orientierung verliert. Wichtig ist für mich, dass meine Arbeit den Menschen hilft. Und damit meine ich sowohl die Menschen, die Verordnungen beschließen als auch die Menschen, die davon betroffen sind, also der Unternehmer, seine Angestellten und auch die Konsumenten. Da haben wir mit unseren Praxis-Checks einen intelligenten Weg gefunden für ein gegenseitiges Verständnis zu sorgen.

Was verbirgt sich denn hinter den Praxis-Checks?

Warum muss ich die digital gesteuerte und protokollierte Temperatur eines Kühlraums in einer Hotelküche auch noch alle zwei Stunden handschriftlich festhalten? Genau diese Situationen sollen die Praxis-Checks vor Ort entschärfen. Beispielsweise laden wir Vertreter aus dem Sozialministerium zum Praxis-Check in einen gastronomischen Betrieb ein. Warum? Weil das Sozialministerium zuständig für die Arbeitsstättenverordnung ist – und die spielt in der Gastronomie und Hotellerie, wie wir alle wissen, eine große Rolle. Anhand konkreter Beispiele aus der Praxis zeigen wir, wie Regelungen übers Ziel hinausschießen und Bürokratie aufbauen. Andererseits können wir den Unternehmern so besser vermitteln, dass es ohne einen vernünftigen Ordnungsrahmen eben auch nicht geht. Ich bin der festen Überzeugung, dass wir ohne diese Praxis-Checks in der Debatte um Bürokratieabbau nicht weiterkommen.

Sie haben jetzt vier Jahre als Bürokratie-Jäger absolviert. Was wünschen Sie sich für die nächsten vier Jahre?

Ich wünsche mir, dass die Menschen weniger auf den Staat, die Kommune oder das Ordnungsrecht schauen, sondern dass die Selbstverantwortung mehr in den Vordergrund rückt. Und mehr Selbstverantwortung bedeutet weniger Bürokratie. Dann wäre meine Arbeit erfolgreich. ☺



## ZUR PERSON:

Walter Nussel ist seit 7. Oktober 2013 Mitglied des Bayerischen Landtags (Stimmkreis Erlangen-Höchstädt) und seit 14. Februar 2017 Beauftragter für Bürokratieabbau der Bayerischen Staatsregierung. In der Landtagsfraktion ist er unter anderem in den Arbeitskreisen Wirtschaft, Landesentwicklung, Energie sowie Medien und Digitalisierung vertreten. Zudem ist er Mitglied im Ausschuss für Wirtschaft, Landesentwicklung, Energie, Medien und Digitalisierung.

Weitere Informationen zur Entbürokratisierung im Freistaat unter [www.buerokratieabbau-bayern.de](http://www.buerokratieabbau-bayern.de)

LUFTREINHALTUNGSGERÄTE WERDEN MIT BIS ZU 100 PROZENT GEFÖRDERT

# Maximale Sicherheit durch reine Luft

Endlich wieder Gäste empfangen und arbeiten nach den langen Monaten der Zwangspause durch die Corona-Pandemie. Damit Gäste und Mitarbeiter mit einem guten Gefühl in Restaurants Platz nehmen und im Hotel einchecken können, hat die Hamburger Firma Arteko-LED Lighting den smarten Mikrobex-Virenvernichter entwickelt. Im Rahmen der Überbrückungshilfe III ist das System im Rahmen gewerblicher Anschaffungskosten bis zu 100 Prozent förderfähig.

**D**er Virenfänger von Mikrobex – sei es als sogenannte fest installierte Cloud oder mit mobilen Standgeräten – zerstört Covid-19-Viren und dessen Mutationen ebenso wie Influenza-Viren und Bakterien. Die Mikrobex-Luft- und Oberflächendesinfektionsgeräte vernichten mit UV-C-Strahlung zuverlässig bis zu 99,9 Prozent aller Viren wie Covid-19 und seine Mutationen, Bakterien und Keime. Die Wirksamkeit wurde von der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (HAW) bestätigt. Besonders praktisch ist, dass sie quasi wartungsfrei sind: Erst nach rund 9.000 Stunden und – je nach Nutzungsintensität – durchschnittlich zweieinhalb Jahren muss das UV-C-Element getauscht werden.

## Effizient, wartungsarm und leise

Die Mikrobex-Geräte sind effizient, für den Menschen völlig unschädlich, über Jahre hinweg wartungsfrei und dabei leise. Die hochwirksame Strahlung ist sicher verbaut, sodass die Geräte im Dauerbetrieb arbeiten können, auch wenn Menschen im Raum sind – denn gerade dann werden sie zur Desinfektion der Aerosole aus der Atemluft gebraucht. Leise, leistungsstarke Ventilatoren sorgen für einen stetigen Luftstrom durch das Entkeimungssystem. Dabei wird die Luft an UV-C-Niederdrucklampen vorbeigeleitet und das hochener-



*Mit einer hochwertigen technischen Luftreinhaltung lassen sich Covid 19-Keime ebenso aus der Luft filtern, wie Grippeviren und andere Krankheitserreger.*

getische UV-C-Licht löst eine photochemische Reaktion aus. Bei einer Wellenlänge um 254 Nanometer wird es von Zell-Nucleinsäuren absorbiert und führt zur Inaktivierung von Viren.

## Fest installiert oder flexibel nutzbar

Gerade für die öffentlichen Bereiche, in denen viele Menschen zusammenkommen,

empfiehlt Mikrobex Gründer Guntram Uhlig die Cloud, die unauffällig an der Decke installiert wird und dort die Aerosole aus der aufsteigenden Atemluft reinigt. Perfekt für einen flexiblen Einsatz sind die Standgeräte des Herstellers. Weiterführende Informationen zum Thema erhalten Interessierte im Internet unter [www.mikrobex.de](http://www.mikrobex.de).

# Förderfähig bis 100%

## Sicherheit und Schutz mit Virenvernichter Mikrobex UV-C Luftreiniger zerstören 99,9% aller Erreger einschl. SARS-CoV-2 / COVID-19!

Dafür stehe ich mit meiner Erfahrung

*Guntram Uhlig*



[mikrobex.de/BAY](https://mikrobex.de/BAY)

Für  
Gastronomen  
zum Nulltarif!

**Mikrobex**<sup>®</sup>

**sofort lieferbar**

**ACHTUNG:** Der Förderzeitraum für Hygieneschutzmaßnahmen  
im Rahmen der **Überbrückungshilfe III** endet am 30.06.2021

EIN BUCH ÜBER DAS ZUSAMMENSPIEL  
VON TRADITION UND NEUEN EINFLÜSSEN

# „DIE ZUKUNFT DER BAYERISCHEN KÜCHE WIRD FACETTENREICH“



## BUCHTIPP

Das Buch „Die junge bayerische Küche“ entstand in Kooperation mit der Adalbert-Raps-Stiftung und dem Cluster Ernährung am Kompetenzzentrum für Ernährung. 256 Seiten, ISBN: 978-3-94731-095-1, 29,90 Euro.

**T**radition und Neuheiten – für viele auf den ersten Blick ein Gegensatz. Thomas

Ruhl, Autor und Fotograf, reiste ein Jahr durch ganz Bayern, um die evolutionäre Weiterentwicklung der traditionellen, bayerischen Küche zu ergründen. Als Ergebnis seiner Recherche und Reise entstand ein Fachbuch, das Wissenschaft und Unterhaltung kombiniert, gespickt mit beeindruckenden Fotografien. Wegweisende Köche, namhafte Persönlichkeiten der bayerischen Küche, sowie einige ihrer Produzenten bekommen Platz für ihre Ansichten und Rezepte. Dazu werden moderne Gasthäuser vorgestellt sowie beispielhafte Netzwerker, die eine enge Zusammenarbeit von landwirtschaftlichen lokalen Produzenten mit den Küchen und Köchen verfolgen und fördern.

Das zentrale Thema lautet: Wie schaffen es die Gastgeber, die bayerische Küche vorbildhaft in eine neue Zeit zu transferieren? Das Buch soll Impulse liefern und alle Branchenbeteiligten ermutigen, neue Wege einzuschlagen. Die zentrale Botschaft lautet: „Habt Mut, einen eigenen Stil zu entwickeln und landestypische Gerichte individuell umzusetzen.“ Denn die Grundthe-

se des Autors lautet: „In Puncto Kochen, war Bayern schon immer weltoffen. Historisch gesehen gab es schon immer Neuerungen und dynamische Entwicklungen der bayerischen Küche.“ So sprechen auch Dr. Simon Reitmeier und Johanna Kallenbach vom Cluster Ernährung in ihrem Text „Von Stillstand und Fortschritt“ in Ruhls Buch über das Bewahren von Tradition und von Synergien zwischen alt und neu: „Es sind schließlich Dinge, die es wert sind, erhalten und gepflegt zu werden. Damit das gelingt, reicht es nicht, sie lediglich zu bewahren, vielmehr müssen sie immer wieder mit Leben erfüllt, neu gedacht und aufgefrischt werden. Diese Geisteshaltung lässt Neues

zu, bewertet es und integriert es gegebenenfalls in die eigene Kultur. So war Bayern immer und so soll es bleiben. Und so hat es eine Zukunft. Stillstand bedeutet Rückschritt.“ Es geht um alte Genusstradition, quasi das „Best-of“ der Klassiker, versetzt in die heutige Zeit.

## Die Rolle der Lebensmittelproduzenten

Dieses Prinzip lässt sich jedoch nicht nur auf Gasthäuser und Rezepte anwenden, sondern auch auf die so wichtigen Lieferanten und Produzenten. Mit den neuen Zielgruppen, die junge bayerische Köche mit neuen

## MITMACHEN UND GEWINNEN

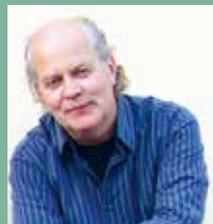
Unter allen Einsendungen, die mit dem Stichwort „Junge Bayerische Küche“ an die E-Mail-Adresse [f.john@gastgeber.bayern](mailto:f.john@gastgeber.bayern) gesendet werden, verlost der DEHOGA Bayern drei Exemplare des neuen Buchs von Thomas Ruhl. Einsendeschluss ist der 30. Juni 2021.

### Für den Gast Erlebnisse schaffen

Diese Ansätze müssen, um zu wirken, auch für den Gast greifbar gemacht werden. „Die Gäste wollen auf jeden Fall etwas mitnehmen, schlauer aus dem Restaurant wieder herauskommen. Sie wollen Storys. Die muss der Service oder der Koch erzählen. Geschichten von Produzenten, von den Ideen hinter dem Gericht. Sie wollen ein Erlebnis. Und sogar Produkte kaufen, die sie kennengelernt haben“, so Tobias Bätz, Küchenchef des Gourmetrestaurant Alexander Hermann, im Gespräch mit Ruhl. Es geht darum, dass junge Leute die Gasthäuser wieder aufsuchen, Traditionen mit Lederhose und Dirndl aufleben lassen und Bayerns Möglichkeit zum Zentrum der gehobenen Kulinarik zu werden. „Bei uns bewegt sich was“, stellt Bätz fest. Und das erlebt auch Alexander Huber: „Durch Bayern geht ein Ruck, ein Genusshype.“ Doch die Gespräche mit Alexander Huber vom Huberwirt und Tobias Bätz vom Restaurant Alexander Hermann sind nur zwei von vielen spannenden Etappen von Ruhls umfangreicher Reise.

„Die junge bayerische Küche“ ist ein Lesetipp für alle, die sich für die bayerische Traditionsküche interessieren und dabei offen für spannende neue Ansätze und Einflüsse sind. Eine etappenreiche und eindrucksvolle Reise durch die kulinarischen Genüsse Bayerns. ☺

Konzepten erschließen, müssen sich auch die Erzeuger weiterentwickeln. „Auch in der Lebensmittelproduktion finden wir junge Menschen, die althergebrachte Produktionsmethoden infrage stellen und mit innovativen Konzepten Erfolge haben sowie Weichen für ihre eigene und die Zukunft ganzer Branchen stellen“, schreiben Reitmeier und Kallenbach. Denn fest steht: Ein hervorragendes Produkt für den Gast entsteht nicht nur in der Küche. Deshalb wird auch die Zusammenarbeit von Gastronomie und Bauern, Gärtnereien und Fischereien aufgezeigt und beleuchtet: „Die besten Rohstoffe von großartigen Erzeugerbetrieben, verarbeitet von Ernährungshandwerkern, die ihre Kunst beherrschen wie niemand sonst, zubereitet und verarbeitet von kreativen Köchen auf höchstem Niveau – eine neue Wertschöpfungskette, die auch eine Wertschätzungskette darstellt, ist am Entstehen“, so Reitmeier und Kallenbach zur Rolle der Produzenten und Lieferanten.



#### DER AUTOR

Thomas Ruhl, gebürtiger Bochumer, studierte Grafik und Fotografie. Nach seinem Abschluss war er zunächst als Art- und Creative-Direktor in internationalen Werbeagenturen tätig. 1987 machte sich der damals

28-Jährige selbstständig und gründete eine Werbeagentur, später kam auch ein eigenes Fotostudio hinzu. Heute ist er Autor, Fotograf und Verleger. Zudem ist er Mitbegründer und Herausgeber der 2006 zum ersten Mal erschienenen Essenzzeitschrift „Port Culinare“.

ONLINE-SHOP [WWW.BIRKENHOF-BRENNEREI.DE](http://WWW.BIRKENHOF-BRENNEREI.DE)

## TRADITIONELL FEINE SPIRITUOSEN



*holz fassgereift*

**Birkenhof**  
Brennerei  
seit 1848



**WEB-SEMINARE** effizient und kostensparend

Jetzt auch digital – werden aktuelle Themen und prägnante Inhalte vermittelt sowie Einheiten als Ergänzung zu den Präsenzseminaren angeboten. Die aktuellen WEB-SEMINARE entnehmen Sie bitte unserer

Homepage: [www.btg-service.de/web-seminare](http://www.btg-service.de/web-seminare)

Tool: ZOOM

**PRÄSENZ-SEMINARE**

**JUNI**

Chancen und Erfolg mit dem perfekten Businessplan	07.06.2021
Grundlagen der Lebensmittelhygiene	07.06.2021
Existenzgründungs-3-Tages-Workshop	14.-16.06.2021
Mitarbeiterkommunikation – Der Schlüssel zum Erfolg	17.06.2021
WOW-Effekte & Verblüffungsmomente schaffen	24.06.2021
Generation X und Z	28.06.2021
Aktiv verkaufen – Bedürfnisse wecken und begeistern	29.06.2021

**JULI**

Facebook	05.07.2021
Instagram	05.07.2021
Persönlichkeitsentwicklung für Führungskräfte I	06.07.2021
Zeit- und Selbstmanagement	07.07.2021
Prozessoptimierung in der Dienstleistung	08.07.2021
Power Briefing	12.07.2021
Brandschutz	12.07.2021
DSGVO-TÜV für Einsteiger	13.07.2021
Qualitäts- und Konfliktmanagement	15.07.2021 (Augsburg)
Krisen- und Veränderungsmanagement	19.07.2021
Unternehmenskultur entdecken, kommunizieren und effektiv einsetzen	26.07.2021
WOW-Geheimnis echter Kundenbindung und -begeisterung	27.07.2021

**SEPTEMBER**

Gründerkompakt-Praxisworkshop – Der Einblick	14.09.2021
Q-Seminar	21.-22.09.2021 (Erfurt)

**OKTOBER**

Aufzeichnungspflicht im Gastgewerbe	07.10.2021
Mitarbeitermotivation im Housekeeping	07.10.2021
Hilaritas – Die Kunst der heiteren Gelassenheit	12.10.2021
Zeit- und Selbstmanagement	14.10.2021
Zielführende Kommunikation	15.10.2021
Future Service Sells	18.10.2021
Erfolgsfaktor Feedback Basis	19.10.2021
Erfolgsfaktor Feedback Aufbau	20.10.2021
Der Preis ist heiß	21.10.2021
Kurze Aussagen und klare Texte führen zum Erfolg	21.10.2021

**Veranstaltungsort**

Prinz-Ludwig-Palais  
Türkenstraße 7  
80333 München

**Weitere Informationen unter**

 [www.btg-service.de/seminare](http://www.btg-service.de/seminare)  
 [konferenz@btg-service.de](mailto:konferenz@btg-service.de)  
 089 / 280 98 99

EIN STREIFZUG DURCH DIE REGIONALE GENUSSKARTE

# Bayerische Köstlichkeiten in all ihren Facetten

Bayerische Lebensmittel aus regionaler Erzeugung sind weltberühmt. Die Verknüpfung mit ihrem Ursprung und die Erwartung bester Qualität führen dazu, dass kulinarische Produkte aus dem Freistaat mancherorts ganz Deutschland zu repräsentieren scheinen. Doch die Karte der bayerischen Genüsse geht weit über die Stereotypen Weißwurst, Bier und Brezen hinaus.

**H**ochwertige Produkte aus regionaler Herkunft sind in Bayern vielerorts zu finden. Um die Vielfalt der bayerischen Premium-Produkte exemplarisch darzustellen, ist auf den Folgeseiten ein „Bayerisches Menü“

entstanden, das nicht nur Lust auf die regionale Küche machen, sondern auch die ein oder andere Anregung für Hoteliers und Gastronomen geben soll. Denn: Produkte aus heimischer Erzeugung stehen auch bei den Gästen hoch im Kurs. Lässt sich mit den regionalen Waren zusätzlich noch

eine kleine Geschichte erzählen, steigert es die Authentizität des Gastgebers und die subjektive Wertschätzung der Gäste. Vom Aperitif über die Vorspeise bis hin zum bayerischen Whisky – der Vielfalt an kulinarischen Highlights aus dem Freistaat sind kaum Grenzen gesetzt. ☞

## Sechs Gänge voller bayerischer Genüsse

**Aperitif:**  
Fränkischer Winzersekt

„Wie-Früher-Brot“ mit Fichten-Butter

Silvaner mit Forelle

Gegrilltes Wild mit bayerischem Bier

Regionale Käseplatte

**Digestif:**  
Bavarian Single Malt Whisky

EIN GELUNGENER START FÜR JEDES MENÜ – DER APERITIF

# Vorfreude genießen, ankommen, **Appetit machen**

**Für Genießer beginnt kein Anlass ohne „Apéro“: Für die Gastgeber ist es eine schöne Gelegenheit, die Gäste in Ruhe zu begrüßen – manchmal im Stehen, manchmal im Freien oder in einem anderen als dem Speisezimmer. Der Aperitif schafft Raum für zwanglose Gespräche, für lockere Vorstellungsrunden, und vor allem ist er ein Moment geteilter Lebensfreude.**

**I**n Zeiten, wie wir sie gerade erleben – und erlebt haben – umso mehr. Und so ist ein köstliches Getränk als Aperitif bestens dazu geeignet, diesen Augenblick verheißungsvoll zu verlängern. Man geht noch nicht zum Tisch, es darf dauern und umso schöner ist es, wenn man ein Glas kühlen regionalen fränkischen Winzersekt oder einen frechen Pet Nat in der Hand hält – beides grandiose Alternativen zu den üblichen, oft geschmacklich überladenen Mix-Getränken, die allzu oft als Apéro angeboten werden. Pet Nat ist die Abkürzung für Pétillant Naturel und bezeichnet Schaumweine, deren natürliche Kohlensäure das Ergebnis einer Flaschengärung ist. Ab und an ist ein Pet Nat naturtrüb, das kann, muss aber nicht sein. Die fränkischen Winzer spielen leidenschaftlich gut mit dieser Schaumweinvariante – und auch die klassischen, sortenreinen Winzersekte aus dem fränkischen Teil Bayerns sind hervorragende Starter in einen genussvollen Abend mit lieben Menschen. Weitere Informationen finden Interessierte im Internet unter [www.frankenwein-aktuell.de](http://www.frankenwein-aktuell.de). 

## WINZERSEKT

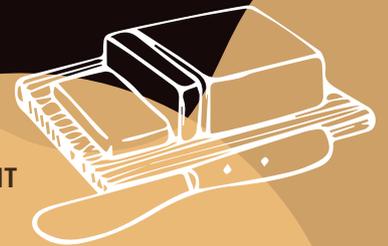
Unter der Bezeichnung Winzersekt versteht man einen vom Winzer oder in seinem Auftrag erzeugten Sekt durch zweifache Gärung. Die Kürzel Sekt b.A. oder Qualitätsschaumwein b.A. stehen für Sekt bestimmter Anbaugebiete. Die Kohlensäure entsteht durch Flaschengärung – echtes Handwerk eben.

EIN KLASSIKER FÜR FEINSCHMECKER

# „Wie-Früher-Brot“ mit Fichten-Butter

Das „Wie-Früher-Brot“ der Brotmanufaktur Schmidt hat eine malzig duftende, zartsplittrige Kruste. Die lockere, elfenbeinfarbige Krume besticht durch die lebhaftige Porung. Die milde Säure ergänzt harmonisch den leicht harzigen, erdigen Geschmack der Fichtennadeln. Geröstet in Fichten-Butter der Butter Boyz, zart besponnen mit Honig.

**F**ür solche Kompositionen sollte Brot stets vom lokalen Bäcker bezogen werden. Eine dicke Kruste wirkt sich positiv auf die Frischhaltung aus. Das Brot sollte stets frisch aufgeschnitten in den Brotkorb gelegt werden. Zur Lagerung empfiehlt es sich, den Laib auf den Anschnitt zu stellen oder in ein frisches Geschirrtuch zu wickeln. Sollte etwas übrigbleiben, kann das Brot bei guter Qualität auch am nächsten Tag mit etwas Wasser bestrichen (oder kurz bedampft) und im Konvektomaten aufgefrischt werden. Weitere Informationen erhalten Interessierte im Internet unter [www.bestesbrot.de](http://www.bestesbrot.de). 



## AUFSTRICH MIT CHARAKTER



Insbesondere bei der Auswahl hochwertiger Butter sollte das Brot mit dem Aufstrich harmonieren. Gewürzte Brote können wunderbar mit gewürzter Butter kombiniert werden, jedoch sollte stets bedacht werden, wie die unterschiedlichen Komponenten zusammenspielen. Ein häufig unterschätzter Faktor ist die Serviertemperatur der Butter. Sie sollte kurze Zeit vor dem Servieren aus dem Kühlraum genommen werden und in etwa 10 Grad Celsius haben. Dann ist sie schon etwas weich, kann ihre Aromen bestens entfalten und beginnt noch nicht zu schmelzen. Eine zu weiche Butter besitzt keinen samtigen Schmelz, eine zu kalte Butter wiederum entfaltet ihren Geschmack erst spät am Gaumen. Weitere Informationen im Internet unter [www.butterboyz.de](http://www.butterboyz.de).

Sonja Laböck  
ist Deutschlands  
erste Brot-Sommelière.



FISCHPRODUKTION MIT HOHER QUALITÄT

# Bayerische Forellenteichwirtschaft

**Aufgrund seiner hohen Bekömmlichkeit und der hervorragenden diätetischen Eigenschaften liegt Fisch voll im Trend. Während der Fleischkonsum in Deutschland stetig zurückgeht, bleibt die verzehrte Fischmenge konstant: Durchschnittlich etwa 12 Kilogramm Rohware isst jeder Bundesbürger im Jahr.**

**D**abei werden überwiegend Meeresfische konsumiert, insbesondere Alaska-Seelachs, Lachs, Thunfisch und Hering. Nur etwa 30 Prozent stammen aus dem Süßwasser und nur ein geringer Teil davon wird in deutschen Binnengewässern gefischt oder erzeugt. Der beliebteste Süßwasserfisch ist die Forelle, fast ein Kilogramm verzehrt jeder Deutsche davon im Jahr.

Obwohl Regenbogenforelle, Bachforelle und Saibling vielerorts in bayerischen Teichen aufgezogen werden, muss der weitaus größere Anteil aus EU-Staaten und Drittländern importiert werden. Dabei stehen die bayerischen Forellenteichwirtschaften für hohe Standards im Hinblick auf die Produktqualität, den Umweltschutz und das Tierwohl. Forellen sind auf sauerstoffreiches, sommerkühles Wasser angewiesen und tolerieren keine Verunreinigungen. Nur so können sie artgerecht aufwachsen und bewahren ihren klaren Geschmack. Auf den bayerischen Familienbetrieben wachsen sie bei geringen Haltungsdichten in naturnahen Teichen auf, die mit sauberem Quell- oder Bachwasser gespeist werden. Die Forellen erhalten Futtermittel, die überwiegend aus pflanzlichen Komponenten zusammengesetzt sind und alle wichtigen Nährstoffe enthalten, die Fische zu einem besonders wertvollen Lebensmittel machen. Durch ihre Marktnähe sind die Familienbetriebe in der Lage, ein frisches Produkt ohne weite

Transportwege anzubieten. Die bayerischen Teichwirte vermarkten ihre Produkte zumeist direkt an Endkunden oder die Gastronomie. Dafür haben sie in den letzten Jahren ihre Produktpalette immer mehr um veredelte Eigenerzeugnisse erweitert. Ob Frischfisch, Fischsalate, Marinaden oder Räucherfischprodukte, in den Auslagen der Fischmanufakturen findet sich für jeden Geschmack das passende Produkt. Weitere Informationen zum Thema erhalten Interessierte im Internet unter [www.lfl.bayern.de](http://www.lfl.bayern.de). 

## FANGFRISCHER FISCH AUS REGIONALER ERZEUGUNG

Die untenstehenden Internetadressen bieten einige Ansatzpunkte, um fangfrischen Fisch direkt von regionalen Erzeugern zu beziehen:

- Hofladenverzeichnis des Verbands Bayerischer Berufsfischer:  
[www.fisch-hofladenverzeichnis.de](http://www.fisch-hofladenverzeichnis.de)
- Fisch aus bayerischer Seenfischerei:  
[www.fischerei-oberbayern.de/fischverkauf/4-4.html](http://www.fischerei-oberbayern.de/fischverkauf/4-4.html)
- Hofläden nach Regionen:  
[www.regionales-bayern.de](http://www.regionales-bayern.de)



EINE WEINEMPFEHLUNG IST NIE OBJEKTIV

# Fränkischer Silvaner – die perfekte Begleitung zu Spargel und Fisch

Wie objektiv muss eine gute Weinempfehlung sein? Man kann mit gutem Recht behaupten: Gar nicht. Denn worum geht es in diesem Augenblick? Es geht darum, die Aromen der Solisten Wein und Speise ideal zu orchestrieren. Das ist anspruchsvoll – und es darf emotional sein. Welcher Wein berührt mich persönlich am meisten? Welches Essen hat mir dazu gefallen? Welche Stimmung herrscht gerade am Tisch? Passt sie eher zu einem leichten Kabinett oder zu einem markanten großen Gewächs? Dass es ein Silvaner aus dem fränkischen Teil Bayerns sein sollte, steht schon einmal fest.

## Silvaner, weil...

...er niemals vordergründig oder dominant ist. Es mag sein, dass sich Silvaner auf den ersten Eindruck sehr zurückhaltend präsentiert. Aber gerade diese aristokratische Noblesse macht ihn aus. Der fränkische Silvaner ist in seinem Wesen klar, mit deutlichem Bezug zum Boden der Silvaner-Heimat Franken, auf dem er gewachsen ist, hat Tiefgang, ohne von vordergründiger Frucht verstellt zu werden.

## Fränkischen Silvaner zu...

...bayerischem Spargel. Diese Verbindung ist bekannt und beliebt und in jedem Jahr ein genussvolles Duo. Je nach Beilage oder Art der Soße passen in diesem Pairing auch gereifte Silvaner bestens.

## Silvaner auch zu...

...Fisch aus heimischen Gewässern. Durch seine würzig-mineralischen und leicht rauchigen Noten ist der Fränkische Silvaner auch ein gewinnbringen-



der Begleiter zur bayerischen Forelle oder zum Saibling. Zum vollkommenen Glücksgefühl im Mund braucht es außer diesen beiden Protagonisten nicht mehr viel. Salzkartoffeln oder frisches Brot. Die Herkunft und die Qualität der Zutaten beeinflussen das Geschmackserlebnis viel mehr als ein virtuoser Wirbel auf dem Teller.

## Silvaner aus...

...Franken. Die Genussregion im Norden Bayerns hat sich dem Silvaner verschrieben und reserviert ihm ihre besten Weinberge. Buntsandstein, Muschelkalk oder Gipskeuper: In Franken kann diese Rebsorte auf ganz unterschiedlichen Boden- und Gesteinsarten gedeihen und das drückt sie in ihrem Charakter aus. Für den Gast ist das schmeckbare Heimat im Glas. Silvaner aus dem fränkischen Teil Bayerns gehören zum Besten, das die deutsche Weinszene zu bieten hat. Weitere Informationen finden Interessierte im Internet unter [www.frankenwein-aktuell.de](http://www.frankenwein-aktuell.de). 

VERARBEITUNG VON ZICKLEIN IN DER GASTRONOMIE

# ZIEGENFLEISCH

## *als heimliche Spezialität*

Ziegenmilch und Ziegenmilchprodukte werden beim Verbraucher zunehmend beliebter – da ist es nicht überraschend, dass auch die Bestände der Milchziegen steigen. Seit kurzem ist Bayern Spitzenreiter als ziegenreichstes Bundesland in Deutschland. Neben der Milch fallen dabei auch mehr Ziegenkitze zur Vermarktung an. Diese gestaltet sich für den Landwirt jedoch immer noch schwierig – der Weg über die Gastronomie könnte sich für beide Seiten lohnen.

**B**ayerische Ziegenkitze werden derzeit oft ins europäische Ausland zur Mast verkauft, da Ziegenfleisch in Deutschland noch wenig bekannt ist. Zudem genießt es landläufig immer noch wenig Ansehen. Das Gerücht, dass Ziegenfleisch unangenehm riecht und schmeckt, hält sich hartnäckig. Dabei enthält Ziegenfleisch wenig Fett und Cholesterin und

ist aufgrund seiner Fettzusammensetzung sehr bekömmlich. Vor allem das Fleisch der Ziegenkitze ist besonders zart und fein im Geschmack – eine echte Alternative zu anderen Fleischarten.

### **Gastronomie als Wegbereiter**

Mancherorts wird Ziegenkitz bereits als Delikatesse angeboten und gilt als Geheimtipp

unter Feinschmeckern. Um eine regionale und nachhaltige Vermarktung zu fördern, soll Ziegenfleisch und Ziegenkitzfleisch insgesamt bekannter werden und der besondere Genuss auch in der breiten Bevölkerung Anklang finden. Gerade die bayerischen Gasthäuser können hier unterstützend tätig sein und bei den Gästen das Bewusstsein für regionaltypische Produkte sowie deren Wertschätzung stärken. So kann der Gast Neues



entdecken und sich vom Geschmack dieser besonderen Spezialität überzeugen lassen.

#### **Regionale Vermarktung steigert Tierwohl und Gastzufriedenheit**

Gute Ansätze für eine heimische Vermarktung wurden bereits durch das 2019 im Allgäu entstandene Projekt „Allgoiß“ erarbeitet, das durch die Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) umgesetzt wurde. Dafür konnten sechs Betriebe gewonnen werden, die nun bereits zum dritten Mal in Folge Ziegenkitze in der Region erfolgreich an den Gast bringen. Das hat gleich mehrere Vorteile: Die Wertschöpfung bleibt in der Region. Das Ziegenkitz muss weder zur Aufzucht noch zur Schlachtung weite Wege zurücklegen. Der Landwirt kann für sein Tier einen höheren Erlös erzielen und der Gastronom kann seinen Gästen etwas Besonderes aus der Region bieten

sowie hochwertiges Fleisch aus naturnaher Aufzucht verarbeiten. Denn die Ziegenhaltung vereint die Tierwohlstandards, die sich die meisten Verbraucher wünschen.

#### **Kurse der Genussakademie fördern Interesse bei Landwirten und Köchen**

Um auch andere Regionen in Bayern einzubinden und die Vermarktung von Ziegenkitzen sowohl für die Gastronomie als auch für die Landwirtschaft attraktiver zu gestalten, werden zwei Werkstattkurse in Oberfranken und in Schwaben von der Genussakademie Bayern angeboten. Bei den beiden Fortbildungskursen sollen Köche und Landwirte angesprochen werden. So können gleichzeitig Vernetzungs- und Synergieeffekte genutzt werden. Die Kurse vermitteln Wissen über Verarbeitung und Zuschnitt von Ziegenkitzfleisch. Köche lernen die Besonderheiten und

die vielfältigen Verwendungsmöglichkeiten in der Küche kennen, Landwirte können neue Ideen für die Direktvermarktung sammeln. Abgerundet wird das Programm in Kulmbach durch die engagierte Landwirtin Schirin Oeding vom Milchbauer Hof. Sie wird über ihre wertvollen Erfahrungen aus der Direktvermarktung von Kitzen berichten. 🍷

### **ZICKLEIN RICHTIG ZERLEGEN UND ZUBEREITEN**

Wie Küchenprofis das kulinarische Potenzial des zarten Kitzfleisches ausschöpfen können, zeigt die Genussakademie Bayern in einem Workshop am 14. Juni 2021 in Kulmbach. Nähere Informationen zu den Kursen gibt es im Internet unter [www.genussakademie.bayern](http://www.genussakademie.bayern).

NICHT NUR IM WINTER EIN GENUSS

# Wildfleisch

## als alljährliche Delikatesse



Landläufig besteht vielerorts immer noch die Fehleinschätzung, dass sich Wild nur als Gang in den Wintermonaten eignet: Man denke an den Hirschrücken zu Weihnachten oder ein Rehfilet auf einem herbstlichen Salat. Doch es lohnt sich, diese Annahme einmal zu hinterfragen. Denn: Was passiert eigentlich mit den nicht so populären Fleischteilen? Und vor allem, was ist mit dem leckeren Wild-Fleisch im Sommer?

**E**s ist bekannt, dass sich Wild sehr gesund ernährt und zudem viel bewegt. Wildfleisch ist quasi ein nicht von Menschenhand geschaffenes, natürliches Bio-Produkt. Deshalb handelt es sich dabei auch um ein sehr aromatisches Fleisch mit einem verhältnismäßig geringen Fettanteil. Schon aus diesen Gründen sollte Wild möglichst das ganze Jahr auf den Tellern landen.

### Wild vom Grill – kulinarische Highlights mit Wow-Effekt

Besonders spannend wird es kulinarisch, wenn Wild in der Grillsaison auf die Speisekarte kommt. Dabei gibt es viele Möglichkeiten, das ganze Tier zu verwerten, ohne viele Abfälle zu produzieren und etwas wegwerfen

zu müssen. Denn alles, was nicht beim ersten Schritt auf dem Teller landet, kann zu einem herrlichen Ragout, Wildbratwurst oder Wildburger verarbeitet werden. Auch die Ribs vom Wildschwein sind eine besondere Delikatesse und wecken schon beim Lesen der Speisekarte große Neugierde. Steak aus der Rehkeule ist ein ebensolches besonderes Schmankerl, wie





Foto: Bayerischer Jagdverband e.V.

beispielsweise eine Hirscheber vom Grill. Gastronomen sollten ihre Gäste und Kunden mit auf diese kulinarische Reise nehmen, um sich bewusst von Mitbewerbern abzusetzen und ihre Kunden auch außerhalb der kalten Jahreszeit mit köstlichen Wildspezialitäten zu begeistern.

### Die richtige Zubereitungsweise

Das Wichtigste bei der Zubereitung des schmackhaften Fleisches ist die richtige Grilltemperatur. Aufgrund des geringen Fettanteils kann es schnell passieren, dass das Fleisch zu trocken wird. Eine bevorzugte Grilltechnik mit Wild ist daher das sogenannte „rückwärts Grillen“. Dabei wird das Fleisch im Grill oder im Smoker auf Temperatur gebracht, um das Finish zum gewünschten Zeitpunkt passend mit den fertigen Beilagen in Form einer leckeren Kruste auf den Teller zu bringen. Karl-Heinz Giesing von Gastro-BBQ empfiehlt hierfür einen Pelletsmoker oder einen Keramikgrill. Das funktioniert ebenso mit den bekannten zarten Stücken wie auch mit Teilen aus der Keule. Beim Wildschwein ist es noch einfacher: Fast alle Gerichte können identisch zum Hausschwein zubereitet werden – natürlich unter Berücksichtigung der Temperaturen. Die Kerntemperatur sollte bei Hirsch und Reh zwischen 55 und 58 Grad Celsius liegen, um einen rosa Kern zu erhalten. Bei Wildschwein empfehlen sich circa 63 bis 75 Grad Celsius.

Der Mut für Wild vom Grill wird von den Gästen sicher honoriert. Neben einem eher unkonventionellen Produkteinsatz in der Sommerjahreszeit vermittelt eine ganzheitliche Verwertung gleichzeitig einen respektvollen Umgang mit dem Tier. Die Jäger in der Region liefern beste Qualität und freuen sich stets über Abnehmer aus der Gastronomie. 🐾

### GASTRO-BBQ

Das Unternehmen Gastro-BBQ bietet nicht nur eine umfassende Beratung bei Grillgeräten, sondern erarbeitet gemeinsam mit Gastronomen und Caterer auf Wunsch auch ein entsprechendes Einsatzkonzept bis hin zu Schulungen und der Einarbeitung der Mitarbeiter. Weitere Informationen unter: [www.gastro-bbq.de](http://www.gastro-bbq.de).

#### Kontakt:

Karl-Heinz Giesing | E-Mail: [khg@gastro-bbq.de](mailto:khg@gastro-bbq.de) | Telefon: 0171/21 22 120



### Aktiver Schutz in Gaststätten, Restaurants, Hotels und Kiosken

Wo sich Menschen treffen

Unabhängige Institute\* bestätigen eine Abscheideeffizienz von mindestens 99,99% gegenüber feinsten Aerosolen und attestieren, dass der Luftreiniger Virus Cleaner VC 60 geeignet ist, um Viren (z. B. Coronaviren) in der Luft vollständig zu inaktivieren bzw. zu eliminieren - Die gereinigte Luft verlässt den Luftreiniger sterilisiert. Es wird nachweislich kein im Filter entstehendes Ozon, welches die Filterelemente fortdauernd desinfiziert, freigesetzt.

Der Luftfilter erfüllt verlässlich und kompromisslos alle geltenden Anforderungen von Industrie und Behörden. Die Filtrationswirkung ist durch den VDI (Verein Deutscher Ingenieure) und die DIN EN 1822 bestätigt. Der Virus Cleaner VC 60 ist zur Abscheidung von Mikroorganismen und biogenen Substanzen geeignet und als zusätzliche Schutzmaßnahme vertrauensbildend.



\*Institut für Luft- und Kältetechnik ILK Dresden zusammen mit der Veterinärmedizinischen Fakultät der Universität Leipzig

### LTA LUFTECHNIK GMBH

Junkerstraße 2  
77787 Nordrach  
Deutschland  
+49 7838 84-245  
[info@lta-filter.com](mailto:info@lta-filter.com)

KULTURGUT MIT POTENZIAL FÜR DIE HEIMISCHE GASTRONOMIE

# Bayerisches Bier – weit mehr als ein Getränk



- „Bayerisches Bier“ ist eine seit 2001 durch die EU geschützte geografische Angabe.
- Das Zeichen belegt die Teilnahme am neutralen Kontrollsystem.

Bayerisches Bier ist einzig in der Welt. Ebenso stolz wie selbstbewusst heben Bayerns Brauer die Sonderrolle hervor, die dem Gerstensaft aus dem Freistaat zugesprochen wird. Das Bekenntnis zum Bayerischen Reinheitsgebot als Qualitätsversprechen, seine besondere, Jahrhunderte währende Tradition, vor allem aber seine Vielfalt zeichnen Bayerisches Bier aus: Die Vielfalt der Braustätten, der Sorten, der Marken. Den baye-rischen Brauern wird eine besondere Kompetenz nachgesagt, mit dem Bier aus Bayern eine hohe Qualitäts-erwartung verbunden. Doch Bayerisches Bier ist mehr als ein Getränk. Es steht für ein Lebensgefühl.

**R**und jedes vierte in Bayern gebraute Bier wird zwischenzeitlich exportiert – ein Beleg für die große Beliebtheit, der sich das Bier aus Bayern weltweit erfreut. Klar, dass internationale Gäste in der bayerischen Gastronomie das Original suchen, wenn sie zum Bier greifen: Das Bier aus Bayern.

#### „Regionalität“ liegt im Trend

Doch es erfreut sich nicht nur bei den Gästen aus aller Herren Länder großer Beliebtheit. Auch bayerische Gäste greifen bevorzugt zum Bier aus der Heimat. Die Folgen der Corona-Pandemie haben dabei einen schon lange bestehenden Trend nochmals verstärkt: Die Rückbesinnung auf Regionalität, das Bekenntnis zu den Produkten aus der eigenen Heimat und damit natürlich auch zu den Bieren aus der Brauerei am Ort. Es gibt also viele gute Gründe, in der bayerischen Gastronomie Bayerisches Bier anzubieten.

#### 4 Zutaten – 40 Sorten – 4.000 Marken

Dass die bayerischen Brauer aus den laut Reinheitsgebot zulässigen nur vier Zutaten Wasser, Malz, Hopfen und Hefe über 40 verschiedene traditionelle Biersorten herzustellen vermögen, zeugt von hoher Braukunst. Sie wird von 640 Brauereien im Freistaat gepflegt, meist „Sortimentsbrauereien“, die also ein breites Sortenspektrum aus eigener Herstellung anbieten. In der Gastronomie beschränkt sich das Hauptinteresse des Gastes – ebenso wie des Wirtes – in der Regel aber auf Hell, Weizen und Pils. Dabei bietet gerade die einzigartige Vielfalt der bayerischen Bierkultur ein so großes Potenzial – auch für den wirtschaftlichen Erfolg des Wirtes.

#### Vielfalt – Kennerschaft – Wertigkeit

Die besondere Vielfalt, die das Bayerische Bier zu bieten hat, macht es zu einem Produkt, mit dem sich eine etwas intensivere Beschäftigung lohnt: Verführen Sie Ihren Gast zu einer Reise durch Bayerns besondere Bierkultur. Sprechen Sie Bierempfehlungen aus: Als Aperitif, die passende Biersorte zum jeweiligen Essen. Machen Sie durch Tischreiter auf saisonale Bierspezialitäten wie das Fastenstarkbier, den Maibock oder das Festbier aufmerksam. Nutzen Sie die in Bezug auf Bier zwischenzeitlich weit verbreitete Probierbereitschaft und machen Sie Ihre Gäste gezielt auf besondere Biere in Ihrem Angebot aufmerksam. Wecken Sie durch die Erklärungen der einzelnen Biersorten in der Getränke- oder sogar einer speziellen Bierkarte die Neugierde Ihrer Gäste auf die ganze Vielfalt, die Bier aus Bayern zu bieten hat. Eine Bierprobe, mehrere Sorten im kleinen Glas dem Gast offeriert, macht sie unmittelbar erlebbar.

„Ihre“ Brauerei hilft Ihnen gerne, wenn es darum geht, mehr über die einzelnen angebotenen Biere zu erfahren. Oder Sie ermöglichen Ihren Mitarbeitenden eine Ausbildung zum Bierbotschafter oder sogar Biersommelier. Auch beim Bier gilt: Kennerschaft erzeugt Wertigkeit. Und der Wertschätzung beim Gast folgt die Wertschöpfung beim Wirt.

#### Bayerisches Bier als Teil des kulinarischen Erbes Europas

Die EU stellt die Spezialitäten des Kontinents unter besonderen Schutz vor Nachahmung und Trittbrettfahrern. So gehört auch „Bayerisches Bier“ zum geschützten kulinarischen

Erbe Europas. Die Bezeichnung ist seit 2001 als „geschützte geografische Angabe“ eingetragen. Als „Bayerisches Bier“ dürfen nur Biere bezeichnet werden, die getreu dem Reinheitsgebot in Bayern gebraut werden und die einer sortenindividuell hinterlegten Spezifikation entsprechen, um eine Verwässerung der tradierten Sortenvielfalt zu verhindern.

Doch Achtung: Mit dem Symbol darf nicht einfach jeder werben, der ein Bier aus einer bayerischen Brauerei im Ausschank hat. Die Verwendung des g.g.A.-Zeichens ist – wie bei vielen anderen Spezialitäten auch – solchen Produkten vorbehalten, bei denen die Erfüllung der Voraussetzungen für ein echtes Bayerisches Bier einer regelmäßigen neutralen Kontrolle unterzogen wird. 



Ein ausgebildeter Bierbotschafter/-fachmann oder Biersommelier hilft dem Wirt, sein Bierangebot wertig und kenntnisreich zu präsentieren. Er gestaltet die Bierkarte, formuliert Bierempfehlungen zu Essen, moderiert Bierproben und vieles mehr.

In Bayern kann man die Ausbildung zum Bierbotschafter/Bierfachmann sowie zum Biersommelier beispielsweise bei der Doemens Akademie im oberbayerischen Gräfelfing vor den Toren Münchens ([www.doemens.org](http://www.doemens.org) – Genuss und Sensorik) oder bei der Deutschen BierAkademie in Bamberg ([www.bierakademie.net](http://www.bierakademie.net)) absolvieren.

WENIGER IST MEHR, ABER BESONDERS MUSS ER SEIN: „SAY CHEESE“

# NEUE IDEEN FÜR EINEN ALTEN BEKANNTEN



„Käse schließt den Magen?“ Das war gestern. Heute ist Käse ein Geschmacksträger und Umsatzbringer, der Gäste und Gastronomen gleichermaßen glücklich macht – überraschend in seiner Vielfalt, immer wieder neu zu präsentieren und eine kulinarische Option für viele Zielgruppen. Hinzu kommt der regionale Aspekt: Gerade in Bayern gedeiht Top-Qualität quasi vor der Haustür. Allesamt Gründe genug, künftig auch eine Käseauswahl auf die Karte zu setzen.

Florian Hauder von der Naturkäserei Tegernseer Land hat exklusive Tipps für eine persönliche Käse-Erfolgsstory.

**Herr Hauder, wie üppig muss die Käseplatte bestückt sein?**

Aus meiner Sicht gar nicht üppig. Wichtiger ist ein Angebot, das sich vom Erwartbaren abhebt. Dann genügen schon drei aussagekräftige Sorten. Schlagen Sie den Bogen von Hart- bis Weichkäse, von jungen milden zu lang gereiften, kräftigen Sorten, von einer cremigen oder mürben bis zu einer festen Konsistenz. Man kann Natursorten mit gewürzten kombinieren, bei den Weichkäsen zwischen Rotschmiere, Weiß- und Blauschimmel abwechseln. Gut für Gastronomen ist zu wissen: Entsprechend gepflegte und optimal geschnittene Käse können komplett, das heißt ohne Verlust der Randstücke verkauft werden.

**Was macht guten Käse aus?**

Die geschmacklich besten Käse – sei es europa- oder weltweit – werden aus silofreier Heumilch produziert, die als Rohmilch verarbeitet wird. Grundlage sind Futter und Haltung der Kühe – allein daraus kann ein geschulter Service übrigens schon eine feine Story stricken. Für die Franzosen ist Käse aus Rohmilch („lait cru“) ein absolutes Qualitätsmerkmal.



Denn nur, wenn die Milch in ihrer stofflichen und bakteriologischen Zusammensetzung einwandfrei ist, kann sie überhaupt roh verarbeitet werden und ein guter Käse daraus entstehen. Wenn es solche Käse auch noch regional gibt, umso besser.

**Welche Kniffe gibt's für die Präsentation?**

Wählen Sie eine ansprechende Schnitttechnik. Und dann sagen Sie ein paar Worte dazu. Beispiel: Käse eins ist ein würziger, lang gereifter Hartkäse mit Salzkristallen, Käse zwei ein cremiger oder halbfester



Schnittkäse (eventuell mit Gewürz), Käse drei ein Weichkäse (mit Rotschmiere, Weiß- oder Blauschimmel). Eine günstige Ergänzung dazu ist ein Aufstrich aus Topfen mit Kräutern. Als Beilage eignen sich Apfel, Birne, Quitte, Feige, Aprikose oder rote Beeren, frisch, getrocknet oder als Gelee, am besten regional und saisonal. Ein Zweig Thymian oder Rosmarin oder frische Blüten aus dem Garten sind das dekorative „i-Tüpfel“.

#### Gibt es typische Fehler?

Um optimal zu schmecken, muss der Käse auf Zimmertemperatur sein. Ständige Temperaturschwankungen von der Kühlung auf Zimmertemperatur und retour schaden ihm. Der Kompromiss besteht darin, den Käse bei 12 bis 15 Grad Celsius zu lagern, so ist er schneller temperiert, reift aber auch schneller nach. Achten Sie auf die Portionsgröße. Sie muss bei hochwertigen Sorten im Rahmen bleiben.

#### Darf's ein Wein zum Käse sein?

Natürlich! Und das nicht nur, weil Fruchtsäuren der Verdauung zuträglich sind. Mit einer passenden Weinempfehlung lässt sich beim Gast punkten, und den Umsatz freut es auch. Trockene, fein-säuerliche Weißweine wie Chasselas/Fendant, Silvaner oder Grüner Veltliner sind mit fast allen Käsesorten gut kombinierbar. Generell gilt: Die Partner sollen sich geschmacklich ergänzen und nicht gegenseitig überdecken. ☺

### NATURKÄSEREI TEGERNSEERLAND KÄSE NACH DEM REINHEITSGEBOT

Vor gut zehn Jahren sorgten die Bauern der neugegründeten Naturkäserei Tegernseerland als „Heumilchpioniere vom Tegernsee“ für Furore, weil sie die Verarbeitung ihrer hochwertigen Milch nicht mehr anderen überlassen wollten. Heute haben sie den Weg „Vom Gras zum Kas“ fest selbst in der Hand.

Der genossenschaftliche Betrieb mit Sitz im „Bergsteigerdorf“ Kreuth am Tegernsee produziert Hart-, Weich- und Schnittkäse sowie Joghurt, Topfen und Trinkmilch nach einem eigenen Reinheitsgebot: Verarbeitet wird ausschließlich Heumilch. Im Sommer sind die Heumilchkühe auf der Weide, wo sie sich an Gräsern und Kräutern sattfressen, im Winter steht Heu auf dem Speiseplan. Vergorene Futtermittel wie Silage sind verboten. Die Ausnahmequalität dieser Heumilch (hoher Gehalt an Omega-3-Fettsäuren) bildet die Grundlage für besonders aromatische Milch- und Käseprodukte, die völlig ohne Zusatzstoffe und Konservierungsmittel auskommen.

Zur Naturkäserei gehören ein Ladengeschäft und ein Brotzeitstüberl samt Sonnenterrasse mit Bergblick, Kräutergarten und Barfußpfad. In Nicht-Pandemiezeiten werden auch Führungen, Vorträge und weitere Veranstaltungen angeboten. Weitere Informationen erhalten Interessierte im Internet unter [www.naturkaeserei.de](http://www.naturkaeserei.de) und telefonisch unter 08022/18 83 52-0.



## MITMACHEN UND GEWINNEN

Unter allen Lesern, die mit dem Stichwort „Bavarian Single Malt“ bis 30. Juni 2021 eine E-Mail an [fjohn@gastgeber.bayern](mailto:fjohn@gastgeber.bayern) senden, werden zehn exklusiv gebrandete „Gastgeber Bayern-zehn Flaschen“ des SLYRS Whisky Classic verlost. Die Teilnahme ist erst ab 18 Jahren möglich, die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

TRADITION, LEIDENSCHAFT UND EINZIGARTIGER BAYERISCHER CHARAKTER

# BAVARIAN SINGLE MALT WHISKY

Mit viel Liebe zum Detail entsteht im Herzen der oberbayerischen Alpen ein Original: Der SLYRS. Auf traditionelle Art hergestellt und in neuen Fässern aus amerikanischer Weißeriche zu höchster Qualität gereift, entsteht der SLYRS Single Malt Whisky mit unvergleichlichem Charakter. Alle verwendeten Rohstoffe im SLYRS sind bayerisch: Von der besten Gerste, dem feinen Buchenholz, welches für die Malz-Räucherung einiger Whisky-Sorten verwendet wird, bis hin zum Wasser aus der nahe gelegenen Bannwaldquelle der bayerischen Alpen.



In der eigens errichteten Slyrs Whisky-Destillerie in Neuhaus erfolgt seit 2007 der gesamte Herstellungsprozess, von der Anlieferung der Gerste bis zur Reifung des Whiskys in den Fässern – auch die „Whisky-Maische“ wird im eigenen Haus produziert. Mit viel Leidenschaft und Liebe zum Whisky sorgt Hans Kemenater, Destillateurmeister und Geschäftsführer der Slyrs Destillerie, mit seinem jungen, dynamischen Team aus ausgebildeten Whiskydestillateuren jeden Tag für den unverwechselbaren Charakter, die „Slyrs-DNA“, wie sie sagen.

Kemenater beschreibt sie wie folgt: „Wie ein Koch, der seinen eigenen Kochstil hat, so hat jeder Destillateur eine unterschiedliche Herangehensweise. Ich habe meinen Stil mit eingearbeitet und dieser macht die Slyrs-DNA aus: Uns ist wichtig, nicht extrem viele Ecken und Kanten zu haben, sondern Whiskys sehr professionell herzustellen. Damit meine ich den gesamten Prozess bis zum fertigen Produkt in der Flasche. Gerstenmalz aus dem Münchner Umland wird mit reinstem Gebirgsquellwasser aus der Bannwaldquelle verarbeitet. Lange Gärzeiten, eine aromaschonende, temperaturgesteuerte Vergärung, ein besonders schonender Brennvorgang und das Know-how unseres Destillateur-Teams ergeben ein qualitativ hochwertiges und aromatisches Destillat. Dieses reift in neuen Fässern aus amerikanischer Weißeiche in unserem besonderen Bergklima und entfaltet seinen unverwechselbaren Charakter: Feine Vanille- mit Honignoten mischen sich mit Karamelltönen und erklären den einzigartigen Slyrs Geschmack.“

Innovativ und experimentierfreudig kreiert er mit seinem Team hochwertige Whisky-Kompositionen, die nicht nur Kenner begeistern. Die Idee für einen bayerischen Whisky kam Gründer Florian Stetter während einer Studienreise in Schottland. Die Ähnlichkeiten zwischen der bayerischen und schottischen Landschaft sowie Parallelen zwischen den Charaktereigenschaften der Landsleute inspirierten ihn zu seiner Vision, einen bayerischen Single Malt Whisky herzustellen. 2002 gab es die erste Abfüllung des Slyrs Bavarian Single Malt Whiskys mit 1.600 Flaschen, die bereits nach drei Tagen ausverkauft waren. Im Mai 2015 erschien der erste Slyrs Single Malt Whisky Aged 12 Years und war binnen eines Tages vergriffen. Mittlerweile umfasst das Sortiment circa 15 unterschiedliche Whiskys und Liköre.

Aktuell hat die Slyrs Destillerie einen Bairish Coffee Liqueur gelauncht, der in Kooperation mit einer weiteren oberbayerischen Genuss-Manufaktur, der Dinzler Kaffeerösterei, entstand. Zudem erschien im Mai die jährliche und limitierte Mountain Edition mit Whisky aus dem Höhenlager der Destillerie am Gipfel des Bergs Stümpfling. Weitere Informationen erhalten Interessierte im Internet unter [www.slyrs.com](http://www.slyrs.com). 

BAYERISCHE PRODUKTE LEICHT GEFUNDEN!

# Die Regio-Trilogie

Das steigende Interesse an regionalen Lebensmitteln und Spezialitäten ist in allen Bereichen zu spüren – ob beim Verbraucher, in der klassischen Gastronomie oder in den Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung. Damit Anbieter regionaler Produkte und Abnehmer besser zueinander finden, hat das Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten drei kostenlose Online-Plattformen entwickelt.



**B**egonnen hat alles im Jahr 2014 mit dem Regionalportal [www.regionales-bayern.de](http://www.regionales-bayern.de). Verbraucher können auf dieser Seite nach Direktvermarktern und Bauernmärkten in ganz Bayern suchen. Neben Lebensmitteln können auch Freizeiterlebnisse wie beispielsweise „Urlaub auf dem Bauernhof“ oder Naturprodukte wie Bienenwachs und Wolle gefunden werden.

Im Jahr 2015 wurde das Angebot um die erste B2B-Plattform [www.wirt-sucht-bauer.de](http://www.wirt-sucht-bauer.de) erweitert. Wirt-sucht-Bauer wurde speziell für die Vernetzung zwischen Anbietern und der Gastronomie entwickelt. Gastronomen aus ganz Bayern können sich hier anmelden, den Erzeugern und Verarbeitern ihren Bedarf an regionalen Lebensmitteln kommunizieren und nach diesen suchen. Regionale Produkte in der Gastronomie – nichts ist nahelgender.

Seit Juli 2020 ist zudem die Online-Plattform [www.regio-verpflegung.bayern](http://www.regio-verpflegung.bayern) verfügbar. Diese ist auf die speziellen Bedürfnisse der Gemeinschaftsverpflegung ausgerichtet. Kitas, Schulen, Senioreneinrichtungen, Betriebsgastronomien und so weiter können hier ihren Bedarf listen und nach regionalen Produkten suchen. Um Lösungen für die Logistik zu ermöglichen, ist die Anmeldung für Händler mit einem Sortiment an regionalen Produkten möglich.

Das Besondere ist, dass sich alle drei Plattformen eine Datenbank teilen und nach dem gleichen Prinzip funktionieren. Mit nur einer Anmeldung besteht für die Anbieter die Möglichkeit, sich gleichzeitig auf allen drei Plattformen zu präsentieren. So kann zum Beispiel ein Landwirt für seinen Hofladen bei [www.regionales-bayern.de](http://www.regionales-bayern.de) Kunden gewinnen, für seine Erzeugnisse über [www.wirt-sucht-bauer.de](http://www.wirt-sucht-bauer.de) Kontakte zu Gastronomen und über [www.regio-verpflegung.bayern](http://www.regio-verpflegung.bayern)

zu Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung knüpfen.

## Neues Tool zur Erhaltung lokaler Wertschöpfungsketten

Regionale Initiativen, Dachmarken und Zusammenschlüsse finden ebenfalls auf jedem der drei Portale ihren Platz. Sie sind Garant für die Erhaltung von lokalen Wertschöpfungsketten: Sie verbinden Erzeuger und Verarbeiter, bringen viele verschiedene Akteure zusammen, informieren Verbraucher und vermarkten regionale Produkte. Im Bereich „Initiativen“ können sie ihr Betriebsprofil platzieren und somit von Interessenten leichter gefunden werden, um die regionale Vernetzung speziell in den einzelnen Regionen voranzutreiben. Zusätzlich können sich die Initiativen direkt mit ihren bereits teilnehmenden Betrieben auf den Portalen vernetzen. 

### REGIONALES BAYERN

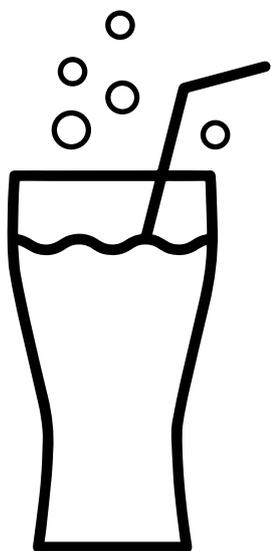
- 2.907 Betriebe insgesamt, davon
- 2.439 Erzeuger
- 696 Verarbeiter
- 296 Gastronomen
- 179 Bauernmärkte

### WIRT-SUCHT-BAUER

- 1.352 Betriebe insgesamt, davon
- 974 Erzeuger
- 325 Verarbeiter
- 296 Gastronomen

### REGIOVERPFLEGUNG

- 245 Betriebe insgesamt, davon
- 130 Erzeuger
- 92 Verarbeiter
- 21 Händler
- 61 GV-Einrichtungen



BREIT GEFÄCHERTES ANGEBOT FÜR HOTELLERIE UND GASTRONOMIE

# Cola-Kompetenz "Made in Germany"

Sinalco ist die erste Softdrink-Marke des europäischen Kontinents. Schon seit über 100 Jahren bietet Sinalco Geschmack auf ganzer Linie und beste Qualität. Das Sortenspektrum überzeugt mit den unverzichtbaren Softdrink-Basics aus einer Hand. Dabei steht Sinalco nicht nur für die erste Limonadenmarke, sondern auch für langjährige Cola-Kompetenz – egal ob Cola, Cola Light, Cola Zero zuckerfrei oder Cola Mix.

Die Qualität aller trinkfertig ausgelieferten Sinalco Produkte hebt sich durch die Herstellung mit natürlichem Mineralwasser von anderen Softdrinks auf Leitungswasserbasis ab. Sinalco ist für die vegane Ernährung geeignet und frei von Gluten oder Laktose. Die konsequente Mehrwegorientierung macht Sinalco zu einem nachhaltigen Genuss. Das mittelständische Familienunternehmen pflegt Kundennähe

und vertrauensvolle Zusammenarbeit auf Augenhöhe, insbesondere mit der Gastronomie: Sinalco bietet ein spezielles, bedarfsgerechtes Gebinde-Angebot inklusive moderner Kühl- und Zapftechnik für den Außer-Haus-Markt. So wird der Betreiber in die Lage versetzt, die optimalen Gebinde für sein Objekt auszuwählen – ganz gleich, ob Szene-Gastronomie, Top-Hotellerie, Restaurants oder System-Gastronomie, ob charakteristische, weltweit geschützte Mehrweg-Formflasche oder

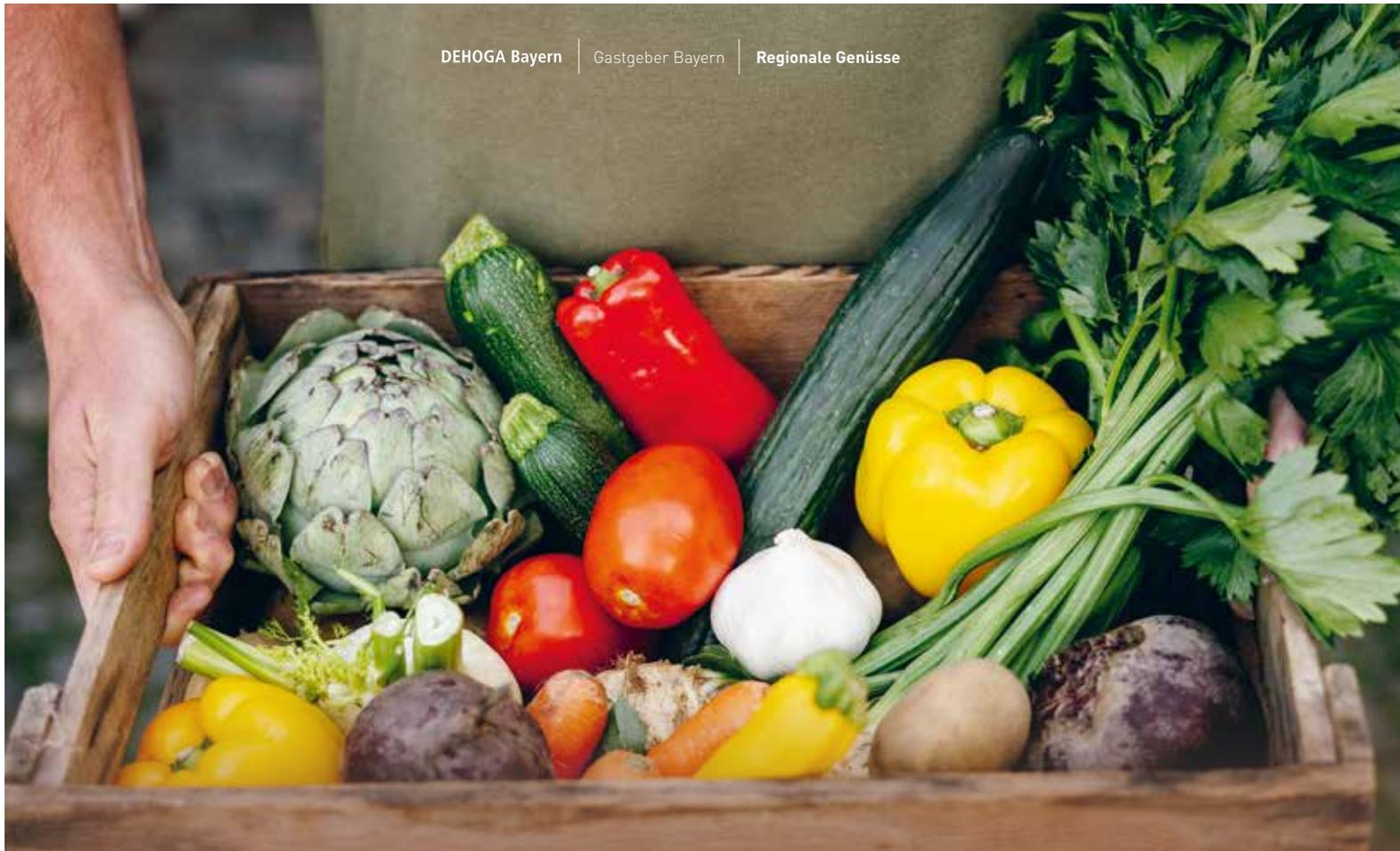
Softdrink-Keg für den Pre- oder Postmix-Offenausschank. Zudem besticht die Marke Sinalco durch ihr breites Cola-Sortiment. In der Marke mit dem Rotpunkt finden Gastronomen eine willkommene, qualitativ überzeugende Alternative zum Softdrink-Angebot der Wettbewerber. Kein Wunder, dass Sinalco fast 100 Prozent der Deutschen bekannt ist und von Gastronomen als leistungsstarker, nationaler Partner mit einem breitem Produkt- und Serviceangebot geschätzt wird.

## Schmeckt ohne Heckmeck.

Sinalco. Unaufgeregter seit 1905.

DIE SINALCO  
SCHMECKT...





DIE BAYERISCHE GASTRONOMIE HAT EINE „BIOREGIONALE ZUKUNFT“

# Regionale Produkte für glückliche Gastwirte und Kunden

Schon vor der Corona-Krise zeichnete es sich ab: Konsumenten bekundeten zunehmend ihren Wunsch nach qualitativ hochwertigen und regionalen Lebensmitteln auf dem Teller, auch in der Gastronomie. Im Laufe des vergangenen Jahres hat sich dieser Trend noch einmal zusehends verstärkt.

Die Erwartungen der Gäste haben sich gewandelt. Sie wünschen sich die Verwendung von biologisch erzeugten und regionalen Lebensmitteln. Zudem fordert und fördert die Politik einen festen Mindestanteil an regionalen oder kontrolliert ökologisch erzeugten Lebensmitteln in staatlichen Kantinen sowie Schulen und Kindergärten. Bis spätestens 2025 soll in allen 130 staatlichen Kantinen Bayerns mindestens 50 Prozent der dort verarbeiteten Lebensmittel aus biologischer (gelabelt mit dem Bayerischen Bio-Siegel) oder der regionalen

Erzeugung stammen. Im zweiten Schritt sollen bis 2030 kommunale und andere öffentliche Träger mit Kindergärten und Schulen folgen. „BioRegionalität“ ist nicht nur Trend, sondern die zukunftsweisende Richtung in der Gastronomie und Außer-Haus-Verpflegung (AHV).

## Ökoring – Berater-Großhandel und Bio-Gastro-Pionier

Schon seit 1993 lebt der Biogroßhändler Ökoring Bio und Regionalität. Seit 20 Jahren pflegt er ein auf Gastronomie und AHV zugeschnittenes

Bio-Sortiment, das über 10.000 Bioartikel umfasst und sich über die Bereiche Obst, Gemüse, Molkereiprodukte, Trockenware, Fleisch und Wurst, Tiefkühlware, Weine, Naturkosmetik sowie Hygiene- und Haushaltsartikel erstreckt.

Als Beratergroßhandel steht für Ökoring neben qualitativ hochwertigen, frischen Produkten die individuell angepasste Betreuung und Unterstützung der Kunden im Vordergrund. So umfasst das umfangreiche Service Angebot nicht nur attraktive Angebote an regionalen und bayerischen Erzeugnissen, spezielle Sortimentslisten

für die AHV, Produktbeschreibungen mit allen relevanten Informationen für die Speisekarte und kompetente Beratung bei der Speiseplanung, Auslobung und Wareneinsatzoptimierung. Auch die persönliche Umstellungsberatung sowie eine Beratung zur Bio-Zertifizierung und Personal-schulungen gehören zum Portfolio.

„Die Umstellung auf Bio und Regionalität in der AHV und Gastronomie ist machbar“, erklärt Steffen Neumann, Gastronomieexperte der Ökoring Handels GmbH. Der erfahrene Koch steht gemeinsam mit Cornelia Witte Unternehmen in der AHV bei Neugründung, Umstellung oder im Berufsalltag zur Seite. Wer sich auf diesen Weg machen möchte, kann auf die beiden Gastro-Experten von Ökoring zählen und so auf ein vielfältiges Beratungs- und Unterstützungsangebot, basierend auf jahrelanger Erfahrung, zurückgreifen.

#### Regional wird erst durch Bio wirklich nachhaltig

Regionale Produkte an sich haben einige Vorteile, die auch bei Endverbrauchern in die Konsumententscheidung einfließen. Beim Kauf oder der Verarbeitung regionaler Produkte bleibt die



Fotos: Ökoring

Wertschöpfung in der Region. Die Transportwege sind kurz und Gemüse beziehungsweise Obst ist oftmals noch erntefrisch. Regionalität allein schützt Natur und Klima jedoch noch nicht. Um die heimische Biodiversität und Artenvielfalt zu erhalten, und wieder zu regenerieren braucht es einen kontrolliert biologischen Anbau.

#### Die Initiative BioRegional

Um den regionalen Bio-Anbau zu stärken, gründete Ökoring 2008 die Initiative „BioRegional“. Alle teilnehmenden Erzeuger haben

ihren Bio-Betrieb in Bayern. Unverarbeitete Produkte stammen aus Bayern, verarbeitete Produkte werden hier verarbeitet und bestehen überwiegend aus heimischen Zutaten. BioRegional steht für 100 Prozent biologische Qualität, transparente Herkunft und faire Erzeugerpreise. Ökoring bietet ein umfangreiches Gastro-Sortiment – insbesondere auch von BioRegionalen Produkten und Produkten mit dem Bayerischen Bio-Siegel. So können interessierte Köche mühelos bedarfsgerecht hochwertige Premium-Bio-produkte aus der Region beziehen und die sich wandelnden Wünsche der Gäste erfüllen.

Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten



## AKTUELLE TERMINE DES STAATSMINISTERIUMS



### Genussakademie 2021

- 18.10.2021: Moderne Bayerische Klassiker mit Giuseppe Messina (Kulmbach)  
25.10.2021: Wintergemüse mit Andree Köthe (Kulmbach)

Weitere Informationen unter: [www.genussakademie.bayern](http://www.genussakademie.bayern)



IM GESPRÄCH MIT TREND- UND ZUKUNFTSFORSCHER TRISTAN HORX

# „Wir brauchen die Re-Regionalisierung im Tourismus“

Tristan Horx ist mit dem Thema Zukunftsforschung groß geworden. Er stammt aus der Zukunftsforscher-Familie Horx und hat sich den Themen Digitalisierung, Lifestyle, Globalisierung und Generationenwandel verschrieben. Im Gespräch mit Gastgeber Bayern lenkt Horx den Blick auf die Zeit nach der Krise und plädiert für sein Modell des Resonanz-Tourismus.

**H**err Horx, es ist momentan eine besondere Zeit, in der wir leben. Krisen wie die Corona-Pandemie haben das Zeug, den Wandel zu beschleunigen – auch im Tourismus. Sie gehen davon aus, dass Reisende künftig andere Ansprüche haben. Welche werden das sein und welche Werte prägen den Tourismus von morgen?

Momentan tendieren wir dazu, zu sagen, dass das Thema Hygiene im Tourismus ganz wichtig sein wird. Das ist aber nur ein Kurzzeiteffekt. Was bei Urlaubern viel mehr in den Mittelpunkt rücken wird, ist der Wunsch nach Bezug und Vertrauen. Nach der Krise und nach einer langen Zeit der Unsicherheit sehnen sich die Menschen nach Vertrautheit und Sicherheit. Es geht also weniger um das Explorative, die Entdeckung, das Neue im Urlaub, es geht um das Vertraute, um eine Art Rückbesinnung, ein Fokussieren auf die Menschen und die Region. Das sind die neuen Werte im Tourismus. Das belegen die stark steigenden Buchungszahlen in Österreich übrigens ganz deutlich.

**Bezug und Vertrauen im Tourismus – ist es das, was Sie mit Resonanz-Tourismus meinen?**

Es ist mehr als das. Der Begriff des Resonanz-Tourismus betrachtet das Beziehungsgefüge und den gegenseitigen Einfluss aller Akteure im System Tourismus. Und das ist weit mehr als

nur eine Wertschöpfungskette bestehend aus Angebot, Preis, Leistung, Kunde und Anbieter. Der Resonanz-Tourismus ist also in gewisser Weise ein Gegenmodell zum Massentourismus. Der Tourist ist jemand, der etwas mitbringt, nämlich sich selbst, seine Einstellung, seine Werte und seine Lebenserfahrungen. Und daraus kann ein Hotelier, ein Gastronom, ein Ort oder eine Region enorm profitieren. Dieses sich gegenseitig etwas geben, dieses miteinander schwingen beschreibt der Resonanz-Tourismus. Es geht um die Wiederentdeckung des Kerns von Gastfreundschaft.

**Woran liegt es, dass dieser Kern von Gastfreundschaft verloren gegangen ist?**

Gerade im Tourismus haben wir es mit einer Über-Beschleunigung und einer Über-Globalisierung zu tun. Denken wir nur an das Phänomen Hallstadt in Österreich, den Ballermann auf Mallorca oder – aus gegebenem Anlass – an Ischgl. Corona hat da jetzt den Pausenknopf gedrückt und zwingt uns gewissermaßen einen Veränderungsprozess auf, der vielen richtig weh tut. Das wissen die Gastronomen und Hoteliers mehr als sonst wer momentan.

**Ist Bayern ein geeignetes Ziel für Resonanz-Tourismus?**

Bevor wir auf Bayern schauen, gestatten Sie mir bitte einen Blick über den Alpenhauptkamm

nach Südtirol. Dort geht resonanz-touristisch gesehen schon seit längerer Zeit richtig die Post ab. Dort funktioniert auch der Sommer-Tourismus reibungslos. Die Zutaten in Südtirol sind eine regionale Identität, eine feingliedrige Lokalität und Gastfreundschaft. Auch Bayern hat mit seiner sehr langen Kultur der Gastfreundschaft und einer weltweit bekannten Kultur größte Chancen im Resonanz-Tourismus. Wichtig ist es, zu erkennen, dass Bayern nicht nur Oktoberfest, Neuschwanstein und Hofbräuhaus ist. Bayern ist da viel feingliedriger und regionaler. Die Botschaft lautet also: Wir brauchen die Re-Regionalisierung im Tourismus. Deshalb braucht es für ernst gemeinten Resonanz-Tourismus auch den Job des regionalen Übersetzers.

**Was meinen Sie genau mit regionalem Übersetzer?**

Viele Tourismusregionen vermarkten heutzutage nur noch eine Art Karikatur der Kultur vor Ort. Diese Kultur ist verwässert oder verklärt von einzelnen touristischen Marketing-Botschaften. Damit – überspitzt gesagt – nicht alles wie Oktoberfest aussieht, braucht es Leute, die die kleinen, oft sehr feinen Unterschiede ihrer eigenen Region kennen und in der touristischen Vermarktung herausarbeiten. Und genau diese regionalen und oft auch lokalen Unterschiede gibt es ja in Bayern zuhauf. Eine solche Funktion als regionaler Übersetzer wäre eine ganz spannende Rolle.

# „Die Leute sehnen sich nach Bezug und Vertrauen“

Tristan Horx

**Wie soll eine solche Regionalisierung im Zeitalter von Online-Buchungsplattformen und -Reisebüros denn funktionieren?**

Genau hier liegt die Riesenchance vor allem für kleine Akteure, die sich dem Resonanz-Tourismus verschreiben wollen. Das Zauberwort lautet digitales Targeting. Zielgruppen lassen sich heute mit vertretbarem Aufwand klar eingrenzen und gezielt ansprechen. Was früher die teure Anzeige in einem Printmagazin mit hohen Streuverlusten war, ist heute die smarte Werbe-Kampagne über einen Social-Media-Kanal, die garantiert mein Zielpublikum erreicht.

Mehr Regionalität darf für die Hoteliers und Gastronomen also nicht zu weniger digitaler Präsenz führen. Das wäre ein fataler Irrtum.

**Noch einmal zurück zur eingangs erwähnten Sehnsucht nach Bezug und Vertrauen. Was bedeutet das denn für die Mitarbeiter in Gastronomie und Hotellerie im täglichen Umgang mit den Gästen?**

Es gibt Hotels, da darfst du als Mitarbeiter deinen Gästen keine Tipps geben, sondern du musst möglichst neutral sein. Oder du darfst nur den Nebeneingang benutzen. Reso-

nanz-Tourismus ist das Gegenteil und will, dass sich die Menschen aufeinander einlassen. Am Ende bringt das eine viel authentischere Erfahrung – für alle Beteiligten. Der Mitarbeiter in einem Hotel ist eben nicht nur Empfänger, er ist auch Sender, und das setzt Freiräume im Umgang und der Kommunikation mit den Gästen voraus. Die schönsten und interessantesten Reisen sind doch jene, bei denen man von den Hotel-Angestellten nach Feierabend noch auf einen Drink in einer Bar im Urlaubsort eingeladen wird. So entstehen Beziehungen. Und genau deswegen ist es an der Zeit für mehr Resonanz im Tourismus. 



VIELE MENSCHEN SEHNEN SICH NACH EINER AUSZEIT

# Reisen im Genussland Bayern



**Isabella Hren, Vorstand der Bayerischen Gastgeber AG und Geschäftsführerin der BTG, berichtet über die zahlreichen bestehenden Möglichkeiten, neue Zielgruppen anzusprechen. Stichworte hierfür sind Reisen für Menschen mit besonderen Bedürfnissen, spezielle Interessen der Gäste und ein neues Qualitätsbewusstsein nach der Corona-Pandemie.**

**N**ach über einem Jahr Corona mit Homeoffice, Kurzarbeit und sämtlichen Einschränkungen, die die Pandemie mit sich bringt, sind die Lust zu Reisen und das Bedürfnis nach touristischen sowie gastronomischen Erlebnissen im Jahr 2021 weiter ungebrochen groß. Egal, ob Auszeit, Natur- und Aktivurlaub, Familienurlaub, Wellness- oder Wanderurlaub, viele Menschen sehnen sich danach. 71 Prozent der Deutschen haben demzufolge für dieses Jahr bereits Urlaubspläne.

Genauso vielseitig wie ein Urlaub in Bayern ist die Bayerische Küche. Das Urlaubs- und Genießerland Bayern steht dabei deutschlandweit an oberster Stelle. Der Tagestourismus hat seit der Pandemie einen regelrechten Ansturm erlebt. Doch wie können sich die Gastgeber Bayerns auf unterschiedliche Gästezielgruppen fokussieren und so neue Chancen und Marketing- sowie Kommunikationsinstrumente nutzen?

## Reisen für alle – Reisende mit besonderen Bedürfnissen ansprechen

Gastfreundschaft hat in Bayern Tradition. Diese Tradition soll für all unsere Gäste spür- und erlebbar sein. Ziel ist es daher, allen Gästen attraktive Angebote für einen erholsamen Urlaub in Bayern anbieten zu können. Dazu gehören auch komfortable Urlaubserlebnisse für Familien mit Klein-

kindern, Menschen mit Behinderung oder Reisende höheren Alters.

Bereits jetzt bieten zahlreiche Regionen und Betriebe in Bayern ausgezeichnete Angebote, die die Reisebedürfnisse von Menschen mit Behinderungen erfüllen, häufig mangelt es allerdings an der Bereitstellung entsprechender Informationen für die Gäste. Mit dem Projekt „Reisen für Alle“ ist erstmals eine bundesweit einheitliche Darstellung von geprüften Informationen über barrierefreie Angebote möglich.

Urlaub „ohne Einschränkungen“ wird im Tourismus zunehmend als Qualitätskriterium angesehen. Denn Barrierefreiheit spielt nicht nur für gut 10 Millionen Deutsche mit staatlich anerkannter Behinderung eine wesentliche Rolle bei der Wahl ihres Urlaubsziels. Von barrierefreien Angeboten profitieren alle. Sie sind eine hilfreiche, beziehungsweise komfortable Lösung, zum Beispiel auch für Familien mit Kleinkindern, Menschen mit vorübergehender Einschränkung und Senioren. Zumal im Zuge des demografischen Wandels die Zahl der älteren Menschen beträchtlich steigt.

Gerade im Hinblick darauf können Betriebe, die sich im Rahmen des Kennzeichnungssystems zertifizieren lassen, ein enormes ökonomisches Potenzial nutzen. Laut einer Studie des Bundesministeriums für

Wirtschaft und Arbeit würden 48,4 Prozent der befragten Menschen mit Mobilitäts- und Aktivitätseinschränkungen häufiger verreisen, wenn es zusätzliche barrierefreie Angebote gäbe.

### Bayerische Gastlichkeit mit Qualitätssiegel

Das Genussland Bayern bietet facettenreiche Spezialitäten aus allen Landesteilen. Vom fränkischen Wein über regionale Gerichte und diverse Biersorten. Die traditionsreiche Wirtshauskultur lebt die bayerische Gastfreundschaft. Bayern steht für Tradition, Gastlichkeit und Gemütlichkeit. Alle diese Merkmale werden von der Pandemie stark eingeschränkt. Gerade in dieser Zeit haben sich auch die Gästeerwartungen gewandelt. Der Anspruch an Regionalität und saisonale Angebot der Gäste steigt, was sich im Konsumverhalten widerspiegelt. Regionale Schmankerl „to go“ erfreuen sich in Zeiten der Pandemie hoher Beliebtheit und werden gut angenommen. Die Qualitätssiegel „Ausgezeichnete Bayerische Küche“ und „Ausgezeichnete Bierkultur“ bieten den Gästen hier eine verlässliche Aussage über das Angebot der Betriebe. Die Gastronomen stellen sich den Kriterien der Klassifizierung und zeigen, dass sie Wert auf regionale, saisonale und frische Ware legen und diese auch geschmackvoll für den Gast zubereiten.

### Marketingvorteile gezielt nutzen

Das Reiseverhalten hat sich auf Grund der Reisebeschränkungen weitgehend auf Urlaub innerhalb Deutschlands konzentriert. Dadurch haben viele Menschen ihr eigenes Land neu kennen- und lieben gelernt. Es haben sich neue Zielgruppen für viele Betriebe und Unternehmen ergeben, die es nun gilt, gezielt anzusprechen und zu gewinnen. Diese Chancen wollen genutzt werden und bieten Möglichkeiten neue Wege zu gehen. Einschlägige Klassifizierungen und Zertifizierungen erhöhen die Sichtbarkeit des Betriebs und unterstützen die Entscheidungsfindung der Gäste.

### Sicherheit und Qualität wichtiger denn je

Hygienemaßnahmen, Maskenpflicht und Abstandsregeln – die Auswirkungen der Corona-Pandemie haben die Ansprüche der Gäste verändert und beeinflussen damit das Qualitätsbewusstsein mehr denn je. Umfangreiche Teststrategien und Angebote für Gäste, sichtbare Hygieneprotokollen und ein offen kommuniziertes Hygienekonzept sind dabei unabdingbar und tragen zum Sicherheitsbedürfnis der Gäste bei. Denn der Schutz der Gesundheit hat stets oberste Priorität.

### Was bedeutet das für die Gästekommunikation

Für Betriebe kann es sich aufgrund der beschriebenen Entwicklungen lohnen ihren Kommunikationsfokus vom Reiseziel zu lösen und sich stattdessen auf den Reisewert zu konzentrieren, den sie den Gästen bieten können. Insbesondere in Zeiten, in denen das Sicherheitsbedürfnis der Gäste die Buchungsentscheidung zunehmend beeinflusst, gewinnen Zertifizierungen und Klassifizierungen durch Drittanbieter an Stellenwert für den potenziellen Gästekreis. Betriebe können durch die Teilnahme an

Qualitätssiegeln ihren hohen Standard objektiv prüfen lassen und durch das zusätzliche Marketingpotenzial Gäste gewinnen. Der Betrieb zeigt dem Gast damit, dass er sich einer Prüfung seines Hauses stellt und die Auflagen der jeweiligen Zertifizierung oder Klassifizierung erfüllt. Eine weitere Herausforderung für die Betriebe ist die Gewährleistung der umfangreichen Hygienemaßnahmen im täglichen Urlaub ihrer Gäste, ohne das Urlaubserlebnis dabei spürbar zu mindern. Auch hier kann der Blick eines Drittanbieters unterstützen und wertvolle Tipps vermitteln. 

## DIE LEISTUNGEN DER BAYERN TOURIST GMBH

### ZERTIFIZIERUNGEN & KLASSIFIZIERUNG

#### QUALITÄT MACHT DEN UNTERSCHIED

- Hotelsterne und G-Klassifizierung
- Ausgezeichnete Bayerische Küche & Bierkultur
- Motorradfreundliche Betriebe
- iMarke Zertifizierung für Tourist Informationen
- ServiceQualität Deutschland
- NEU: Wohlfühl-Siegel „Sicherheit bei uns“
- NEU: Reisen für Alle

### QUALIFIKATION

#### AUS- UND WEITERBILDUNGSPROGRAMM

- Web-Seminare
- Präsenzseminare in den Bereichen Betriebswirtschaft, Verkauf, Marketing, Service und Dienstleistungen, HSK, Mitarbeiterführung sowie Qualitätsmanagement
- Schulungen in den Betrieben: „Wir kommen zu Ihnen“
- Bayerischer Wirte- und Unternehmerbrief
- Ausbildung zum Qualitäts-Coach

### KOOPERATIONEN

#### STARKE PARTNER AN DER HAND

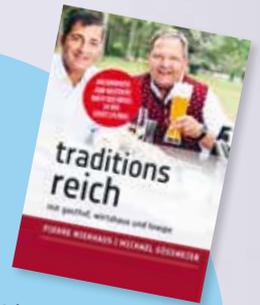
- Qualitätsgeprüfte Partnerfirmen
- Gewinnbringende Kooperationen
- Innovationen und Informationen
- Veranstaltungen

### BERATUNGS-SERVICE

#### MEHR WISSEN, MEHR ERFOLG

- Blitzlicht: Potenzial- und Schwachstellenanalyse, Kurzbericht, Praxistipps
- NEU: Corona-Fit-Checks
- Berater-Tage: fachspezifisch, thematisch
- Berater-Package: z.B. Unternehmensnachfolge
- Mystery Checks: der Plus-Check vom Profi für Hotels und Gastronomie

## Mitmachen und gewinnen



Unter allen Lesern, die mit dem Stichwort „Trendexperte“ bis 30. Juni 2021 eine E-Mail an [f.john@gastgeber.bayern](mailto:f.john@gastgeber.bayern) senden, werden drei signierte Exemplare des neuen Buchs „Traditionsreich“ von Pierre Nierhaus verlost. Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt, der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

MONIKA POSCHENRIEDER IM GESPRÄCH MIT TRENDFORSCHER PIERRE NIERHAUS

# „Die Gäste werden wieder kommen“

**Pierre Nierhaus ist Trendexperte, Konzeptentwickler, Autor, Keynote-Speaker und Unternehmenscoach. Sein Expertenwissen teilt er mit seinen Kunden der Hospitality- und Lifestylebranche. Durch Trendreisen um die ganze Welt, vermittelt er seinen Kunden hautnah die neusten Entwicklungen und Veränderungen der Branche. Im Gespräch mit Monika Poschenrieder, Vorsitzende des Fachbereichs Gastronomie des DEHOGA Bayern, berichtet er von Trends der bayerischen und weltweiten Gastronomie und stellt klar, was Gastronomen in und nach der Covid 19-Pandemie beachten sollten.**

**H**err Nierhaus, würden Sie die Corona-Krise eher als Innovationstreiber oder als Innovationsbremse bezeichnen?

Corona ist ein Innovationstreiber. Dinge, die sich ohnehin verändern, verändern sich dadurch schneller. Wir reden hier aber nicht von Gastronomietrends, sondern von den im Hintergrund laufenden Megatrends. Diese beeinflussen die gesellschaftlichen Veränderungen. Corona verändert diese Megatrends. Dies ist zum Beispiel gut beim Thema Nachhaltigkeit zu sehen. Insgesamt ist das Thema in den letzten Jahren enorm wichtig geworden. Letztes Jahr jedoch, wollte auf Grund von Corona plötzlich wieder jeder seine Sachen einzeln verpackt haben. Auf den Tourismus übertragen bedeuten diese momentanen Megatrends: Der deutschsprachige Raum boomt und die Ferienhotellerie gewinnt, ganz im Gegensatz zu den Businesshotels.

Wie wird sich das Gästeverhalten durch die Corona-Situation verändern?

Die gesellschaftlichen Entwicklungen im Zuge der Pandemie beeinflussen auch die Gastronomie – zum Beispiel durch die Heimarbeit. In den Innenstädten sind weniger Büroarbeitsplätze besetzt. Bäcker und Restaurants mit Mittagstischen haben ein deutlich schlechteres Geschäft als vor Corona, genau wie Kantinen. Chancen haben dafür die kleineren Restaurants in den umliegenden Stadtteilen. Ein größeres Geschäft machen auch die Supermärkte, mit immer mehr vorbereiteten Mahlzeiten. Für den Normalgastronom sehe ich die Chancen eher im Abendgeschäft. Vor allem, wenn er sich nicht in einer A-Lage befindet, dann empfiehlt es sich, das Abendgeschäft umso besser zu gestalten oder das Angebot zu vereinfachen.

Welche Rollen werden Themen wie das individuelle Erlebnis, aber auch die Einfachheit und die Authentizität einnehmen?

Sicher hat die Kettenhotellerie ihre Stärken, aber gerade durch Corona wird die individuelle Gastronomie und Hotellerie einen starken Zulauf-

bekommen. Menschen wollen sich wieder treffen und gemeinsam ausgehen. Erlebnisse sind enorm wichtig geworden. Die bloße Ernährung kann jeder selbst bestreiten. Die Gastronomie und Hotellerie müssen sich darum bemühen, Erlebnisse und Individualität zu bieten. Diesen Trumpf können die großen Ketten nicht ausspielen. Eine erlebnisreiche und individuelle Gastgeberschaft ist, bis auf Ausnahmen, eher eine Stärke der kleinen und mittleren Betriebe.

Was ist nach dem Lockdown ein wichtiger Rat, den Sie Gastgebern ans Herz legen können?

Mein erster Rat für den Normal-Gastronomen: Besinn dich auf deine Individualität, das ist der größte USP. Zweitens: Lass die Zahlen sprechen. Wo kann man abbauen? Ist der Montag schwach? Mach den Montag zu. Öffnungszeiten einzuschränken, ergibt oft Sinn, auch wenn sich das viele nicht trauen. Das Hofbräuhaus ist ein super Beispiel für eine gute und klare Struktur. Hier wird nicht jeder Sonderwunsch erfüllt. Trotzdem ist man dort sehr gastfreundlich. Auch das Hofbräuhaus hat eine einfach gehaltene Karte. Warum sollte man in einem Traditionsgasthaus drei Nudelvarianten auf der Karte haben? Zusammengefasst: Zeiten entschlacken, mitarbeiterfreundlich sein, und die Karte optimieren. Außerdem können und sollen viele Prozesse mit der Digitalisierung einfacher gemacht werden, zum Beispiel in der Warenwirtschaft. Aber, das Gasterlebnis muss immer analog bleiben. Das ist sehr wichtig.

Welche Rolle spielen regionale Produkte bei aktuellen Trendentwicklungen?

Wichtig sind Storys. Diese sind oft auch wirkungsvoller als lediglich ein Bio-Siegel zu platzieren. Rezepte vom Großvater beispielsweise, Regionalität, Einfachheit und Authentizität können Geschichten vermitteln. Wir müssen auch wieder neue Generationen ansprechen: Traditionsküche ist beliebt. Aber sie ist viel einfacher und anders als vor 20 Jahren. Bei den Speisen kann man gut variieren. Wichtig ist es Innovationen zu integrieren – Rezepte neu zu interpretieren. Eine Kombination aus gleichbleibenden Signature Dishes, wie im amerikanischen Marketing, und neu inter-

pretierten Rezepten könnte da zielführend sein. Um junges Publikum anzusprechen, kann man beispielsweise die Vorspeisen verändern. Hier kann man auch mal exotisch werden. Wichtig ist nur, immer die Brücke zu sich selbst zu schlagen. Denkbar wären beispielsweise ausgefallenerere Speisen, aber mit heimischen Zutaten.

Welche Trends sehen Sie bei Getränken? Was können Gastronomen hier besser machen?

Eben Beschriebenes funktioniert auch mit Drinks: Ein Lokal in Berlin erfand das Getränk „Bauernmädchen“: Schmeckt wie Caipirinha, beinhaltet aber Norddeutschen Schnaps. Hier wurde ein internationales Gericht mit heimischen Zutaten übersetzt. Die Signatur ist sehr wichtig, dennoch sollte mit Vorspeisen oder Getränken gespielt werden. Hier kann auch ein wenig Internationalität eingebracht werden. Ich denke, das könnte derzeit ein kleiner Ersatz für ausbleibende Fernreisen sein.

Wie entwickelt sich die Gastronomie mit und nach der Krise?

Auch nach der Pandemie wird es geänderte Gastro-Konzepte geben. Hierzu zählt beispielsweise die Desinfektion oder die Bewirtung kleinerer Personenzahlen. Auch Luftreinigungsgeräte sind ein Thema. Dem Gast muss signalisiert werden, dass er sich absolut sicher fühlen kann. Es muss aktiv kommuniziert werden, dass der Wirt mitdenkt und seine Gäste schützt.

Was geben Sie der Hotellerie und Gastronomie für dieses Jahr mit auf den Weg?

Kleinere und mittlere Betriebe: Bekennt euch zu eurer Individualität und seid gute Gastgeber! Die Kommunikation und das Marketing können mit digitalen Tools bestritten werden. Die Präsenz in sozialen Medien kostet kein Geld – nur Zeit. Die Gäste werden wieder kommen. Achtet aber drauf, das Corona-Thema nicht zu sehr auszubreiten. Die Leute, die zu uns kommen, wollen kein Gejammer hören. Sie wollen ein Erlebnis und Menschen treffen. ☺

**Weitere Informationen, Texte, Videos und Anfragemöglichkeiten finden Interessierte unter [www.nierhaus.com](http://www.nierhaus.com).**

17. BIS 19. OKTOBER 2021, MESSE NÜRNBERG

# Alles für einen erfolgreichen Branchen-Re-Start

Nach schwierigen Monaten werden im Gastgewerbe aktuell die Weichen für den Re-Start gestellt, damit im Sommer wieder Umsätze gemacht werden können. Die HOGA dient im Herbst, nach der Sommersaison, als Austausch-Plattform für Bayerns Gastgeber, um die Vorbereitungen für das wichtige Weihnachtsgeschäft und die Winter-Saison zu treffen. Die HOGA bietet vom 17. bis 19. Oktober 2021 endlich wieder eine Möglichkeit für Informationen und das Erleben von Produktinnovationen sowie eine Plattform zum persönlichen Austausch mit Kollegen, Lieferanten und Dienstleistern.

Die Branche stellt sich nach der Krise neu auf und einige Gastronomen und Hoteliers schärfen im Rahmen des Re-Starts ihr Profil und konzentrieren sich auf ihre Stärken. Dazu gehört, dass eine zukunftsfähige Gastronomie die Bedürfnisse der Gäste in den Mittelpunkt stellt. Die HOGA liefert Informationen, Konzepte und Anbieter zu Spezialthemen, die das individuelle Gastro-Konzept bereichern können. Bei „Veg & Veggi“ liegt der Fokus auf der vegetarischen und veganen Ernährung. Gastronomen finden hier Lebensmittel aber auch Konzepte, mit denen sie ihr Angebot auch für Gäste mit einer vegetarischen und veganen Lebensweise attraktiv gestalten können.

Im Bereich „Meat & Fire“ finden die HOGA-Besucher alles rund um die gesamte Wertschöpfungskette des Fleisches von der Auswahl des richtigen Grundproduktes bis hin zum hochwertigen, modernen Gericht sowie Informationen rund ums Grillen, Braten oder Smoken.

Mit der „Rösterei“ bekommt Kaffee, als Trendgetränk und wichtiger Umsatzbringer in der Gastronomie, einen eigenen Sonderbereich, in dem fair gehandelter Kaffee, die passenden Kaffeemaschinen sowie Tipps für angehende und erfahrene Baristas präsentiert werden.



Darüber hinaus stehen bei der HOGA Snack-Konzepte, kreative Ideen für die Getränkekarte sowie die Themen Küchentechnik, Einrichtung und Ausstattung im Fokus. Dazu zählen auch individuelle Lösungen, um die Sommersaison zu verlängern und Außengastronomie attraktiv zu machen. Im Rahmen des Deutschen Hoteltags wird eine Perspektive für die Hotellerie aufgezeigt. Frische Ideen, kreative Konzepte und die Zukunft des Gastgewerbes stehen im HOGAnovum sowie mit dem Start-up-Wettbewerb im Fokus.

Fachlicher Träger von Bayerns Gastgebermesse ist der DEHOGA Bayern. DEHOGA-Präsidentin

Angela Inselkammer hat sich für den Herbst-Termin der HOGA ausgesprochen: „Der neue HOGA-Termin passt gut in den Branchenkalender. Im Oktober können die bayerischen Gastgeber, hoffentlich gestärkt durch einen erfolgreichen Sommer, mit der HOGA ihre Wintersaison planen.“ Die HOGA Nürnberg, Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung, findet alle zwei Jahre im Messezentrum Nürnberg statt und ist der große bayerische Branchentreffpunkt und Ideengeber für das Gastgewerbe. Die nächste HOGA findet vom 17. bis 19. Oktober 2021 statt. Weitere Informationen zur Gastgebermesse HOGA unter [www.hoga-messe.de](http://www.hoga-messe.de).

**HOGA-MESSE.DE**

\*\*\*\*\*  
FACHMESSE

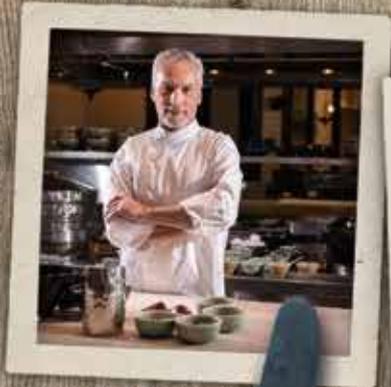
Hotellerie Gastronomie & GV

\*\*\*\*\*

17.-19.10.2021

Messe Nürnberg

# HOGA



**DIE GASTGEBERMESSE**

### ZUR PERSON:

Stefan Weiß ist „Foodhunter“ aus Leidenschaft, seit über 40 Jahren im Delikatessenhaus Dallmayr und immer noch auf der stetigen Suche nach Produkten, die außergewöhnliche Qualitäten bieten. Als er mit 16 Jahren ins Delikatessenhaus eintrat, war er vor allem mit Wein beschäftigt. Mittlerweile leitet er den Zentraleinkauf im Delikatessenhaus. Egal, wo Stefan Weiß Urlaub macht, er geht über Märkte, besucht Lieferanten und Winzer, probiert und lässt sich inspirieren. Weil es für ihn kein Beruf ist, sondern eine Leidenschaft fürs Leben.

INTERVIEW MIT STEFAN WEISS, FOOD-SCOUT IM MÜNCHNER DELIKATESSENHAUS DALLMAYR

# „Fleischpflanzerl mit einer sizilianischen Barbecue-Sauce auf Orangen-Basis... absolut fantastisch!“

Nein, Stefan Weiß ist als Food-Scout kein verdeckt ermittelnder Restaurant-Tester. Er ist Chefeinkäufer von Münchens größtem Delikatessenhaus und koordiniert vielen kleinen Manufakturen, die rund 6.500 Produkte immer frisch und in einer Top-Qualität liefern. Stefan Weiß hat ein ausgeprägtes Gespür für gutes Essen und er lässt sich auch schon mal von Instagram inspirieren.

**H**err Weiß, wie können wir uns Ihren Job als Food-Scout vorstellen?

Es ist zumindest nicht so, dass ich permanent in den abgelegensten Winkeln unserer Planeten nach kulinarischen Sensationen jage. Meine Aufgabe ist es, ein Netzwerk aus rund 1.000 Lieferanten zu pflegen, sodass Dallmayr seinem Ruf als Delikatessenhaus gerecht wird. Unsere Lieferanten sind keine Industrieunternehmen, sondern meist kleine Manufakturen im deutschsprachigen Raum, Italien, Frankreich und immer häufiger auch Spanien.

**Was ist die größte Herausforderung bei Ihrer Tätigkeit?**

Wenn wir ein Top-Produkt gefunden haben, geht es in aller erster Linie darum, eine funktionierende Logistik zu vertretbaren Kosten aufzubauen. Das Wichtigste ist dabei, dass die Ware unser Stammhaus in bester Qualität und möglichst frisch erreicht – vor allem bei Lebensmitteln aus Spanien oder Süditalien ist das manchmal eine Herausforderung.

**Worauf kommt es denn bei bayerischen Spezialitäten an und welche Produkte stehen hoch im Kurs?**

Regionalität in Kombination mit einer außergewöhnlichen Qualität waren immer schon wichtig. Das gilt für die ausgefallenen Lebensmittel genauso, wie für die Produkte des Alltags. Wir arbeiten zum Beispiel mit einer Hochalpe in den Bergen zusammen, die uns im Jahr exklusiv 200 Laib Käse liefert. Begehrt und an erster Stelle steht immer noch die Weißwurst. Die verschicken wir dosenweise an unsere Kunden im Ausland.

**Gibt es Produkte, die sich mit traditionellen bayerischen Gerichten kombinieren lassen?**

Ja, Food-Pairing, das geht weg von den klassischen Kombinationen. Ich denke da zum Beispiel an Fleischpflanzerl an einer sizilianischen Barbecue-Sauce auf Orangen-Basis – absolut fantastisch! Oder zum Presssack einmal eine Essenza, eine Vorstufe von Balsamico – himmlisch! Die Lust am Probieren und Kombinieren setzt uns fast keine Grenzen.

**Sehen Sie Food-Trends, die bayerische Gastronomen unbedingt im Blick haben sollten?**

Wir bewegen uns da schon auf Top-Niveau. Wir haben in Bayern eine wirklich grandiose Wirtshauskultur, da gibt es immer was Gutes. Und dass die bayerischen Gastronomen bei Trends ganz vorne mitspielen, sieht man allein schon daran, dass auch die vegane Küche schon weit verbreitet ist.

**Wenn Sie Hotelier oder Gastronom wären, wo würden Sie sich über neue Spezialitäten oder Trends informieren?**

Was sehr schnell und smart geht, ist ein regelmäßiger Blick auf Instagram. Da gibt es meiner Meinung nach sehr viel Inspiration. Ich lese auch gerne und ausgiebig das Slow-Food-Magazin. Und wenn es wieder möglich ist, dann bieten sich natürlich auch die Messen im In- und Ausland an. ☺

REVOLUTIONÄRE KALT-PLASMAFELD-FILTERTECHNOLOGIE ERMÖGLICHT OPTIMALEN SCHUTZ FÜR IHREN BETRIEB

# Wieder mehr Freiheit erfahren und zurück zur Normalität

Mobile Luftreiniger schützen vor Corona-Infektionen und Allergenen in geschlossenen Räumen – nachweislich. Zwei Studien, in denen unabhängig voneinander der Einsatz solcher Geräte getestet wurden, kommen zu eindeutigen Ergebnissen und ermittelten, dass Luftfilter mit ausreichendem Luftreinigungsvolumen und der Filterklasse H13 die Aerosolkonzentration in einem geschlossenen Raum in einer halben Stunde um 90 Prozent senken können.



#### Belegte Studien

Beide Forscherteams (Goethe-Universität Frankfurt und Institut für Strömungsmechanik und Aerodynamik-Universität der Bundeswehr München) geben klare Empfehlungen für den Einsatz von ausreichend leistungsstarken, mobilen Luftfiltern in geschlossenen Räumen. Es wird eine 6-fache Reinigung der Raumluft pro Stunde empfohlen.

#### Staatliche Förderung bis zu 100%

Die Überbrückungshilfe III fördert die Anschaffung mobiler Luftreiniger der Filterklasse H13 oder UVC-Licht. Details gibt es unter [www.ueberbrueckungshilfe-unternehmen.de](http://www.ueberbrueckungshilfe-unternehmen.de)

#### Geprüfte Wirksamkeit

Ein deutsches medizinisches Testlabor hat zertifiziert, dass die TPA® Filtertechnologie basierend

auf der Kalt-Plasmafeld-Filtertechnologie mehr als 99,986% aller Corona-Viren, Bakterien und Keime aus der Luft eliminiert. Dies entspricht der Filterklasse H13.

#### Dauerhaft hohe Effektivität

Der Wirkungsgrad bleibt bei der TPA® Filtertechnologie im Zeitverlauf nahezu unverändert. Zudem kann ein verschmutzter TPA® Filter einfach gewaschen und wiederverwendet werden. Dadurch entfallen dauerhaft die sonst üblichen, teuren Filterwechsel.

## MOBILE LUFTREINIGER

Reduzieren die Ansteckungsgefahr in Räumen bis zu 99%



- **Neueste Technologie**
  - kein Filterwechsel nötig
  - waschbare Filter
  - dauerhaft konstante Leistung
  - geringe Stromverbrauch
- **99,98% Eliminierung aller Viren, Bakterien, Keime und Allergene**
- **Luftvolumen**
  - 1.031 m³/h (CADR 1.000 m³/h)
  - Sehr leise (21 - 63 dB)
- **Automatikbetrieb**
- **Sehr kompakt (70 x 38 x 38 cm)**
- **Förderfähig**

#### Mobile Luftfilter

Die patentierte TPA® Filtertechnologie ist auf dem Markt die wohl effektivste und nachhaltigste Lösung zur Filtration und Reinigung der Luft. Die mobilen Luftreiniger von EMF sorgen damit für höchsten und umweltschonenden Gesundheitsschutz in geschlossenen Räumen.

Sprechen Sie mit uns, wir beraten Sie umfassend und helfen bei der Förderung und Finanzierung.



Handwerkerpark 5  
83093 Bad Endorf  
Tel: 08053 795050  
mail@emfactory.de



[www.emfactory.de/luftreiniger](http://www.emfactory.de/luftreiniger)

Zertifiziert durch deutsches medizinisches Prüflabor

INTERAKTIVE WEBANWENDUNG

# Raumluftthygiene-Konfigurator ist online

Die Raumluftthygiene ist in der aktuellen Corona-Pandemie in aller Munde, denn die Ausbreitung des Virus über Aerosole kann ein wesentlicher Übertragungsweg sein. Doch welche Technologie und welche Leistungsstärke ist für die individuelle Raum- und Nutzungssituation passend? Um bei der Beantwortung dieser Fragen zu helfen, ist nun der „Raumluftthygiene-Konfigurator“ als praxisnaher Ratgeber für hygienegerechte Lüftungskonzepte in der Corona-Pandemie online gegangen.

In diesen fließen die Erkenntnisse aus der Aerosol-Forschung am Fraunhofer IBP ein, in der Technologien für die Luftreinigung hinsichtlich ihrer Wirksamkeit untersucht wurden. Der webbasierte Raumluftthygiene-Konfigurator unter der Adresse [reineluft.darfichrein.de](http://reineluft.darfichrein.de) soll Betreibern von öffentlich zugänglichen Räumen helfen, die passende Luftreinigungstechnologie für ihre jeweilige Raumsituation zu finden. Der Konfi-

gurator ist eine interaktive Webanwendung, auf der Grundriss, Bemaßung wie Angaben zu den Raumhöhen und Fensteröffnungen sowie Nutzungsinformationen und eventuell bereits vorhandene Lüftungsanlagen oder Luftreinigungsgeräten individuell angegeben werden. Zu den möglichen Anwendern zählen Gastronomiebetriebe und Hotels ebenso wie Schulen, Behörden oder auch Privatpersonen. Die Nutzung des Konfigurators ist kostenfrei. Am

Ende des Berechnungsvorgangs kann das Lüftungskonzept mit Hinweisen für ein individuelles Hygienekonzept ausgedruckt werden. Zudem verweist der Konfigurator auf mögliche Hersteller von Luftreinigungsgeräten. Initiatoren sind der Bayerische Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern, die vbw – Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft sowie das Fraunhofer-Institut für Bauphysik IBP. Der Konfigurator wird betrieben von der Darfichrein GmbH. 



FINESTAIR  
L U F T R E I N I G U N G

## Gesunde Luft für Ihre Gäste



für Räume von 30 – 120 m<sup>2</sup>

### Lufreinigung durch 4-fach-Profilaxe

- > HEPA H13 Filter
- > UV-Entkeimung
- > Luftqualitätsmessung
- > Ionisation

Entfernt bis zu 99,97 % aller Viren, Bakterien und Pollen in der Luft

- > vollautomatischer Betrieb durch Luftqualitätsmessung



NACHHALTIGKEIT UND FOLGEKOSTEN BEI LUFTREINIGERN

# DIE VORTEILE DER BIPOLAREN IONISATION

Luftreiniger sind der neue Standard in der Hotellerie und Gastronomie. Aber wie sieht es mit diesen Geräten in Bezug auf ihre Nachhaltigkeit aus? Je nach System lassen sich unterschiedliche Vor- und Nachteile beobachten. Vor der Auswahl einer technischen Luftreinigung sollten die betroffenen Unternehmen des Gastgewerbes stets auch die Folgekosten und Aspekte der ökologischen Nachhaltigkeit im Blick haben.

**Z**uerst muss man sich vor Augen führen, dass es, unter den wissenschaftlich bestätigt wirksamen Systemen, verschiedene Ansätze gibt: Zum einen existieren Luftfilter, welche die Raumluft mindestens sechs Mal pro Stunde durch einen Filter schicken. Etwas leiser sind Geräte mit UVC Lampen. Die dritte

marktreife Technik stellt die bipolare Ionisation dar. Hier werden, Viren, Bakterien und Gerüche aktiv im Raum bekämpft.

Diese Technik hat den Vorteil, dass sie auch auf Oberflächen wirkt, und durch diesen Ansatz deutlich schneller und effektiver ist. Das beeinflusst neben der Lautstärke auch die

Folgekosten. Geräte mit bipolarer Ionisation müssen weniger Raumluft bewegen; das senkt neben der Lautstärke auch die Stromkosten der Lüftungsanlagen. Hinzu kommt: ein HEPA-14 Filter muss etwa vier bis sechs Mal pro Jahr gewechselt werden, teilweise entsteht hierdurch Sondermüll. Kosten von circa 1.000 bis 1.500 Euro pro Jahr sind keine Seltenheit. Bei Geräten mit bipolarer Ionisation reicht es meist, den einfachen Staubfilter einmal im Jahr auszutauschen. Die Kosten hierfür liegen bei rund 40 Euro. Auf diese Art sparen Luftreiniger mit bipolarer Ionisation Geld, Müll und Arbeitskraft. Damit lässt sich nicht nur der Geldbeutel, sondern auch die Umwelt schonen.

## Professionelle Luftreiniger

Für Ihren aktiven Schutz im ganzen Raum!

- Inaktiviert Viren + Bakterien zu 99,9%
- Geringe Wartungs- und Folgekosten
- Extrem leise + nachhaltige Technik
- Keine teuren Filterwechsel



AIRCLEANER Q  
Decken-Einbaugerät



einfache Montage



Nur  
37 dbA

VIROXX E-150++  
Mobiles Standgerät

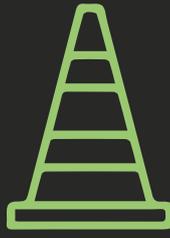


Wirkt auch auf Oberflächen.



JETZT Webinar besuchen und alle wichtigen Infos zu zertifizierter Technik + Wirkungsweise erhalten!

[webinar.bioairmed.de](http://webinar.bioairmed.de)



HISTORISCHE ENTWICKLUNG DER BETRIEBLICHEN ARBEITSSICHERHEIT

# Erfolgreiche Unternehmen leben von gesunden Mitarbeitern

Gesundheit – ein Thema, das lange nicht so präsent war wie jetzt, mit großen Folgen für die Wirtschaftsfähigkeit von Unternehmen und Gesellschaft. Es geht darum, ob ein Unternehmen wirtschaftlich erfolgreich sein und gleichzeitig sichere und gesunde Arbeitsbedingungen bieten kann. Die Antwort gibt der Arbeits- und Gesundheitsschutz.

**A**rbeit und Leben waren historisch nie getrennt, sondern stets miteinander verbunden. So ist die Wahrung der eigenen Arbeitsfähigkeit seit jeher eng mit der Sicherung des eigenen Lebens verbunden.

## Die Wurzeln des Arbeits- und Gesundheitsschutzes

Schon weit vor der Industrialisierung bündelten die handwerklichen Zünfte fundiertes Wissen, um das produzierende Gewerbe auf dem Stand der Zeit zu halten. Mit Einzug der Modernisierung wurden die sogenannten Sozialgesetze eingeführt, die bis heute weiterentwickelt und ausgebaut wurden. In der Wirtschaftswunderzeit wuchs das Bewusstsein, dass Arbeitskräfte nicht immer im Überfluss vorhanden sind. Ein besserer Schutz der Arbeitnehmer trug damit auch zur Sicherung der Produktivität der Betriebe bei. Heute gilt der Leitsatz, Fachkräfte aktiv an das eigene Unternehmen zu binden. Gleichzeitig soll ihre Gesundheit so erhalten werden, dass zum einen der maximale Arbeitseinsatz geleistet werden kann und zum anderen der Arbeitsphase möglichst geringe Kosten für das Gesundheitssystem

entstehen. Der Gesetzgeber trägt diesen Gedanken durch verschiedene Gesetze Rechnung, unter anderem durch das Arbeitsschutzgesetz, das Arbeitssicherheitsgesetz, die Sozialgesetzbücher oder aktuell den Sars-CoV-2-Arbeitsschutzstandard, verbunden mit der Arbeitsschutzverordnung und weiteren Regeln.

## Mehrwert für Arbeitgeber und Arbeitnehmer

Manche meinen, es ginge hier nur um Papierkram. Der Gedanke des Arbeitsschutzes beinhaltet aber viel mehr: Durch das Erkennen von Gefährdungen können Schäden vermieden werden. Das sichert die Gesundheit des

Arbeitnehmers und damit dessen Arbeitsfähigkeit im Unternehmen. Arbeitnehmer haben ein hohes Bedürfnis nach Sicherheit. Das betrifft auch die Arbeitsbedingungen. Sind diese gut, steigt die Zufriedenheit. Zufriedene Arbeitnehmer sind produktiver, seltener krank und binden sich stärker an das Unternehmen. Eine erfolgreiche Risikoprävention ist also eng mit dem Unternehmenserfolg verbunden. Der Präventionsgedanke im Arbeitsschutz wurde wesentlich von Prof. Dr. Carl Korth (1903 - 1988) geprägt. Er war ordentlicher Professor für Innere Medizin und in der Zeit von 1947 bis 1972 Direktor der Medizinischen Universitätspoliklinik Erlangen.



## CKI: DAS CARL KORTH-INSTITUT

Aus dem 1978 zur Ehre von Prof. Dr. Carl Korth gegründeten gleichnamigen Institut gingen die Gesellschaft für Arbeitsmedizin GbR und das Zentrum für Arbeitssicherheit und med. Umwelttechnik GmbH hervor. Die beiden Schwesterunternehmen bieten ein umfangreiches Angebot zur Umsetzung eines effektiven Arbeits- und Gesundheitsschutzes. Die Unternehmen betreuen eine große Zahl von Hotels und Gaststätten. Als Premiumpartner des DEHOGA Bayern profitieren die Mitglieder von Sonderkonditionen.



*Fleisch aus  
unserer Heimat*

# *Färsen Qualität g.g.A.*

- geprägt durch unsere Landwirte
- durch die Lebensqualität unserer Färsen
- bayerische Rassen, wie Süddeutsches Fleckvieh
- kurzer und schonender Tiertransport
- handwerkliche Schlachtung
- schonende Kühlung und kontrollierte Kühlkette
- Metzgerhandwerk in der Zerlegung
- modernste Verpackung
- Ruhe und Zeit in der Reifung
- gesicherte Rückverfolgbarkeit
- Beratung für unsere Kunden

*Das schmeckt Ihr Gast!*



Mehr Information zu unserer  
Siegner Färsen Qualität g.g.A.  
finden Sie unter

**[www.siegner-fleisch.de](http://www.siegner-fleisch.de)**

Siegner Fleisch & Partner  
Triebstraße 18, 80993 München  
Telefon 089 – 147 18 60  
[info@siegner-fleisch.de](mailto:info@siegner-fleisch.de)

# Siegner Färsen Qualität g.g.A.

Nachhaltig produziert von MaPoTopmeat

## Wichtige Fakten zu unserem Qualitätsfleisch

**g.g.A.:** geschützte geographische Angaben

**Heimat:** Unsere Färsen kommen aus Oberbayern, aus den Landkreisen Weilheim, Schongau, Garmisch, Bad Tölz, Miesbach und Starnberg

**Landwirte:** Familiengeführte bäuerliche Betriebe

**Färsen:** Ausgewachsene weibliche Rinder im Alter von 20 bis 30 Monaten, die noch nicht gekalbt haben.

**Süddeutsches Fleckvieh:** Das Süddeutsche Fleckvieh, auch „Simmentaler“ genannt, ist eine Zweinutzungsrasse, bei der Milch- und Fleischleistung gleichermaßen eine Rolle spielen. Die Rasse, die in der Regel ein braunes Fell einen weißgefleckten Kopf, weiße Beinen und einen weißen Unterleib hat, ist sehr stark in Oberbayern verbreitet und sieht man bei uns auf den Weiden und Almen.

**Tiertransport:** Der Schlachthof liegt mitten im Erzeugergebiet, ein kurzer, unter den gesetzlichen Anforderungen liegender Transportweg ist gewährleistet.

**Handwerkliche Schlachtung:** Im Schlachthof werden die Färsen nach einer Ruhepause mit handwerklichen Können von geschulten Mitarbeiter geschlachtet.

**Kühlung:** Umgehend nach der Schlachtung erfolgt die Kühlung langsam und kontinuierlich. Die Schlachtkörper werden drei Tage gekühlt, bis sie zum Abvierteln kommen.

**Zerlegung:** Die Zerlegung erfolgt wiederum nach zwei weiteren Tagen der Kühlung. Diese wird von gelerntem Metzgern und Metzgermeistern durchgeführt.

**Verpackung:** Nach dem Zerlegen werden die Fleischteile in einem speziellen Verfahren verpackt, um bei der Reifung einen hohen Hygienestandard garantieren zu können.

**Reifung:** Die Reifung ist einer der wichtigsten Bausteine, die richtige Temperatur, Ruhe und vor allem Zeit, machen die Fleischteile erst zur „Siegner Färsen Qualität g.g.A. MaPoTopmeat“

**Rückverfolgbarkeit:** Wir können mehr bieten als der Gesetzgeber fordert. Wir wissen bei jedem Fleischteil, von welchem Landwirt die Färse stammt.

**Kühlkette:** Vom Zeitpunkt der ersten Kühlphase an, nach dem Schlachten, bei der Zerlegung und Verpackung, im Reifeprozess und bei der Auslieferung garantieren wir eine geschlossene Kühlkette. Nur dadurch erreichen wir 70 Tage Haltbarkeit für unsere „Siegner Färsen Qualität g.g.A. MaPoTopmeat“.

**Beratung:** Bei Fragen zu den Teilstücken und deren Verwendung sind Sie bei unserem ausgebildeten und geschulten Verkaufsteam bestens aufgehoben.

**Siegner Fleisch & Partner**  
**Triebstraße 18, 80993 München**  
**Telefon 089 – 147 18 60**  
**info@siegner-fleisch.de**  
**www.siegner-fleisch.de**

Nutzen Sie als Profi am Herd, Ofen und Grill  
unser Färsen Qualitätsfleisch!

GESUNDHEIT DURCH RICHTIGE ERNÄHRUNG IN EINER INTAKTEN UMWELT

# EUROPA MINIKÖCHE – EIN LEBENSWERK IM TREND DER ZEIT

Begonnen hat alles 1989, als der Gründer der Europa Miniköche, Jürgen Mädger, für 30 Kinder seiner Heimatstadt Bartholomä, darunter seine beiden Söhne, einen Ferienkochkurs veranstaltete. Damit war der Grundstein gelegt, Kinder an das Kochen, richtige Techniken sowie saisonale, regionale und gesunde Küche heranzuführen. Seitdem sind die Miniköche nicht mehr aufzuhalten.

**R**und 30.000 Kinder haben in 600.000 Monatstreffen á drei Stunden, also in 1.800.000 Unterrichtsstunden spielerisch die Freude am Kochen und einer guten Ernährung erlernt. Denn mit seinem Motto der Miniköche „Gesundheit durch richtige Ernährung in einer intakten Umwelt“ war Jürgen Mädger schon vor 30 Jahren seiner Zeit weit voraus – ein Thema, das heute, gerade auch im Gastgewerbe, aktueller denn je ist. Mit seinen Miniköchen war Jürgen Mädger im deutschen Bundestag, auf den großen Messen und in aller Welt.

Nun geht er in den wohlverdienten Ruhestand und übergibt sein Lebenswerk in die bewährten Hände der DEHOGA Landesverbände



144 Kartons und 71 Minikoch-Koffer zogen kürzlich von Bartholomä nach München, der neuen Geschäftsstelle der Europa Miniköche.



Beim Notartermin zur Eintragung der neuen Geschäftsführer (von links): Notar Dr. Christoph Döbereiner, Geschäftsführerin Susanne Droux, DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer und DEHOGA Bayern-Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert

Bayern, Hessen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen und Thüringen, die neuen Gesellschafter der Europa Miniköche gGmbH. Damit einher ging auch die Verlegung des Hauptsitzes von Bartholomä nach München und die Ernennung von Susanne Droux zur neuen Geschäftsführerin der Europa Miniköche. Neue Leiterin der Geschäftsstelle in München ist Julia Lautenbacher, die damit die Aufgaben von Schwiegertochter Femke Mädger übernimmt, welche die Miniköche drei Jahre erfolgreich organisiert hatte. ☺



SPIELERISCH DEN NACHWUCHS FÖRDERN

# Kinderbuch für kleine Köche

Koch und Hotelbetriebswirt Kai Petersen aus Ostheim zeigt, wie man die Corona-Zeit effektiv nutzen kann: Mit Unterstützung des Würzburger Sternekochs Bernhard Reiser realisierte er ein Projekt, um Nachwuchs zu fördern.

Um den Beruf des Kochs für Kinder schmackhaft zu machen und ihnen die Tätigkeit und Leidenschaft näher zu bringen, entstand ein Bilderbuch in Reinform. Der Titel des Buchs verspricht den Kindern Abenteuer: „Der tapfere Koch Kai auf großer Fahrt“. Das Buch ist mit liebevollen Zeichnungen ausgestattet und ist für die Zielgruppe von drei bis sieben Jahren konzipiert. „Wir haben schon seit einiger Zeit Nachwuchssorgen in der Hotel- und Gastronomiebranche. Durch Corona sehe ich, dass sich dieser Zustand noch verschlimmern könnte. Dagegen wollten wir etwas unternehmen und so entstand die Idee Kinder spielerisch früh an den Kochberuf heranzuführen“, erzählt Petersen von seiner Herzensangelegenheit. Das Buch enthält zudem eine Widmung von Bernhard Reiser und ein Rezept, das die kleinen Köche mit ihren Eltern zusammen nachkochen können. ☺



## Gewinnspiel

Unter allen Lesern, die bis zum 30. Juni 2021 eine E-Mail mit dem Stichwort „Miniköche“ an [f.john@gastgeber.bayern](mailto:f.john@gastgeber.bayern) schicken, werden drei Exemplare des Kinderbuchs „Der tapfere Koch Kai auf großer Fahrt“ verlost. Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt, der Rechtsweg ist ausgeschlossen. können.

### VisionAir BlueLine MicrobeFree



### Pure Air Shield 3300



## Luftreiniger gegen Corona – gerade jetzt!

„Es geht uns um die Gäste, denen wollen wir zeigen: Wir sind nicht untätig, wir kümmern uns!“

Die Betreiber einer beliebten Waldgaststätte im Harz sind überzeugt, mit der Investition in Luftreiniger von Euromate gegen Coronaviren gut und zukunftsorientiert gehandelt zu haben. „Wir möchten für unsere Kunden das Gefühl erhalten, dass man sich um die Gesundheit kümmert. Und Viren und Bakterien haben wir schließlich immer. Sich einfach mal vorstellen – hier steckt sich niemand mit Grippe an!“

Zwei zertifizierte Geräte gegen Coronaviren und andere Krankheitserreger von Euromate unterstützen Gastronomen:

#### VisionAir BlueLine MicrobeFree

- Filtert 99,96% aller Partikel ab 0,1µ und somit auch Coronaviren
- Mit effizientem Hepa Filtern bis zu Klasse Hepa H14
- Silberionenfilter wirkt zusätzlich antibakteriell, antifungizid und antiviral
- UV-C-Licht tötet Bakterien und Viren ab
- Zwei Farbvarianten: Offwhite und Schwarz
- Zwei Größen
- Geräuscharm und daher für Dauerbetrieb geeignet
- In acht Geschwindigkeitsstufen einstellbar
- Mit Wartungsvereinbarung 5 Jahre Garantie
- Kauf oder Leasing (ab 59,90 € netto)

#### Pure Air Shield 3300

- Speziell für große Räume entwickelt
- SGS-zertifiziert
- Plug and Play: Steckerfertig, Aufstellung auf dem Boden
- Mit Schwebstoff-Filter Klasse Hepa 14
- Filtert >99,995 % der Schwebstoffe aus der Luft, auch Bakterien und Viren
- Geräuscharm (30 - 63 dB) und darum für Dauerbetrieb geeignet
- Luftwechselrate und -volumen einstellbar
- Fernbedienung und Timer
- Fünf Jahre Garantie (mit Wartungsvereinbarung)





## Sind Sie fit für die Aussengastronomie?

*Endlich ist es wieder soweit ... Die Werte sinken und der Weg für die Gastronomie in Richtung Öffnung, wenigstens schon mal für die Aussengastronomie wird immer wahrscheinlicher. Die Lockerungen in Bezug auf die Corona-Maßnahmen geben einen Blick in die Zukunft der Gastronomie.*

Die Politik beschliesst weitere Lockerungen für die Gastronomie. Auch der Digitale Bonus hilft vielen Gastronomen und Hoteliers nach der langen Zeit, seinen Betrieb wieder auf den modernsten Stand zu bringen. Dies gilt vor Allem auch in Bezug auf die Kassensysteme. Gerade im Aussenbereich ist effektives Arbeiten mit mobilen Geräte fast "ein Muss" geworden.



### Bonieren am Tisch ... Kassieren ohne Beleg

Mit stabilen, günstigen Handylösungen hat das Personal keine weiten Wege und der Wirt kann ein Umsatzplus von bis zu 15-20 Prozent verzeichnen. Aufgrund der DFinVK gilt seit 01.01.2020 die Pflicht zur Belegausgabe. Hier kann **KASSEN- UND WAAGENCENTER** seinen Kunden eine einfache Lösung bieten, die der Gastronomie mit einem E-Bon die Ausgabe auf Thermopapier erleichtert. Der Gast kann den QR-Code scannen, einfach abfotografieren, oder sich einen Beleg direkt am Tisch ausdrucken lassen.

– Finanzkonform – Datenschutzkonform – Umweltfreundlich –

### Der Staat unterstützt die Digitalisierung, gehen wir diesen Weg gemeinsam.

Im Zeitalter der beschleunigten Digitalisierung benötigen alle Unternehmen eine Digitalisierungsstrategie, damit sie ihre Wettbewerbsfähigkeit erhalten und Wachstumspotentiale nutzen können.

Gerade bei Kleinunternehmen besteht Nachholbedarf. Dabei wirken sich Größennachteile negativ aus. Die notwendigen Investitionsentscheidungen werden aufgeschoben, die Umstellung auf neue digitale Systeme und Geschäftsmodelle stellt eine große Belastung dar.

Der bessere Schutz vor Hackerangriffen ist notwendige Begleitmaßnahme. Ziel des Digitalbonus ist es, die digitale Transformation von kleinen Unternehmen zu unterstützen, um im Unternehmen einen Sprung auf einen besseren Grad der Digitalisierung und beim IT-Schutzniveau zu erreichen.

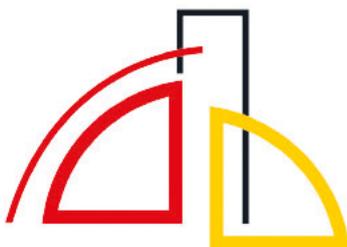
**Wir unterstützen Sie mit einem Konzept für den Digitalbonus. Nutzen Sie die Chance und sprechen Sie uns an.**



### Liefer-/Abhol-Service wird immer wichtiger

Gastronomen, die mit Lieferdiensten zusammenarbeiten, zahlen nicht selten Gebühren zwischen 15–30 Prozent. Als weiteres Highlight in Richtung Digitalisierung bietet das **KASSEN- und WAAGENCENTER** eine Bestell-App an, die in die Kunden-Website integriert werden kann.

Damit können Gastronomen die hohen Gebühren der Lieferdienste einsparen und für den User ist die App ebenfalls sehr attraktiv. Mit ihr kann er nicht nur beim Wirt über die digitale Speisekarte im Lokal oder zur Abholung/Lieferung bestellen, sondern z. B. am Sonntag bei einer Bäckerei seine Brötchen bestellen, bezahlen und abholen.



**KASSEN- UND WAAGENCENTER  
WÄGESYSTEM WSM GMBH**

Friedenstrasse 18 | 81671 München  
Telefon 089 4506240

E-Mail: [technik@wsm-gmbh.com](mailto:technik@wsm-gmbh.com)  
Internet: [www.wsm-gmbh.com](http://www.wsm-gmbh.com)

## Viele sprechen über Digitalisierung – wir sind mitten drin und leben den Unterschied

- Kostengünstige Soft- und Hardware
- Kostengünstiger Service über Fernwartung
- Digitale Sicherung der Daten über 10 Jahre möglich
- Alle Daten in einer Zentrale
- Datev, Kassenbuch
- Artikelpflege o. MwSt.-Änderung aus der Zentrale, Werbebildschirme
- Personalplanung/Zeiterfassung
- Gutscheilverwaltung
- digitaler Kundenbeleg, Speisekarte
- Bestell- und Liefer-App, Webshop
- Bestellungen am Tisch mit kostengünstigen Handys
- Anschluss aller Kartenterminals möglich
- Kontaktlos bezahlen
- Aufladbare Kundenkarten
- Umsätze in Echtzeit
- Kundenbindungsprogramm
- Anzahl Kassenterminals ab 1 Stk. oder 100 und mehr

**Besuchen Sie uns in unseren Geschäftsräumen und lassen Sie sich beraten.**

**Wir sind für Sie da! In München zu Hause – Service für Bayern und Deutschland**



BIO – HERKUNFT – FAIRNESS

# Regionale Erzeugnisse zu fairen Konditionen



Mit den Bio-Produkten der Milchwerke Berchtesgadener Land Chiemgau lassen sich drei Megatrends bedienen. Im Fokus der Produktion und des Vertriebs stehen die Schlagworte Bio, Herkunft und Fairness.

## Bio

Seit über 50 Jahren beliefert die Molkerei Berchtesgadener Gastronomie und Hotellerie mit Spezialprodukten in Premiumqualität. Ein Sortiment der wichtigsten Produkte – Alpenmilch, Schlagrahm, Magerquark und Joghurt – bietet die Molkerei seit über 10 Jahren für Großverbraucher in 5 kg Eimern auch in Bio-Qualität an.

## Herkunft

Die Genossenschaftsmolkerei erfasst die frische Milch ihrer 1.800 Landwirte entlang der Alpen-

kette zwischen Watzmann und Zugspitze - 600 davon wirtschaften nach anerkannt ökologischen Richtlinien. Verarbeitet wird die Milch in Piding im Berchtesgadener Land. So erhält der Kunde Milchspezialitäten mit doppelter Herkunftsgarantie für Rohstoff und Verarbeitung.

## Fairness

Ein fairer Milchpreis für die Landwirte und Eigner der Molkerei Berchtesgadener Land ist von jeher Unternehmensziel. Auch 2020 bezahlte die Molkereigenossenschaft ihren Mitgliedern den höchsten Milchpreis in Deutschland und Österreich, für konventionelle und biologisch

erzeugte Alpenmilch. Der faire überdurchschnittliche Milchpreis ist die Basis für die Naturland-Fair-Zertifizierung. Weitere Informationen erhalten Interessierte im Internet unter [www.bergbauernmilch.de](http://www.bergbauernmilch.de).

## KONTAKT FÜR DEN GASTRO-VERKAUF:

Ansprechpartner für den Gastro-Verkauf ist Michael Kaindl,  
Tel.: 086 51/70 04-0  
Fax: 086 51/70 04-11 99  
E-Mail: [info@molkerei-bgl.de](mailto:info@molkerei-bgl.de)

## GASTGEBER BAYERN

Das offizielle Fachorgan des  
Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbandes  
DEHOGA Bayern e. V.

## IHR KONTAKT ZUM DEHOGA BAYERN

### BEZIRKSGESCHÄFTSSTELLEN

#### Bezirksgeschäftsstelle Oberbayern

Türkenstraße 7  
80333 München  
Tel. +49 89 28760-15  
Fax +49 89 28760-166  
oberbayern@dehoga-bayern.de  
Bezirksgeschäftsführerin: Susanne Gruber  
stellvertretende Bezirksgeschäftsführerin:  
Katharina Freund

#### Bezirksgeschäftsstelle Niederbayern

Schwimmschulstr. 17  
84034 Landshut  
Tel. +49 871 640389  
Fax +49 871 640379  
niederbayern@dehoga-bayern.de  
Bezirksgeschäftsführerin: Rita Mautz

#### Bezirksgeschäftsstelle Oberpfalz

Orleansstr. 1  
93055 Regensburg  
Tel. +49 941 7090600  
Fax +49 941 70906010  
oberpfalz@dehoga-bayern.de  
Bezirksgeschäftsführerin: Andrea Kramer

#### Bezirksgeschäftsstelle Oberfranken

Hohenzollertring 17  
95444 Bayreuth  
Tel. +49 921 56663  
Fax +49 921 54364  
oberfranken@dehoga-bayern.de  
Bezirksgeschäftsführer: Günther Elfert

#### Bezirksgeschäftsstelle Mittelfranken

Am Plärrer 10  
90429 Nürnberg  
Tel. +49 911 262611  
Fax +49 911 284930  
mittelfranken@dehoga-bayern.de  
Bezirksgeschäftsführer:  
Dr. Gerhard Engelmann

#### Bezirksgeschäftsstelle Unterfranken

Schottenanger 6  
97082 Würzburg  
Tel. +49 931 412409  
Fax +49 931 416656  
unterfranken@dehoga-bayern.de  
Bezirksgeschäftsführer: Michael Schwägerl

#### Bezirksgeschäftsstelle Schwaben

Nibelungenstr. 1  
86152 Augsburg  
Tel. +49 821 33714  
Fax +49 821 35666  
schwaben@dehoga-bayern.de  
Bezirksgeschäftsführer: Jochen Deiring

## LANDESGESCHÄFTSSTELLE

Prinz-Ludwig-Palais  
Türkenstr. 7  
80333 München  
Tel +49 89 28760-0  
Fax +49 89 28760-111  
info@dehoga-bayern.de  
Landesgeschäftsführer: Dr. Thomas Geppert

### AUSSENDIENST



**Reiner Hebermehl**  
Außendienstleiter | südl. Oberbayern  
r.hebermehl@dehoga-bayern.de  
Tel. +49 160 96981977



**Christina Baumann**  
Mittelfranken & östl. Oberfranken  
c.baumann@dehoga-bayern.de  
Tel. +49 151 14847898



**Michael Lauer**  
Unterfranken & westl. Oberfranken & westl. Mittelfranken  
m.lauer@dehoga-bayern.de  
Tel. +49 171 3032309



**Edmund Malleier**  
östl. Oberbayern & südl. Niederbayern  
e.malleier@dehoga-bayern.de  
Tel. +49 151 11343023



**Alexander Maffei**  
westl. & nördl. Oberbayern  
a.maffei@dehoga-bayern.de  
Tel. +49 151 14847893



**Herbert Bittner**  
Oberpfalz & nördl. Niederbayern  
h.bittner@dehoga-bayern.de  
Tel. +49 160 90956334



**Alexander Ehrke**  
Schwaben  
a.ehrke@dehoga-bayern.de  
Tel. +49 151 14847896

### IMPRESSUM

Gastgeber Bayern  
Das Magazin für Gastronomie und Hotellerie

Hier finden Sie uns online:  
[www.gastgeber.bayern](http://www.gastgeber.bayern)

#### Herausgeber:

Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband  
DEHOGA Bayern e.V.

Prinz-Ludwig-Palais | Türkenstr. 7  
80333 München  
Telefon: 089 / 28760-0  
Telefax: 089 / 28760-111  
E-Mail: [info@dehoga-bayern.de](mailto:info@dehoga-bayern.de)  
Internet: [www.dehoga-bayern.de](http://www.dehoga-bayern.de)

PresseCompany GmbH  
Kommunikationsagentur

Reinsburgstr. 82  
70178 Stuttgart  
Telefon: 0711 / 23886-27  
Telefax 0711 / 23886-31  
E-Mail: [info@pressecompany.de](mailto:info@pressecompany.de)  
Internet: [www.pressecompany.de](http://www.pressecompany.de)

#### Chefredaktion:

Frank-Ulrich John (fuj, V.i.S.d.P.)  
Türkenstr. 7 | 80333 München  
Telefon: 089 / 28760-109

#### CvD:

Johannes Ohnesorg (jo)  
Reinsburgstr. 82 | 70178 Stuttgart  
Telefon: 0711 / 23886-53

#### Redaktion:

Karolina Wojdyla (kw),  
Louisa Tilly (lt), Christina Forster (cf),  
Melanie Walz (mw)

#### Gesamtanzeigenleitung:

Richard Garin | MuP Verlag GmbH  
Nymphenburger Str. 20b | 80335 München  
Telefon: 089 / 1 39 28 42 68  
E-Mail: [richard.garin@mup-verlag.de](mailto:richard.garin@mup-verlag.de)

#### Layout:

Jens Tippel  
Reinsburgstr. 82 | 70178 Stuttgart  
Telefon 0711 / 23886-28

#### Druck & Versandanschrift für Beilagen:

Offizin Scheufele  
Druck und Medien GmbH & Co.KG  
Tränkestr. 17 | 70597 Stuttgart

#### Erscheinungsweise:

viermal im Jahr

#### Preis:

Bezugspreis jährlich 20 Euro einschl. Zustellungs-  
gebühr und 7 % MwSt. Mitglieder des DEHOGA  
Bayern erhalten diese Zeitschrift im Rahmen Ihrer  
Mitgliedschaft.

#### Urheber- und Verlagsrecht:

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen  
Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich  
geschützt. Mit Annahme des Manuskripts gehen  
das Recht zur Veröffentlichung sowie das Recht zur  
Übersetzung, zur Vergabe von Nachdruckrechten,  
zur elektronischen Speicherung in Datenbanken,  
zur Herstellung von Sonderdrucken, Fotokopien und  
Mikrokopien an den Herausgeber über. Jede Ver-  
wertung außerhalb der durch das Urheberrechtsge-  
setz festgelegten Grenzen ist ohne Zustimmung des  
Herausgebers unzulässig. In der unaufgeforderten  
Zusendung von Beiträgen und Informationen an  
den Herausgeber liegt das jederzeit widerrufliche  
Einverständnis, die zugesandten Beiträge bzw.  
Informationen in Datenbanken einzustellen, die vom  
Herausgeber oder von mit diesem kooperieren-  
den Dritten geführt werden. Mit dem Namen des  
Verfassers gekennzeichnete Beiträge stellen nicht  
unbedingt die Meinung der Redaktion dar. Beiträge  
in unserer Zeitschrift, in denen speziell Erzeugnisse  
von Firmen besprochen werden, dienen lediglich der  
Information unserer Leser, um sie über Neuheiten  
auf diesem Gebiet aufzuklären. Eine Garantier-  
klärung für Produkte und Firma ist damit nicht  
verbunden. Rückfragen bezüglich firmengebunde-  
ner Produkte sind deshalb direkt an die Hersteller  
zu richten.

Gedruckte Auflage 1. Quartal 2021:  
15.500 Exemplare  
Deutsche Post AG  
Entgelt bezahlt



POLLEN UND VIREN ZU FAST 100 PROZENT ENTFERNEN

# Nicht nur Allergiker können aufatmen

Nicht nur die derzeitige Covid 19-Pandemie, auch die jährlich wiederkehrende Allergie-Saison zeigt, wie wichtig eine reine Luft für einen sorgenfreien Alltag ist. Der Sommer steht in den Startlöchern und insbesondere die Angehörigen der Gastronomie- und Hotelbranche versuchen derzeit, den Weg zurück in ein „normales“ Leben zu finden. Dabei setzen viele Gastronomiebetriebe und Hotels bereits auf hochwertige Raumlüfter, die die Umgebungsluft auf höchstem Niveau reinigen.

**N**icht nur die Infektionsgefahr durch umherfliegende Viren wird durch effiziente Raumlüfter auf ein Minimum gesenkt. Auch Pollen und sonstige herumschwebende, gefährliche Aerosole werden durch die Lüftungssysteme aus der Luft gefiltert. Der Air Guard 5000 der Marke Sidopa Care aus dem Hause Apodis filtert zum Beispiel bis zu 420 Kubikmeter Raumluft pro Stunde. In wenigen Minuten werden bis zu 99,99 Prozent der Viren, Bakterien, Pollen und weiteren Luftverunreinigungen effektiv entfernt. Mit einem Geräuschpegel von etwa 45 Dezibel arbeitet das Gerät dabei äußerst leise. Zum Vergleich: Eine Unterhaltung bei durchschnittlicher Raumlautstärke liegt in etwa bei 60 Dezibel.

## Reine Raumluft für alle Gäste

Hierdurch können sich nicht nur alle Besucher und Gäste sicher vor Covid-19-Keimen fühlen, insbesondere Allergiker und Asthmatiker können aufatmen. Mit seiner aus dem sogenannten Klima-Diamant verbauten Technik, die bereits 2015 den bayerischen Innovationspreis gewann und seit Jahren in OP-Räumen etabliert ist, setzt der Air Guard 5000 im Gegensatz zu vielen Marktbegleitern nochmal eine Schippe drauf. Die Air Guards können – je nach Kundenwunsch – pulverbeschichtet oder auch individuell mit einer passenden Folierung versehen werden – sei es als optischer Blickfang oder beinahe

„unsichtbar“ eingefügt in die Umgebung der Räumlichkeiten.

## Auch in Schulklassen und Kindergärten bewährt

Durch die Sicherstellung der Raumluftqualität profitieren nicht nur Erwachsene. Auch Kinder genießen durch die Verwendung hochwertiger Lüftungsgeräte ein unbeschwerteres Atmen. Dadurch wird in geschlossenen Räumen wie zum Beispiel in Schulklassen und Kindergärten auch eine höhere Konzentrationsfähigkeit gefördert. Mit Hilfe eines funktionierenden Hygienekonzepts können die Kleinen auch an nass-kalten und pollenreichen Tagen beruhigt in Klassen- und Spielräumen untergebracht werden.

## Über 20-jährige Markterfahrung

Die Firma Apodis verfügt über mehr als 20 Jahre Erfahrung in der Luftreinhaltung im medizinischen Bereich. Mit innovativer Technik, Hepa 14-Filtern und antimikrobiellen, Silberionen-beschichteten, Platten, sorgt das Air Guard-System unter dem Markennamen „Sidopa Care“ auch für medizinisch reine Luft in verschiedensten Raumgrößen. Für Gastronomen und Hoteliers wird die Anschaffung des Raumlüfters zudem staatlich gefördert. Weitere Informationen und eine individuelle Beratung erhalten Interessierte über die übersichtliche Produkt-Homepage [airguard.sidopa.de](http://airguard.sidopa.de).



# best zeit

In Sachen Frische macht uns niemand etwas vor. Über 1000 Lebensmittel liefern wir innerhalb von 24 Stunden direkt vom Produzenten in Ihre Küche. Einzigartig schnell und zuverlässig. 07248 685 94, [www.kroeswang.at](http://www.kroeswang.at)

**Frische bringt's.**



KABARETTIST DJANGO ASÜL HAKT NACH

# Urlaub im Wirtshaus

**G**enuss erleben – das klang bis vor 15 Monaten wie ein langweiliges Marketingmotto. Doch die Pandemie hat bekanntlich Demut gelehrt. Denn der Genuss wanderte komplett ab ins Private. Und ob das dann noch im positiven Kontext geschehen konnte, stand in den Sternen.

Leute, in deren Leben der Restaurantbesuch eine nicht unwesentliche Rolle spielte, mussten auf einmal grob umdenken. Es kam, wie es kommen musste: Viele kochten erst vor Wut, dann aus Verzweiflung. Manche aßen auf einmal mehr, andere weniger, aber dafür unausgewogen. Die Rolle der Gastronomie beziehungsweise

die Auswirkungen der zwangsweisen Auszeit wurde erst so richtig offenbar.

Diese Branche trägt viel bei zur psychosozialen Stabilität des Landes. Denn wer sich ein paar gemütliche Stunden in einem Lokal macht, kann sich in dieser Zeit weder daheim langweilen noch irgendeinen Unfug machen. Zudem ist es wissenschaftlich längst erwiesen: Wer ein akribisch zubereitetes Gericht aus hochwertigen Zutaten zu sich nimmt, verzapft deutlich weniger Stuss als bei sich daheim vor einer Tüte Chips. Schließlich setzt man sich im Restaurant auch einer gesunden sozialen Kontrolle aus. Unterstützt wird das zusätzlich durch die sinnvolle Herausgabe der Kontaktdaten. Mit der Prämisse „Ich weiß, wo dein Haus wohnt“ sitzen Wirtsleute an einem relativ langen

Hebel. Dadurch sind auch jederzeit pädagogische Maßnahmen im Nachgang möglich.

Es geht ja bei den hohen Hygienestandards schließlich nicht nur um den Zustand der Küche oder des Geschirrs, sondern allgemein um das Miteinander aller Beteiligten. Außerdem wird endlich Augenhöhe erreicht in Sachen Kommunikation: Nicht nur das Gasthaus ist für die Gäste permanent erreichbar, sondern auch umgekehrt. Die Zeichen stehen also gut, um den Genuss in Zukunft auf einem ganz anderen Niveau und mit einer ganz anderen Intensität zu erleben. Statt reflexartig jetzt gleich wieder Reisen in ferne Gefilde anzustreben, lautet daher die ultimative Alternative: Urlaub im Wirtshaus! ☺



Berchtesgadener Land

Echt. Gut.

# FÜR IHRE GÄSTE NUR DAS BESTE.



**Bio-Qualität  
im 5 l Eimer**

Herkunftsgarantie: Milch aus der Berg- und Alpenregion zwischen Watzmann und Zugspitze.

Fairer Milchpreis für unsere Landwirte – seit 15 Jahren auf Platz 1.\*

Kleine Familienbetriebe mit durchschnittlich 27 Kühen sind Eigentümer der Molkerei.



\* Quelle: top agrar 03/2021

[www.bio-alpenmilch.de](http://www.bio-alpenmilch.de)



ERLEBEN, WAS VERBINDET.



Business Mobil Tarife

# ÜBERZEUGEND UNTERWEGS

- 15 % Preisvorteil auf den monatlichen Grundpreis<sup>2</sup>
- 15 % Preisvorteil auf Endgeräte<sup>3</sup>
- 15 % Preisvorteil auf Zubehör<sup>3</sup>
- Einmaliger Bereitstellungspreis von 25,17 € entfällt<sup>2</sup>

**5G  
INKLUSIVE<sup>1</sup>**

Weitere Infos:

- Verbandshotline: **0800 33 06009**
- E-Mail: **verbaende-vorteil@telekom.de**
- In Ihrem **Telekom Shop**



Laut connect  
Mobilfunknetztest  
Heft 01/2021



Laut CHIP  
Mobilfunknetztest  
Heft 01/2021



Laut Computer Bild  
Mobilfunknetztest  
Heft 25/2020

Alle Preise netto und zzgl. gesetzlicher USt. Der einmalige Bereitstellungspreis in Höhe von 25,17 € netto / 29,95 € brutto entfällt. Angebot gilt für Berechtigte im Rahmenvertrag TM195 und für Mitarbeiter von Unternehmen, die jeweiliges Verbandsmitglied der berechtigten Verbände im RV MA 195 sind. Wir behalten uns vor, die Legitimation zu prüfen. 1) Voraussetzung für die 5G-Nutzung ist ein 5G-fähiges Endgerät. 5G ist deutschlandweit bereits an vielen Standorten verfügbar. Infos unter [telekom.de/netzausbau](https://telekom.de/netzausbau). 2) 15 % Verbandsvorteil gilt in Verbindung mit dem Neuabschluss und bei Vertragsverlängerung eines 24-Monats-Vertrags in den Tarifen Business Mobil S bis L ohne und mit Smartphone sowie mit Top-Smartphone. Der einmalige Bereitstellungspreis in Höhe von 25,17 € entfällt. 3) 15 % Verbandsvorteil auf den zzgl. anfallenden einmaligen Kaufpreis für das Endgerät – je nach gewähltem Endgerät und Tarif. Gilt nicht für Premium Smartphones, Apple Endgeräte und Zubehör.