

HOGAPAGE

Das Magazin für Hotellerie & Gastronomie



Jobbörse

Nachrichten

Einkaufsführer

Speisekartenplaner

Die besten Extras zum Gehalt

Mit Corporate Benefits Mitarbeiter gewinnen und binden 14

Sommerliche
Kräuter und Gewürze

Saisonale Aromenvielfalt 60

Buchungsportale 44

Gästekartei und
Kundenbindung

Wissen ist Macht 40

Hawaii-Küche 26

Porträt: Krønasår
im Europa-Park

Nachts im Museums-Hotel 98

Elektromobilität 76

INHALT



*Kulinarische
Freuden aus Hawaii*

26

ENTRÉE

Info-Häppchen und Neues 6

HOGAPAGE GASTROPOLIS 10

Ploners Gastro-Kolumne

Business Excellence als
Lebensaufgabe 11

TITELSTORY

**Darf es ein bisschen
mehr sein?**

Die besten Zusatzleistungen
zum Gehalt 14

SPECIAL

Deutschland -

ein Schlemmermärchen

Ein Blick hinter die Gastronomie-
Kulissen der Fußballstadien in
Dortmund und Gelsenkirchen 20

AROUND THE WORLD

Reif für die Insel-Küche

Kulinarische Freuden
aus Hawaii 26

BRANCHE INSIDE

Abwarten und Tee trinken ...

Dem Brexit zum Trotz hat die
urbritische Tradition des High Tea
längst das Festland erobert 32

FIGHT CLUB

Regionale Küche: Dogma oder
Marketing-Gag 36

Das Geheimnis meines Erfolges

Mirko Silz verrät im
HOGAPAGE-Talk seine
Erfolgsrezepte 38

MANAGEMENT & MARKETING

Wissen ist Macht!

Die Gästekartei - unverzichtbar im
erfolgsorientierten Betrieb 40

**Per Mausclick zum
Übernachtungsglück**

Online-Buchungsportale: Segen
oder Fluch für den Hotelier? 44

SYSTEMGASTRONOMIE

Mit gutem Beispiel voran

Der Bds lud seine Mitglieder zur
Versammlung nach Berlin 50

FOOD & BEVERAGE

**Es wird Sommer auf
dem Teller**

Kräuter und Gewürze für die
warme Jahreszeit 60

**Das beste Stück,
des Fleische(r)s Lust**
Für wahre Feinschmecker zählt
nicht nur das Filet... 66

**The Big Five – Food-Kolumne
von Andrew Fordyce**
Fleischpflanzlerl ohne Fleisch –
alternative Proteine 71

Vielfalt verpflichtet
Nachfrage nach Pale Ale,
Stout & Co. bringt Gastronomen
unter Zugzwang 72

TECHNIK & EQUIPMENT
E-motionale Bewegung
Elektromobilität hält Einzug in
die Fuhrparks 76

Auf Knopfdruck versorgt
Über die neuesten Entwicklungen
bei Verkaufsautomaten in
der Hotellerie 82



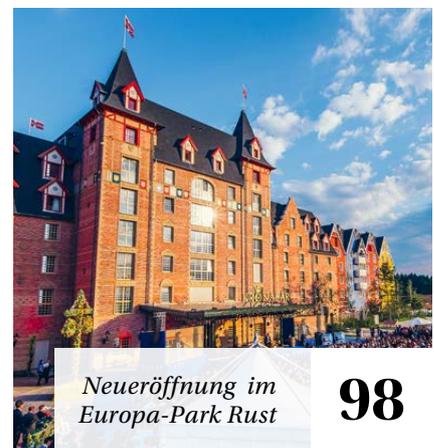
*Aromen für
den Sommer*

60



*Verkaufsautomaten
im Hotel*

82



*Neueröffnung im
Europa-Park Rust*

98



106

*Die Chilischote
im Interview*

Eine K(I)asse für sich!
Um Kasse zu machen,
braucht man das richtige
Kassensystem 86

KARRIERE & RATGEBER
**Mit cleveren Konzepten trotzdem
Talente finden**
Berufsporträt HR-Manager/in
in der Hotellerie und
Gastronomie 92

»Der Rest ist für Sie«
Wissenswertes über Trinkgeld 96

STARS & LEGENDS
Nachts im Museums-Hotel
Das Krönasår: Porträt des
neuesten Europa-Park-Hotels 98

10 Fragen an ...
Max Simoniscek 104

Jetzt rede ich!
Die Chilischote im
Exklusiv-Interview 106

SERVICE
Editorial 3
Bücher – Lesestoff für Profis 58
Bildungskompass 95
News aus den Verbänden 108
HOGAPAGE Marktplatz 112
HOGAPAGE Karrierewelt 114
Vorschau/Impressum 122

Darf es ein bisschen mehr sein?

Die besten Zusatzleistungen zum Gehalt

Mitarbeiter-Benefits können eine gute Investition in das eigene Unternehmen sein – oder einfach wirkungslos verpuffen. Damit das Extra zum Gehalt seinem Zweck dient, muss es vor allem zwei Kriterien erfüllen: Es muss die Wertschätzung des Unternehmers gegenüber dem Personal ausdrücken – und dessen individuelle Bedürfnisse berücksichtigen. HOGAPAGE weiß, mit welchen Zusatzleistungen in der Hotellerie und Gastronomie gepunktet werden kann.

Text: Daniela Müller

Die Meister der Benefits für Mitarbeiter sitzen zweifelsohne in den USA. Wer einen Job bei einem der großen Tech-Unternehmen im Silicon Valley ergattert, braucht eigentlich keine Wohnung mehr. Rund um die Uhr ein phänomenales kostenloses Essensangebot von Pizza bis Sushi, Ärzteversorgung auf dem Campus, Partys, einen Reinigungsservice für schmutzige Wäsche, einen Fahrradverleih und vieles mehr bietet etwa Facebook seinen Mitarbeitern als Plus zum Gehalt an.

In dieser Liga mitzuspielen, ist nur in wenigen Branchen möglich und vielleicht auch nicht erstrebenswert. Die gute Nachricht ist: Es ist gar nicht notwendig. Mit geschickt ausgewählten Extras kann ein Arbeitgeber mit viel kleinerem Aufwand seine Wertschätzung ausdrücken und dem Personal ein lukratives Extra zum Gehaltscheck bieten.

Nicht alle Wünsche werden wahr

Eine Analyse der Arbeitgeber-Bewertungsplattform kununu basierend auf 55.360 Suchanfragen ging der Frage nach, welche Angebote und Möglichkeiten heute die größte Relevanz für Jobsuchende haben. Das Ergebnis ist wenig überraschend: Flexible Arbeitszeiten (51 %), Home-Office (33 %) und die Möglichkeit, den Hund mit ins Büro zu nehmen (26 %), sind heute gute Gründe für Bewerber, sich für ein Unternehmen zu entscheiden. Für die

Gastronomie und Hotellerie sind diese drei Bewerberwünsche naturgemäß schwer bis überhaupt nicht zu erfüllen.

Kein Grund, den Kopf in den Sand zu stecken – denn auch im Gastgewerbe gibt es zahlreiche Möglichkeiten, mit den richtigen Zusatzleistungen für glückliche Mitarbeiter zu sorgen. So bieten viele Hotelketten ihren Mitarbeitern z.B. kostenlose oder stark vergünstigte Übernachtungen in den eigenen Häusern. Fitness-Angebote, Nutzung des Wellness-Bereichs, gratis Verpflegung, Unterkunft und vieles mehr gehören relativ häufig zu den angebotenen Benefits.

Arbeitsatmosphäre ist wichtiger

Die H-Hotels AG, die Häuser in Deutschland, Österreich und der Schweiz betreibt, bietet ihren rund 2.500 Mitarbeitern z.B. ein breites Portfolio an Benefits auf ihrem Corporate-Benefit-Portal an. Dazu gehören etwa hohe Gruppenrabatte bei verschiedenen Shops und Serviceangeboten von Adidas bis Zalando. Das Unternehmen gewährt seinem Personal attraktive Mitarbeiterkonditionen in den eigenen Hotels. »Darüber hinaus geben wir finanzielle Zuschüsse zu vermögenswirksamen Leistungen, für die Kinderbetreuung und das Nahverkehrsticket«, so Kati Kliemann, Vice President Human Resources Operations bei der H-Hotels AG. »Ein wichtiges Angebot, das gerne genutzt wird, ist unsere Trainings Academy. Die Mit-

Reif für die Insel-Küche

Kulinarische Freuden aus Hawaii

Fans vergöttern den Aloha-State für seine Traumstrände und Surf-Spots. Auch kulinarisch begeistert das Paradies im Pazifik – obwohl es eine typische Küche eigentlich gar nicht gibt wegen der vielen Einflüsse aus aller Welt. Hier erfahren Sie, welche Köstlichkeiten der US-Bundesstaat neben den mittlerweile weltweit angesagten Poké Bowls sonst noch zu bieten hat.

Text: Sebastian Bütow





Für Exportschlager war Hawaii schon immer gut: Ob lebensbejahende Textilien (Aloha-Hemd), drollige Zupfinstrumente (Ukulele), lässige US-Präsidenten (Obama) oder charmante Krimi-Serien (»Magnum«, »Hawaii Five-0«). Aktuell sorgen die in Hawaii erfundenen Poké Bowls – Reis mit rohem Fisch, Gemüse und asiatischen Gewürzen – so ziemlich überall auf der Welt für Furore. Allein in München eröffneten in den letzten Jahren gleich drei Restaurants, die mit der aus Hawaii stammenden Kultspeise die Geschmacksnerven der Szene-Gastronomie verwöhnen.

Die Hawaii-Küche ist ein multikultureller Mix

Poké geht durch die Decke, eine richtige Nationalküche hat sich auf Hawaii aber nie entwickelt. Die Einwanderer aus allen Ecken der Welt sorgen seit Jahrhunderten dafür, dass das kulinarische Hawaii ein multikultureller Mix ist. Poké ist das beste Beispiel dafür, hier verschmilzt die West-coast-Küche mit der japanischen.

Weil in den vielen Spitzenhotels auf Hawaii auch viele Spitzenköche aus aller Herren Länder arbeiten, entstand ein Wettbewerb: Wem gelingt es

am besten, diese Fisch-Vielfalt, all die herrlichen Früchte- und Gemüsesorten mit französischen Rezepturen, asiatischen Gewürzen oder anderen Importen zu verschmelzen? Voilà, die Pacific Rim Cuisine beziehungsweise Hawaiian Fusion war geboren – eine Bewegung, die sich seit den Neunzigern etabliert hat.

Poké Bowls an jeder Ecke

Die Bowls sind auf Hawaii tatsächlich so allgegenwärtig wie Currywurst in Berlin. In jedem Supermarkt locken spezielle Theken mit einer riesigen Auswahl an Reis-, Fisch- und Gemüsesorten, die man in seiner Schüssel zum individuellen Vergnügen bereiten kann. Die Kombinierbarkeit bietet quasi unendliche Möglichkeiten.

Die Inselkette Hawaii, die seit 1959 der fünfzigste und somit jüngste Bundesstaat der Vereinigten Staaten ist, hat für uns Mitteleuropäer nur einen winzigen Haken: Wer das Paradies im Pazifischen Ozean erleben, die atemberaubendsten Strände und die tagtäglichen Sonnenuntergangs-Spektakel genießen will, muss rund 12.000 Flugkilometer wegstecken können, das entspricht dem Durchmesser unseres Planeten. Doch der Jetlag lohnt sich,



Hallo... Hier bin
ich wieder!!



Wissen ist Macht!

Die Gästekartei - unverzichtbar im erfolgsorientierten Betrieb

Die – selbstverständlich digitale – Gästekartei kann mehr als »nur« für bessere Kundenbindung sorgen. Wer es richtig angeht, hat mit ihr auch ein höchst nützliches Ruder an der Hand, um die künftige Strategieweichtung seines Betriebes passgenauer einstellen zu können. Was für eine zeitgemäße Gästekartei nötig ist, welche Informationen man im Idealfall sammelt und welche Rolle der Datenschutz dabei spielen muss – HOGAPAGE hat die besten Tipps. *Text: Petra Sodtke*

Ich hab noch mehr getan als nur gut kochen. Meine Philosophie war immer die Maßarbeit am Gast«, sagt Jahrhundertkoch und Branchenlegende Eckart Witzigmann. Daher habe er schon vor Jahrzehnten, zu Zeiten seines Restaurants Aubergine, begonnen, Karteikarten über seine Gäste zu führen, sagt er: »Darin haben wir deren Vorlieben und die konsumierten Gerichte notiert, den Tag ihres Besuchs, die Unverträglichkeiten, welchen Wein sie zum Essen hatten und auch, was sie nicht mochten. Ebenso die Geburtstage, um einen Kartengruß senden bzw. im Lokal mit Gugelhupf und Blumen überraschen zu können.«

Witzigmann ist bekannt dafür, ein guter Zuhörer zu sein – die Grundlage, um Gästen beim nächsten Besuch die vielzitierten »Wünsche von den Lippen ablesen« zu können. Denn die für den Service relevanten Details aus den persönlichen Gesprächen und Interaktionen zwischen Gastgeber und Kunden

finden regelmäßig ihren Eingang in die Gästekartei – die perfekte Gedächtnisstütze fürs Team zur individuellen Vorbereitung. Genau dieser aufmerksame Service kann ausschlaggebend dafür sein, wiederzukommen, wieder zu buchen, weiterzuempfehlen. Im Hotel-Betrieb ist das nicht viel anders: Das Extra-Daunenkissen genau wie beim letzten Mal und ohne eigenes Zutun automatisch vom Personal gerichtet, das kommt an. Witzigmann: »Der Gast ist der beste Multiplikator, um neue Gäste dazuzugewinnen.«

Warum die Gästekartei heute unersetzlich ist

Was man früher auf handgeschriebenen Karten oder in Excel-Listen zusammentragen musste, erfolgt heutzutage über modernste Infoverarbeitungs-Technologien: Die Eingabe der Daten geht automatisch (ab Zeitpunkt der Buchung über die gesamte Customer Journey hinweg: Name, Telefonnummer, Mailadresse, Interessensabfrage, Surf- und Buchungsverhalten usw.) sowie manuell durch das Personal (z.B. »Gast will jeden Tag frische Handtücher«, »Gast leiht sich Fahrrad aus und macht eine Biketour«). Durch entsprechende Programmierung bzw. Motiv-Vergabe wird das Housekeeping via Gästekartei informiert und handelt entsprechend, und der radsporthochbegeisterte Kunde qualifiziert sich als Empfänger des Newsletters »Aktiv- und Sporttage im Hotel XY«, erklärt Alexander Ehrhart, Geschäftsführer der Casablanca Hotelsoftware GmbH.



Eckart Witzigmann



Meine Philosophie war immer die Maßarbeit am Gast

Jana Popp vom Best Western Plus Kurhotel an der Obermaintherme

schildert ihre Praxis-Erfahrungen mit der digitalen Gästekartei: »Sie ist für uns ein zentrales Hilfsmittel für den bestmöglichen Service beim wiederholten Aufenthalt der Gäste. Mit ihr können wir maßgeschneiderte Angebote und zielgruppengerechte Newsletter senden statt ungefiltert alles an alle schicken zu müssen. Das bedeutet zeit- und kostensparendes Arbeiten.« Die Kunden werden nicht mehr mit für sie irrelevantem Material bombardiert, sondern punktgenau bedient: Der Sommer-Urlauber erhält Mailings exklusiv für »seine« Saison, der Wellness- oder Business-Reisende Newsletter mit Inhalten seinem Fokus entsprechend.

Eine weitere zentrale Funktion der Gästekartei: Seit jeher war sie auch Feedback-Quelle für den Unternehmer zur Optimierung der Speisekarte oder



Für Alexander Ehrhart ist eine Gästekarte ein wichtiges Informationstool für die Mitarbeiter.

Es wird Sommer auf dem Teller

Kräuter und Gewürze für die warme Jahreszeit



Thymian, Orangenduft, Lavendel: Die sommerliche Kräuter- und Gewürzpalette duftet betörend und wirkt ähnlich stimmungsaufhellend wie weihnachtliche Aromen. Was wird in diesem Sommer Trend? Wir haben uns bei Würzmachern und Köchen umgehört und sind auf Wildkräuterfang.

Text: Gabriele Gugetzer

Jede zweite Sommerlektüre, so scheint es, führt ein Provence-Zweiglein im Titel. Aber auch mit heimischen Kräutern lässt sich Summerfeeling kreieren. In der Genussregion Baiersbronn, wo die Dreisterner seit Jahrzehnten konsequent den Nachwuchs ausbilden und es in jeder Wanderhütte schmeckt, haben sich Köche mit dem Tourismusverband zum Thema Kulinarik zusammengesetzt. Ein No-Brainer, könnte man meinen, aber dieses Mal ging es nicht um Sterne, sondern um Sammler.

Naturthemen spielen eine große Rolle

Baiersbronner Köche haben sich nämlich zur Vereinigung der Wildpflanzenwirte zusammengeschlossen. Sie bringen Gästen auf Wanderungen unterschiedlichste Wildpflanzen nahe. So weit, so üblich, selbst die Volkshochschule bietet Wildkräuterkurse an. Ihr USP? Erstens ist es ein Zusammenschluss von Köchen, was ja an sich nicht so einfach ist. Und zweitens gibt's neben kräuterorientierten Speisekarten ein Gesamt-Genuss-Happening namens »Wildgenuss on tour«, bei dem auf einer langen Gästewanderung mehrfach für Verkostungen Zeit ist. An Waldstationen werden Ziegenkäse, Forelle und Lambratwürstchen zubereitet und von den Profis mit den gesammelten Wildkräutern abgeschmeckt. Am Ende der Wanderung können die Urlauber Kräuter, praktisch eingetopft, als Mitbringsel für die heimische Kräuterbank erwerben.

DIP THE TASTE

Mit den feinsten Gewürzen und Saucen zum Dippen wird der (Grill-) Sommer zur wahren Genuss-Saison! Lassen Sie sich von den WIBERG Dip-Saucen in den Geschmacksrichtungen Barbecue, Mango-Ananas, Smoked Honey sowie Süß-Sauer begeistern!

www.wiberg.eu  



WIBERG®



Das beste Stück, des Fleische(r)s Lust

Für wahre Feinschmecker zählt nicht nur das Filet ...

Auf Halbwissen basierenden, veganen Ernährungsalarm kennt jeder in der Gastronomie. Jetzt ist mal Schluss damit! Denn von gesundem, schmackhaftem Fleisch lassen sich Gäste überzeugen. Freilaufende Wagyu-Rinder, ein Mangalitzza-reifender Sternekoch und ein Neandertaler, der Auerochsen auffährt ... Punkten Sie beim Gast mit Qualität und Wissen.

Text: Gabriele Gugetzer

Die Kooperative First Light verkörpert das Neuseeland, wie man es sich hierzulande vorstellt. Hemdsärmelige Naturburschen, strotzend vor Gesundheit und Selbstvertrauen, die was Gutes wollen. Drei Manager auf der einen Seite, 150 Farmer auf der anderen Seite, zusammen gehört ihnen First Light. Das größte Gut: freilaufende Wagyu-Rinder. Der höchste Anspruch: Tierschutz. Jason Ross, einer der besagten Manager mit langjähriger Erfahrung auf dem europäischen Markt, sagt: »Fleisch essen sollte eine bewusste Entscheidung sein. Lieber weniger, dafür gut.«

Ihre Wagyu-Rinder grasen durch die neuseeländische Landschaft wie einst die Bisonherden unter Winnetous wachsamem Auge und sind doch so marmoriert auf dem Teller ... Wie geht das? Die richtige Zucht und Auswahl

der Tiere spielt eine große Rolle, die Zufütterung während der drei Jahre, in denen die Rinder auf kleinen Farmen mit viel Platz groß und lecker werden, ebenso. Ganz artgerecht ist die Ernährung: Gras. Und das ist in Neuseeland natürlich auch nicht genetisch manipuliert. Aber die Qualität? Da bescheinigte das Magazin Forbes unlängst den First Lights, »das beste Rindfleisch der Welt« zu machen.

Kein Wunder, dass die fitten Neuseeländer mit grasgefütterten Wagyu gerade den kalifornischen Rindfleischmarkt durcheinanderwirbeln. In Deutschland hat Schulte + Sohn den Vertrieb übernommen, auch in Österreich (Hütthaler) und der

Schweiz (A+C Delikatessen) wurden gerade Verträge abgeschlossen.

Übrigens: Grasgefüttert ist hierzulande kein geschützter Begriff, für einen niedlichen Aufkleber auf dem Fleisch reicht es aus, mal mit Grashalmen nach den Tieren zu werf... Nein, wir übertreiben. Dennoch: Genau hier punkten Gastronomen mit Fachwissen zu Herkunft und Aufzucht.

”

Sebastian Fosschag, Transgourmet Ursprung

Der Gast ist bereit, mehr auszugeben, wenn der Mehrwert erlebbar wird

Schwein 2.0
Schulte + Sohn sind nicht nur Fleischversen-

der, sondern auch offen für Neues. Ihre Fleischsommeliers gehen in diesem Jahr im Grillbereich neue Wege: Schweinische. »In Spanien und Portu-


FOODWORKS

Angus Burger

- 100% zertifiziertes Rindfleisch
- ungewürzt
- sechs Grammaturen von 50 bis 285 g

foodworks.com



Gegrillte

Glückseligkeit



E-motionale Bewegung

Die Elektromobilität beginnt langsam auch in den Bereich der Kleinbusse und Transporter vorzudringen

»Der Verbrennungsmotor ist tot, lang lebe die E-Mobilität«, könnte man angesichts des aktuellen Hypes um E-Auto-Pionier Tesla und seine Verfolger meinen. Doch ist auch für Gewerbetreibende jetzt schon der richtige Zeitpunkt gekommen, um per E-Mobil die Welt zu retten? Und welche Trends gibt es in dem Segment der leichten Nutzfahrzeuge sonst noch? HOGAPAGE hat sich umgehört. *Text: Clemens Kriegelstein*

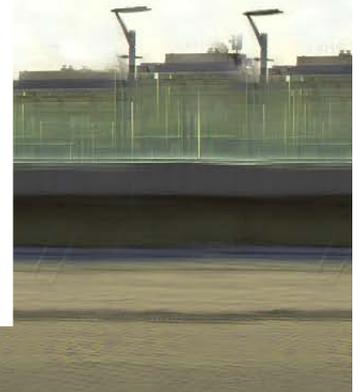
FORD

Lokal emissionsfrei

Ford hat vor wenigen Wochen den Ford Tourneo Custom mit Plug-in-Hybrid-Antrieb vorgestellt. Diese Großraum-Limousine mit Sitzplätzen für bis zu acht Personen ermöglicht im rein elektrischen Modus das Fahren mit null Emissionen und eignet sich daher ideal zum Beispiel für die europaweit wachsende Zahl von Umweltzonen mit ihren stetig strenger werdenden Auflagen. Dazu zählen unter anderem Zonen für sogenannte ULEV-Fahrzeuge (Ultra Low Emission Vehicle), die in vielen europäischen Städten eingeführt werden sollen.

Der Tourneo Custom PHEV (»Plug-in-Hybrid Electric Vehicle«) kann mit Netzstrom aufgeladen werden und bietet im reinen Elektro-Modus eine Reichweite von bis zu 50 Kilometern. Wird der 1,0-Liter-EcoBoost-Benzinmotor als »Range Extender« genutzt, wächst die Reichweite auf rund 500 Kilometer. Die Markteinführung dieser Großraum-Limousine ist für Ende 2019 geplant.

Dank vier unterschiedlicher Fahrprogramme kann bedarfsweise ausgewählt werden, wie und wann die verfügbare Akkuladung genutzt wird. Der Wagen kann außerdem an einer konventionellen Haushalts-Steckdose mit 230 Volt Spannung und 10 Ampere Stromstärke innerhalb von 5,5 Stunden vollständig aufgeladen werden. Bei einer 230-Volt-Verbindung mit einer Stromstärke von 16 oder 32 Ampere verringert sich diese Zeitspanne auf rund drei Stunden.



E-Autos sollen also nach dem Willen der Politik unser Klima und damit die Welt retten. Die Richtung wurde vorgegeben, und die Autohersteller, die spätestens nach dem Diesel-Skandal Imagewerte wie die Tabakindustrie aufweisen, richten sich danach. Widerspruch gibt es – zumindest öffentlich – keinen. Keine Messe, bei der nicht wieder ein Hersteller stolz sein neuestes E-Modell vorzeigt – am liebsten in Form eines großen SUVs, denn ob so ein Auto jetzt zwei Tonnen oder wegen der Batterien 2,5 Tonnen wiegt, ist auch schon egal.

Unter welchen problematischen Bedingungen – für Menschen und Umwelt – die für die Akkus benötigten »Seltene Erden« in Dritte-Welt-Ländern abgebaut werden, wo der benötigte Strom tatsächlich herkommen soll, dass die Reichweitenangaben in den Prospekten ähnlich geschönt sind wie die Verbrauchsangaben der Benziner und was am Ende der Lebensdauer mit den Akkus geschehen soll, interessiert derweil nur wenige Ketzer. Auch dass schon für die Herstellung der Akkus so viel CO₂ ausgestoßen wird, wie ein Verbrennungsmotor auf 50.000

Kilometern, wie KTM-Chef Stefan Pierer jüngst in einem Interview mit dem Wirtschaftsmagazin »trend« angemerkt hat, wird kaum thematisiert.

Insgesamt gesehen liegt der Anteil aller E-Fahrzeuge bei den Neuzulassungen in Deutschland und Österreich aktuell zwar erst zwischen zwei und drei Prozent, allerdings mit deutlicher Tendenz nach oben. Nur logisch, dass bei dem (auch medialen) Elektro-Hype auch Nutzfahrzeuge schon in den Fokus der Hersteller gerückt sind. Immerhin hat Tesla inzwischen auch schon die Herstellung eines echten LKWs angekündigt. Die versprochenen Eckdaten: über 800 km Reichweite bei voller Beladung, über 1.000 PS Leistung, über 2.000 Nm Drehmoment und ein 0-auf-100-Wert in rund fünf Sekunden für die Zugmaschine alleine... Tatsache ist allerdings, dass auch im Segment der Kleinbusse und Transporter die ersten Hersteller bereits rein elektrisch angetriebene, oder zumindest Hybrid-Versionen anbieten. Doch noch gibt es etwa für Gastronomen oder Hoteliers, die auf saubere Mobilität setzen wollen, ein paar Punkte zu beachten.

Anschaffung gut überlegen

Für Thomas Stix, Leiter der technischen Information beim österreichischen Automobilclub ÖAMTC, sollten Interessenten, die bei der Neuanschaffung eines Lieferwagens oder Kleinbusses derzeit mit einer reinen Elektro-Variante liebäugeln, ihre häufig zurückgelegten Strecken betrachten: »Im Bereich der Nutzfahrzeuge sind die Akkus derzeit noch relativ klein. Wenn ich hauptsächlich auf Kurzstrecken unterwegs bin, etwa innerstädtisch, dann komme ich heute schon ganz gut durch. Wenn ich viele Langstrecken fahre, dann kann es leicht eng werden mit der Reichweite.« Denn mit den oft blumigen Reichweitenangaben in den Prospekten verhalte es sich so ähnlich wie mit den offiziellen Verbrauchsangaben bei Verbrennungsmotoren. Das seien Prospektwerte unter Laborbedingungen, die im Alltag kaum zu erzielen wären. Stix: »Im Worst-Case-Szenario, bei großer Kälte, wenn Heizung und diverse andere Verbraucher benötigt werden, kann die Reichweite auf die Hälfte des offiziellen Wertes schrumpfen.«



Mit cleveren Konzepten trotzdem Talente finden

Berufsporträt HR-Manager/in in der Hotellerie
und Gastronomie



Vorbei sind die Zeiten, in denen Personaler nur für Lohnabrechnungen und Kündigungen zuständig waren. Mittlerweile heißen sie neudeutsch Human-Resources-Manager. Sie gestalten die Unternehmenskultur und überlegen sich attraktive Konzepte, um im »War for Talents« zu bestehen.

Text: Sebastian Bütow

Der Job in der Personalabteilung – Verzeihung: HR – ist eher trocken und von Zahlen geprägt? Von wegen, da erlebt man die verrücktesten Dinge. Einmal empfing Catrin Leese, die HR-Chefin der Lindner Hotels, einen Bewerber, der in kurzer Hose und T-Shirt erschien – obwohl das Thermometer auf minus sieben Grad runtergefroren war. »Der junge Mann wollte uns damit zeigen, wie hart, belastbar und flexibel er ist«, erinnert sich Leese schmunzelnd an ein früheres Ereignis in ihrer Karriere.

HR fasst alles zusammen, was mit dem Personal zu tun hat

In größeren Gastro- und Hotel-Betrieben spricht man heute auch im deutschsprachigen Raum nur noch von der Abteilung Human Resources, das P-Wort hat ausgedient. HR bezeichnet die Ressourcen, die ein Unternehmen durch seine Mitarbeiter an Wissen, Fähigkeiten und Motivation besitzt. Und so kümmern sich die HR-Manager um alle Belange, die mit dem Personal in Zusammenhang stehen. »Ich rechne die Kollegen ab und schaue, dass sie ihr Geld am Monatsende auf dem Konto haben – das war einmal«, sagt Kathrin Gollubits, Director HR & Training für die gesamte Gruppe der 25hours Hotels. »Als ich vor 13 Jahren in die Branche gekommen bin, kannte ich die Personalarbeit als Lohnbuchhaltung und Abteilung, mit der man nur beim Dienstantritt und -austritt zu tun hat.« Vorbei!

»Hinzugekommen ist, die Organisationskultur voranzubringen und Veränderungsprozesse sowie die Unternehmenskultur mitzugestalten.« Es gilt, den Wertewandel in der Arbeitswelt zu managen, die neue Generation tickt anders. Die Mitarbeiter werden begleitet und gecoach, »wir haben für sie auch eine Mentorenfunktion«, so Gollubits.

Wie auch Andreas Behl, der sich als HR-Mitarbeiter des Mawell Resorts in Langenburg (Baden-Württemberg) speziell um die zwölf Auszubildenden im Wellness-Paradies kümmert. »Ich betreue sie vom Start an bei ihrer Entwicklung im Unternehmen, bin ihr Ansprechpartner. Bekomme ich eine negative Rückmeldung über ihre Leistungen aus ihren Abteilungen, suche ich natürlich das Gespräch mit ihnen.« Regelmäßige Feedbackgespräche, meist gemeinsam mit den Auszubildenden, gehören zu Behls Standardaufgaben.

Die große Herausforderung der HR ist der Fachkräftemangel

Kathrin Gollubits' Arbeitgeber beschäftigt aktuell rund 1.000 Menschen an 13 Standorten, bis Mitte 2020 sollen weitere 400 bis 500 Mitarbeiter die expandierende 25hours Hotelgruppe verstärken. Klar, dass Recruiting, also die Suche nach qualifizierten Kandidaten, das ganz große Thema ihrer HR-Aufgaben darstellt. Angesichts des Fachkräftemangels in der Branche und des »War for Talents«, also des Wettbe-

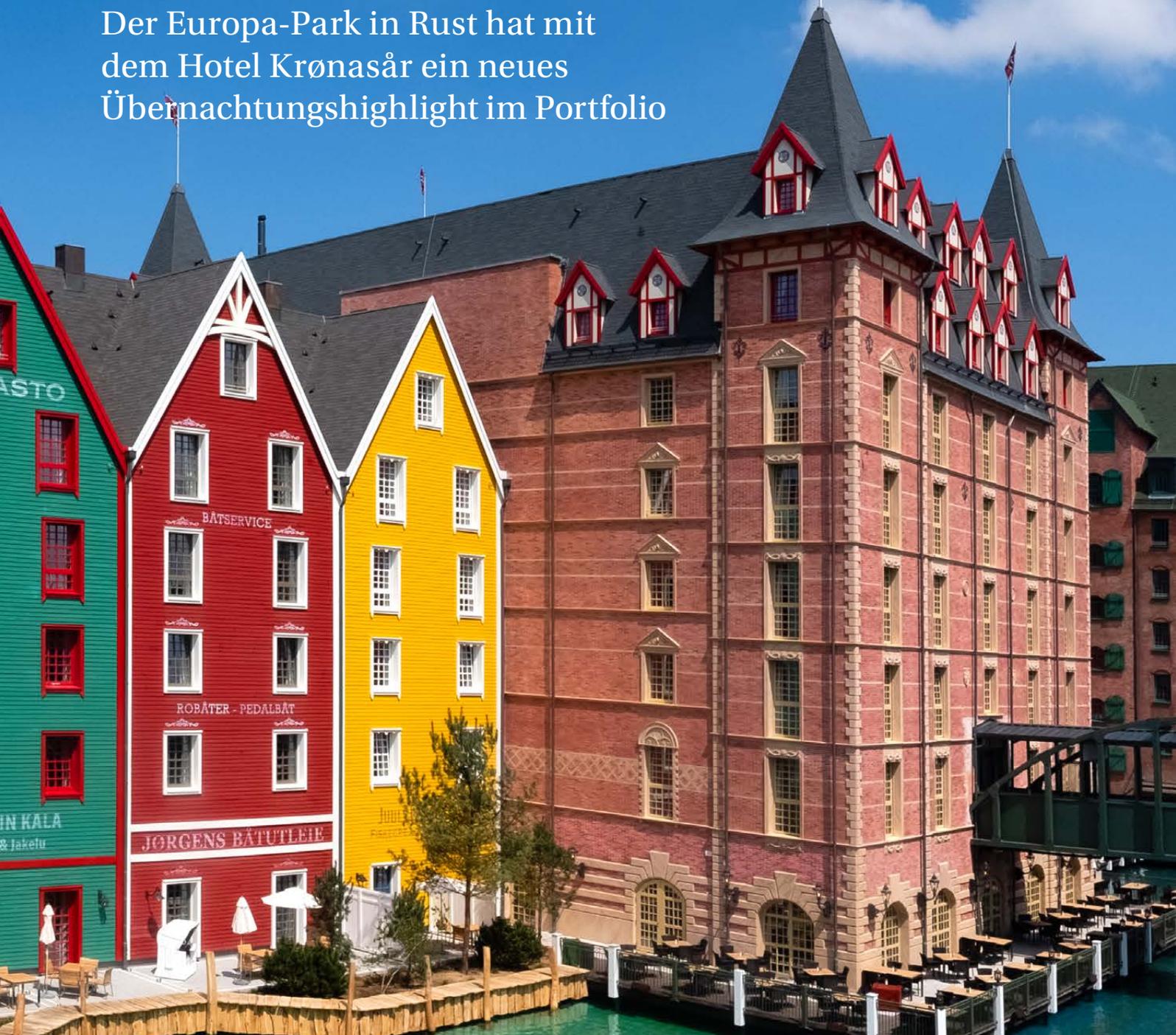
Nachts im



Foto: Europa-Park

Museums-Hotel

Der Europa-Park in Rust hat mit dem Hotel Krønasår ein neues Übernachtungshighlight im Portfolio



Den Zauber, der so ziemlich jeden Besucher des Europa-Parks unmittelbar gefangen nimmt, kann man schwer in Worte fassen. Fakt ist, mit perfektionistischer Detailarbeit schafft es die Eigentümerfamilie Mack, ihre Gäste äußerst zuverlässig der tristen Realität zu entziehen. Gerade erst hat das Hotel Krønasår (wird »Krønasør« ausgesprochen) nach 20 Monaten Bauzeit seine Pforten für die Gäste geöffnet. Es entführt Jung und Alt nach Skandinavien – und in eine fantastische Welt voller Geschichten, die den Entdeckergeist wecken.

Text: Daniela Müller

10 FRAGEN AN

... *Max Simonishek*

»Bitte kein Staubsaugen am frühen Morgen!«

Dass wahre Schauspieltalente in so gut wie jede Rolle schlüpfen können, dafür ist Max Simonishek der lebende Beweis. Ob als ZDF-Kommissar Lukas Laim, als Züricher Reformator »Zwingli« auf der Kinoleinwand oder als Peer Gynt auf der Theaterbühne – der 36-Jährige bringt sein Publikum zum Schwärmen. Ab dem 10. Juli gibt er sein Operndebüt als Papageno in der Zauberflöte im Rahmen der Oper im Steinbruch (Sankt Margarethen, Burgenland). Privat spielt der sympathische Schweizer am liebsten die Vaterrolle bei seiner einjährigen Tochter. HOGAPAGE hat Max Simonishek zum Interview getroffen.

Interview: Daniela Müller



Bald können wir Sie bei der Oper im Steinbruch als Papageno in »Die Zauberflöte« erleben. Der Steinbruch St. Margarethen bietet dabei eine spektakuläre Kulisse. Was reizt Sie daran besonders?

Ich habe große Bewunderung für Künstler, die sich in unbekannte Gefilde wagen und sich somit jedes Mal neu hinterfragen und definieren. Die Schnittstelle zwischen Oper und Schauspiel zu erkunden, ist solch ein unbekanntes Terrain für mich. Ich war immer sehr musikkaffin, und mich einen Sommer lang intensiv mit Mozart auseinandersetzen zu dürfen, sehe ich als große Bereicherung.



Der Papageno ist ja quasi Ihr Operndebüt. Wie gehen Sie an diese neue Herausforderung für Ihr Gesangstalent heran?

Üben, üben, üben. Glücklicherweise hatte ich mit dem Tenor Keith Stonum, der den Monstrosos singt, einen hervorragenden Lehrmeister. Grundsätzlich darf ich aber sagen, dass ich nicht als Sänger engagiert wurde, sondern als Schauspieler. Ich werde also den Papageno wohl teilweise als Plappergeno anlegen.



Vom Papageno zum ZDF-Kommissar Lukas Laim ist es ein beachtlicher Sprung. Wie suchen Sie Ihre Rollen aus?

Reizvoller als die Rollenauswahl sind für mich die Kollegen, Regisseure, Dirigenten, mit denen ich arbeiten darf. Der Austausch von Fantasien, das gegenseitige Beflügelnde und auch die Konflikte suche ich. Ich will etwas erleben. Deshalb am liebsten Theater, Oper, Hörspiel, Lesung, TV und Film. So viele Hochzeiten wie möglich. Ich tanze zu gerne.



Sie sind im vergangenen Jahr Vater geworden. Welche Werte geben Sie Ihrer Tochter in puncto Ernährung mit auf den Weg?

Easy going. Alles, was ihr schmeckt, soll sie genießen. Keine Dogmen, keinen Fanatismus, aber ein Bewusstsein für die Fragen: Was nehme ich da zu mir? Wo kommt es her? Und was macht es mit mir?



Sie haben österreichische und Schweizer Wurzeln, sind in Deutschland aufgewachsen – welcher Landesküche gehört Ihr Herz?

Da bin ich Vorzeigeeuropäer, ja sogar Weltbürger. Ich kann kulinarisch jeder Landesküche etwas abgewinnen, dafür muss ich dort nicht einmal Wurzeln haben. Selbst koche ich am ehesten mediterrane Speisen, gehe aber am allerliebsten essen.



Sie sind beruflich viel unterwegs – worauf achten Sie im Hotel?

Hotels sollten ruhig sein. Etwa wenn die Türen der Nachbarzimmer ins Schloss fallen. Da kaum ein Hotelgast seine Zimmertür vernünftig schließt, sollten dabei nicht gleich jedes Mal die Wände wackeln. Schrecklich finde ich, wenn das Personal morgens um sieben Uhr damit beginnt, auf den Fluren Staub zu saugen. Teppichboden im Zimmer sollte nicht nach einer Landkarte aus Kaffee und Was-weiß-Ich aussehen – und nicht wie ein nasser Schäferhund riechen. Mir fällt da so einiges ein.



Als überzeugter »Wahl-Berliner« – was sind Ihre Tipps für einen perfekten Ausgeh-Abend in der Hauptstadt?

Besuchen Sie eine der großartigen Theater Bühnen der Stadt und schauen Sie sich eine Vorstellung an, anschließend eine Currywurst vor Karstadt bei Andi am Hermannplatz, danach ein Old Fashioned in der »Freundschaft« in der Mittelstraße. Den Morgen dann entspannt im »Berg-hain« ausklingen lassen.



Welche Situation kann Ihnen in einem Restaurant so richtig die Laune vermiesen?

Zu laute Gäste am Nachbartisch oder Musik, schlecht gelauntes Personal oder schlechtes Essen.



Welche Persönlichkeit – tot oder lebendig – würden Sie gerne mal zufällig an der Hotelbar treffen?

Ich schwanke zwischen einem Abend an einer einsamen Hotelbar mit Pianomusik und Penélope Cruz, um mit ihr über die Schauspielerei zu fachsimpeln, und einem Vormittag mit Rum und Che Guevara, damit er mir seine Sicht auf die Welt erzählen kann.



Bitte vervollständigen Sie diesen Satz: Das Leben ist zu kurz, um ...?

... heute schon an morgen zu denken. 

Max Simonischek live erleben

Vom 10. Juli bis zum 17. August können Sie Max Simonischek als Papageno in der Zauberflöte live erleben. Tickets für die »Oper im Steinbruch« gibt es unter www.operimsteinbruch-tickets.at.