Nr. 5/2026
6,90 €/9,40 CHF

HOGAPAGE

Das Magazin für Hotellerie & Gastronomie





Aus für Mini-Jobs?

Die Reformpläne der Bundesregierung sorgen in Gastronomie und Hotellerie für Unruhe 16

Spektakuläres Vancouver
Natur trifft Food-Hotspot 30

Moderne Snacks 54

Kosten im Griff?
Energieresilienz heute 36

Schädlingsvorsorge 64

The Charles Hotel
Dolce Vita in Bayern 84

Intelligent Kühlen 70



Wir machen das schon

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

während in Berlin noch über Mini-Jobs, Arbeitszeiten und Bürokratie diskutiert wird, hat die Branche längst begonnen, ihre eigenen Antworten zu finden. Nicht, weil sie keine Unterstützung braucht. Sondern weil Hotellerie und Gastronomie es sich schlicht nicht leisten können, eine Sommerpause zu machen oder gar auf bessere Zeiten zu warten.

Das zeigt sich an vielen Stellen. Beim Personal geht es um Flexibilität, die im Alltag funktioniert. Mini-Jobber sind für viele Betriebe ein wichtiger Baustein, um auf saisonale Schwankungen, Veranstaltungen oder volle Wochenenden reagieren zu können. Was politisch derzeit auf dem Prüfstand steht, ist für die Praxis längst Realität.

Gleichzeitig verändert die Digitalisierung die Branche von innen heraus. Moderne Managementsysteme vernetzen Prozesse, übernehmen Routineaufgaben und schaffen Freiräume für Mitarbeiter. Im besten Fall bedeutet Digitalisierung eben nicht weniger Menschlichkeit, sondern mehr Zeit für das, was Hotellerie und Gastronomie ausmachen: persönliche Gastfreundschaft und den direkten Kontakt zum Gast.

Und auch beim Thema Energie wird deutlich: Wer resilient sein will, wartet nicht auf die nächste Kostenexplosion. Hotels analysieren ihre Verbräuche, erkennen Einsparpotenziale und setzen zunehmend auf intelligente Technik. Bei Accor gehören inzwischen mehr als 60 Maßnahmen zum Instrumentarium, vom Monitoring über die LED-Umrüstung bis hin zu KI-gestützten Analysen. Drei Themen, ein gemeinsamer Nenner: Die Branche handelt. Sie digitalisiert, optimiert, investiert und sucht nach Lösungen – oft unter Bedingungen, die alles andere als einfach sind. Natürlich braucht es dafür vernünftige politische Rahmenbedingungen. Aber es lohnt sich auch, einmal den Blick auf das zu richten, was bereits passiert.

Vielleicht ist genau das die wichtigste Botschaft: Wir warten nicht. Wir machen das schon. Und wir machen weiter. Jetzt wäre es an der Politik, dafür zu sorgen, dass sie uns dabei nicht ständig neue Steine in den Weg legt.

Herzlichst
Ihre



Karoline Giokas
Chefredakteurin

Foto: HOGAPAGE Media



Foto: click and photo/stock.adobe.com



Ohne MINI-Jobs entsteht ein MAXI-Problem

Reformpläne der Bundesregierung auf dem Prüfstand

Mini oder Midi? Das ist eigentlich eine Modefrage. Hier geht es aber nicht um Rocklängen, sondern um Jobs – Mini-Jobs. Sie könnten vor großen Veränderungen stehen. Im Rahmen der geplanten Rentenreform wird darüber diskutiert, sie weitgehend abzuschaffen oder in Midi-Jobs umzuwandeln. Kein Wunder, dass dieses Vorhaben in der Gastwelt für Unruhe sorgt. Schließlich arbeiten in der Branche schätzungsweise rund 200.000 Menschen auf Mini-Job-Basis. Sollte es zur Reform kommen, dürfte das für Gastwirte, Mitarbeiter und letztlich die Gäste teuer werden. Na dann: Prost Mahlzeit!

Text: Wolfgang Bublies



Foto: MARC ANTÓN/Chat GPT



Vernetzt voraus

Wie digitale Managementsysteme Prozesse übernehmen und Mitarbeiter entlasten

Je mehr digitale Systeme im Hotel zusammenspielen, desto wichtiger wird die Frage: Sprechen sie auch miteinander? Moderne Managementsysteme sollen nämlich längst nicht mehr nur Daten verwalten, sondern Prozesse vernetzen, Aufgaben automatisieren und Mitarbeiter von Routine entlasten. Welche Rolle spielen dabei KI, Datenqualität und Konnektivität?

Text: Michael Eichhammer



Vancouver

Kulinarische Hochkultur im Regenwald

Foto: MARC ANTÓN, CHAT GPT



Das deutsche Sehnsuchtsziel am Pazifik ist wunderschön und gastronomisch beeindruckend

Fangfrischer Wildlachs, elegante Hotelbars, chinesische Hochküche und Trends: Vancouver ist die beste Food-Stadt Kanadas und gleichzeitig ein Ort zum Waldbaden, Bärengucken und Architekturbestaunen. *Text: Gabriele Gugetzer*



Foto:: ATHVisions vai Getty Images



Die Kosten im Griff

Energieresilienz ist heute Wettbewerbsfaktor. Warum Hotels jetzt handeln sollten

Energie war lange ein kalkulierbarer Kostenfaktor. Heute entscheidet ein intelligenter Umgang mit Ressourcen zunehmend über Wirtschaftlichkeit und Zukunftsfähigkeit eines Hotelbetriebs. Die Investitionen müssen dabei nicht immer groß sein.

Text: Karoline Giokas

Die Zeiten, in denen steigende Energiekosten lediglich als vorübergehende Belastung betrachtet wurden, sind vorbei. Schwankende Energiepreise, regulatorische Anforderungen und steigende Erwartungen von Investoren und Gästen machen deutlich: Hotels müssen ihre Energieversorgung strategisch neu denken. Energieresilienz bedeutet dabei weit mehr als kurzfristiges Sparen. Es geht darum, den Betrieb langfristig widerstandsfähig aufzustellen.

„Die Volatilität der Energiepreise wird voraussichtlich weiter bestehen. Besonders resilient werden daher jene Hotels sein, die ihren Verbrauch verstehen, Ineffizienzen erkennen und Ressourcen langfristig managen“, erklärt Cristina de Oliveira-Frewen, Chief Operating Officer Franchise Operations Europe & North Africa bei Accor. Der erste Schritt ist dabei überraschend einfach: messen statt schätzen. Nur wer genau weiß, wo Energie verbraucht oder verschwendet wird, kann gezielt gegensteuern.

Kleine Maßnahmen mit großer Wirkung

Nicht jede Verbesserung erfordert millionenschwere Investitionen. In bestehenden Gebäuden steckt bereits viel Potenzial. Optimierte Heizungs- und Klimasteuerungen, LED-Beleuchtung, regelmäßige Wartung und Belegungssensoren senken den Energieverbrauch oft deutlich. „Der Schlüssel liegt darin, bei der Effizienz

Haltung, die Wirkung zeigt

Wie das Le Méridien Stuttgart mit Diavendo Ausbildung, Kommunikation und Gastgeberkompetenz stärkt

Exzellente Ausbildung endet nicht mit der Vermittlung von Fachwissen. Das Le Méridien Stuttgart nutzte den Coaching-Gewinn der HDV-Auszeichnung deshalb ganz bewusst für zwei Zielgruppen: Auszubildende sowie Ausbilder und Führungsteam. Im Mittelpunkt stand die Frage, wie positive Kommunikation und souveränes Auftreten im Hotelalltag gelingen. *Text: Karoline Giokas*



Fotos: rawpixel.com/stock.adobe.com, HDV



Die Impulse aus dem Coaching mit Diavendo sollen im Stuttgarter Le Méridien nicht als einmaliges Erlebnis stehen bleiben. Das Feedback der Auszubildenden wird mit den Ausbildern im regelmäßigen Erfahrungsaustausch geteilt, die gelernten Methoden sollen in den Ausbildungsalltag einfließen.

Ausbildung ist Teamarbeit. Das zeigt das Beispiel des Le Méridien Stuttgart deutlich. Das Haus wurde 2025 von der HDV als „Exzellenter Ausbildungsbetrieb des Jahres“ ausgezeichnet und erhielt als Sonderpreis ein Coaching im Wert von 5.000 Euro, gestiftet vom Trainings- und Coaching-Institut Diavendo.

Das Le Méridien Stuttgart entschied sich, den Gewinn auf zwei Workshops aufzuteilen: einen für Auszubildende und einen für Ausbilder. Für General Manager Wolfgang Selinger war dieser ganzheitliche Ansatz konsequent. „Unsere Auszubildenden erhalten im Durchschnitt deutlich mehr Schulungen als unsere Ausbilder“, erklärt er.

Darüber hinaus werde die Qualität der Ausbildung maßgeblich von den Ausbildern gestaltet. Aus diesem Grund habe man zusätzliche Coaching-Stunden bei Diavendo gebucht. „Wenn es um Ausbildung geht, sollen selbstverständlich unsere Auszubildenden davon profitieren. Gleichzeitig war für uns aber auch klar: Die Auszeichnung ist vor allem das Verdienst unserer engagierten Ausbilder.“

Erst die Haltung, dann die Lösung

Den Auftakt bildete ein halbtägiges Coaching für die Auszubildenden mit Steffen Schock zum Thema „Positive Kommunikation mit dem Gast“. Gerade junge Mitarbeiter stehen im Service immer wieder vor Situationen, die sich nicht nach dem Lehrbuch lösen lassen: Ein Gast ist ungeduldig, wird laut oder reagiert persönlich. Häufig fehlt dann weniger die Bereitschaft zu helfen, sondern eher die Erfahrung im Umgang mit emotional aufgeladenen Situationen.

> Wolfang Selinger, GM Le Méridien Stuttgart

Gute Ausbildung ist für uns der wichtigste Baustein zur langfristigen Fachkräftesicherung

„Souverän zu sein bedeutet nicht, sofort auf alles eine Antwort haben zu müssen. Es bedeutet, Ruhe zu bewahren und das Gespräch aktiv zu führen“, erklärt Schock. Im Training ging es deshalb um ein klares Gesprächsgerüst, aktives Zuhören, das Anerkennen von Emotionen und präzise Fragen. Wie groß die Wirkung kleiner sprachlicher Veränderungen sein kann, zeigte sich dabei unmittelbar. Aus einem klassischen „Dafür bin ich nicht zuständig“ kann ein „Ich kümmere mich darum und hole die richtige Person für Sie dazu“ werden. Inhaltlich verändert sich wenig – für den Gast jedoch sehr viel. „Exzellenter Service entsteht nicht immer aus großen Gesten“, sagt Schock.

Beschwerden als zweite Chance

Ein weiterer Schwerpunkt war der Umgang mit Reklamationen. Dabei vermittelt Diavendo drei Grundprinzipien: den Menschen erreichen und das Problem lösen; Verantwortung für die Kommunikation übernehmen und Orientierung geben; schließlich die Situation bewusst positiv abschließen. Gerade bei Beschwerden entscheidet sich Servicequalität häufig nicht allein an der gefundenen Lösung. Ein Gast möchte zunächst wahrgenommen werden. Zuhören, Emotionen anerkennen und Verständnis zeigen: Das schafft die Grundlage dafür, dass eine sachlich gute Lösung überhaupt als solche gesehen wird.

Ebenso wichtig ist Verbindlichkeit: Auch wenn ein Mitarbeiter ein Problem nicht selbst lösen kann, kann er dafür sorgen, dass der Gast weiß, wie es wei-





Foto: Martijn/stock.adobe.com

Finale mit Wow-Effekt

Die Desserttrends für Herbst und Winter 2026 setzen auf Leichtigkeit, Qualität und starke Inszenierungen

Eis und süße Nachspeisen trotzen der kalten Jahreszeit. Zwischen regionalen Zutaten, modernen Geschmackskombinationen und cleveren Convenience-Lösungen entstehen Kreationen, die Gäste begeistern und Gastronomen zugleich wirtschaftliche Vorteile bieten.

Text: Karoline Giokas

Wer glaubt, Eis gehöre ausschließlich in den Sommer, unterschätzt das Potenzial moderner Dessertkarten. Gerade in den kälteren Monaten entwickeln sich Eis- und Dessertkreationen immer stärker zu emotionalen Genussmomenten und damit zu margenstarken Umsatzbringern.

Regionale Wurzeln, international gedacht

Die Winterdesserts von heute erzählen Geschichten. Sie transportieren Herkunft, wecken Erinnerungen und überraschen dennoch mit modernen Einflüssen. Besonders deutlich zeigt sich dieser Trend im Como Alpina Dolomites auf der Seiser Alm. Küchenchef Thomas Fischnaller verbindet dort die internationale Shambhala-Kitchen-Philosophie der Hotelgruppe mit den Produkten seiner Heimat.

Exotische Zutaten werden bewusst durch regionale Alternativen ersetzt, alpine Kräuter treffen auf moderne Zubereitungstechniken und traditionelle Geschmacksbilder erhalten einen zeitgemäßen Twist. „In der kalten Jahreszeit arbeite ich gerne mit regionalen Zutaten, die Wärme, Natürlichkeit und die Aromen unserer alpinen Landschaft widerspiegeln“, erklärt Thomas Fischnaller. „Mein Ziel ist es, Desserts zu kreieren, die unsere Gegend widerspiegeln und gleichzeitig den Blick über die Grenzen Südtirols hinaus öffnen.“ Ein Beispiel für einen der wichtigsten Trends der Saison ist sein Alpine Sticky Rice mit Joghurt, Himbeeren und Mandeln.

> **Ich möchte Desserts kreieren, die unsere Region widerspiegeln und gleichzeitig den Blick über die Grenzen Südtirols hinaus öffnen**
>
> Thomas Fischnaller, Küchenchef Como Alpina Dolomites

Weniger Zutaten, mehr Charakter

Parallel dazu zeichnet sich in der Handschrift moderner Patisserie ein klarer Wandel ab. Statt möglichst vieler Komponenten stehen heute wenige, dafür hochwertige Zutaten im Mittelpunkt. Patissière Sophie Mussotter beobachtet genau diese Entwicklung. „Saisonale und regionale Produkte sowie vertraute Aromen werden immer wichtiger. Gerade im Herbst und Winter dürfen Desserts gerne Kindheitserinnerungen wecken“, sagt sie. „Klassiker lassen sich dabei wunderbar modern interpretieren: mit weniger Zucker und mehr Frische durch Säure oder spannenden Texturen.“ Für Mussotter entstehe guter Geschmack vor allem durch Zutaten, die ihren eigenen Charakter mitbringen und möglichst unverfälscht eingesetzt werden. „Philadelphia eignet sich dafür besonders gut, weil er eine sehr frische, leicht säuerliche Note mitbringt, die sich vielseitig kombinieren lässt. Gleichzeitig sorgt seine Textur für Cremigkeit, ohne schwer zu wirken und unterstützt damit die Leichtigkeit und Klarheit in Des-



Foto: Ilya/stock.adobe.com

Genuss im Kleinformat

Jetzt wird es gesund, international, ungewöhnlich

Die neue Häppchen- und Snackkultur bedient viele Trends, zwischen vegan, Me-Time, Functional Food und Appetitanreger. *Text: Gabriele Gugetzer*

Warum sind Vorspeisen, Snacks und Fingerfood so wichtig? Hier könne die Küche „kulinarische Kreativität" zeigen, ist Frank Ackermann, Chefkoch im Erika Boutiquehotel Kitzbühel, überzeugt. Überkandidelt muss es dabei nicht zugehen: Bei ihm kommt zum Beef Tartar eine Steinpilzmayonnaise dazu, es wird mit Senfkaviar und Kapernbeeren ausgarniert – todschick auf Toast und auf dem Flying Buffet.

Urban Fries und Apple Fries

Gerade wurde das Produkt auf dem renommierten jährlichen Hamburger Food Innovation Camp vorgestellt, bekam prompt die Auszeichnung „Dein Newcomer Award 2026" verliehen und

SNACKING IST MEHR ALS CONVENIENCE: GEFRAGT SIND KREATIVITÄT, QUALITÄT UND FLEXIBILITÄT

ist schon bei Transgourmet gelistet. Die Rede ist von Apple Fries. Es handelt sich um tiefgefrorene Apfelstifte, die in der Fritteuse, dem Air Fryer und dem Konvektomaten nach Bedarf – sprich: ohne Abfall – zubereitet werden. Die veganen Fries aus Deutschland schmecken in süß und säuerlich, passen aufs Flying Buffet, als Beilage am Food Truck und in die Gemeinschaftsverpflegung. Damit sind sie die Antwort auf jeden aktuellen Trend zwischen Functional Food, Regionalität und Smart Snacking ohne versteckte Fette.

Bei Farm Frites setzt man auf Fritten, klassisch auf Kartoffelbasis, doch bereits trendig vorgewürzt. Mit Paprika, Zwiebel, Knoblauch und Chilipulver



SALOMON FOODWORLD

SMART FÜR DICH, DEINEN GAST UND DIE UMWELT

SMART BURGER



- Hybrid-Burger: 60 % Rindfleisch, 40 % Weizenprotein-Mix
- Reduzierter Wareneinsatz durch 50 % weniger Garverlust
- Ca. 35 % weniger CO2e als unser Homestyle Burger*

Perfect Match!
HOMESTYLE BURGER BUN



Als 5-Inch-Bun (105 g) und jetzt neu auch als 4-Inch-Variante (80 g) erhältlich.

*basierend auf internen Berechnungen mit Daten aus 2024 nach den Vorgaben der „Product Life Cycle Accounting and Reporting Standards"



Foto: Drazen/stock.adobe.com, Rentikil Initial



Schädlinge? Nicht mit uns!

Prävention, Monitoring und KI definieren die Schädlingsbekämpfung in Hotellerie und Gastronomie neu

Ratten, Mäuse, Schaben oder Bettwanzen gefährden nicht nur Hygiene und Lebensmittelsicherheit, sondern auch den guten Ruf eines Betriebs. Gleichzeitig gelten seit diesem Jahr strengere Regeln für den Einsatz von Giftködern. Gefragt sind deshalb neue Strategien.

Text: Karoline Giokas

Seit Juli 2026 ist die befallsunabhängige Dauerbeköderung mit antikoagulanten Rodentiziden in Deutschland untersagt. „Die wichtigste Änderung lautet: Giftköder dürfen nicht mehr präventiv ausgelegt werden, sondern erst dann, wenn tatsächlich ein akuter Befall nachgewiesen ist“, erklärt Sophie Scharrer, Schädlingsexpertin bei SchädlingsHero.



Für Hotels und gastronomische Betriebe bedeute das vor allem eines: „Der Fokus muss noch stärker auf Früherkennung und Vorbeugung liegen, um im Ernstfall schnell und regelkonform reagieren zu können.“

> **Digitales Schädlingsmanagement wird deutlich stärker zum Frühwarn- und Dokumentationssystem**
>
> André Brüning, Director Operations, Rentokil Initial

Tritt ein Schädlingsbefall ein, gilt eine zeitliche Begrenzung von maximal 35 Tagen am Stück. „Sollte der Einsatz von Giftködern darüber hinaus notwendig sein, muss zwingend eine Gefährdungsbeurteilung durchgeführt werden“, weiß Scharrer.

Kleine Schwachstellen, große Wirkung

Dass ein Schädlingsbefall entsteht, liegt nach Erfahrung der Experten meist nur selten an schwerwiegenden Hygienemängeln vor Ort. „Die Ursachen sind häufig vielmehr mehrere kleine Schwachstellen im klassischen Betriebsalltag“, erläutert Habib Fekih, Geschäftsführer von Safe-Home. Offene Türen, schlecht abgedichtete Rohrdurchführungen, fehlende



Foto: The Charles Munich/PERRY GRAHAM

Dolce Vita auf Bayerisch



Charmante Luxusadresse mitten in der Metropole

Seit fast 20 Jahren zählt das Münchner The Charles Hotel aus der Rocco Forte Gruppe zu den ersten Adressen der Stadt. Nach einer umfangreichen Neugestaltung und mit General Manager Ulrich Schwer an der Spitze entwickelt sich das 5-Sterne-Luxushotel konsequent weiter, ohne dabei seine größte Stärke aus den Augen zu verlieren: den Menschen. *Text: Karoline Giokas*

10 FRAGEN AN ...



Wayne Carpendale

„Niemand möchte Zimmer 2417 sein“

Millionen Menschen verfolgen seine humorvollen Geschichten auf Instagram, im deutschen Fernsehen gehört Wayne Carpendale seit Jahren zu den bekanntesten Gesichtern. Doch was treibt ihn heute wirklich an? Für HOGAPAGE spricht der Moderator, Schauspieler und Familienmensch über neue Projekte, unvergessliche Reiseerlebnisse und darüber, weshalb echte Gastfreundschaft weit mehr ist als perfekter Service.

Interview: Karoline Giokas

Foto: Susanne Wagner

Der Pfifferling im Exklusiv-Interview



Foto: MARC ANTÓN Medien KG/KI

VORSCHAU

Das nächste HOGAPAGE-Magazin erscheint am 2. November 2026



Special: Alles für den Gast 2026

4 Tage, 719 Aussteller und rund 36.000 Fachbesucher: Die Vielfalt der Gastronomie und Hotellerie trifft sich im November auf der „Alles für den Gast“ in Salzburg. Wir zeigen Highlights, Innovationen und Must-sees.



Weihnachtlich genießen

Die Feiertage laden zum Schlemmen ein! Mit besonderen Kreationen und festlichen Menüs wird die Weihnachtszeit auch kulinarisch unvergesslich. Welche Inspirationen sorgen bei Gästen für besondere Genussmomente?



Außerdem

- TK-Produkte: die neue Vielfalt aus dem Froster
- Thermische Geräte: So nutzen Sie Wärme effizient
- Was geht Outdoor 2027: Trends für draußen im Blick

HOGAPAGE-Jahresabo – zum Lesen oder Verschenken

Ihre Abo-Vorteile:

- **Liefergarantie** – keine Ausgabe verpassen
- **12 Monate HOGAPAGE** – für nur 41,40 Euro*
- **Versandkostenfrei** – jedes Heft frei Haus erhalten

Bestellung per Bestellformular auf **www.hogapage.de/magazin/abonnieren,** per E-Mail an **magazin.hogapage@buhl-gruppe.de** oder per Tel. **+49 821 319470-700.**

*Jahresabo (6 Ausgaben): 41,40 Euro pro Jahr inkl. MwSt. und Versand in Deutschland. 51,40 Euro pro Jahr inkl. MwSt. und Versand bei Lieferung ins EU-Ausland und 68,40 CHF pro Jahr inkl. Versand bei Lieferung in die Schweiz.



Ausgabe 1-2/2026



Ausgabe 3/2026



Ausgabe 4/2026

IMPRESSUM

Herausgeber:
Charlotte Buhl, Hermann Buhl

Verlag (Firmensitz):
HOGAPAGE Media GmbH, Alfred-Nobel-Str. 9, 86156 Augsburg, Deutschland
Tel.: +49 821 319470-700
magazin.hogapage@buhl-gruppe.de
Amtsgericht Augsburg, HRB 33096

Geschäftsführerin:
Daniela Müller

Objektleitung und Gesamtchefredakteurin:
Daniela Müller

Chefredakteurin Magazin:
Karoline Giokas
(V.i.S.d.P.)

Redaktion:
Wolfgang Bublies, Michael Eichhammer, Gabriele Gugetzer, Christine Hintersdorf, Sarah Kleinen, Pierre Nierhaus, Jean-Georges Ploner
Tel.: +49 821 319470-788, Fax: +49 821 319470-799
magazin.hogapage@buhl-gruppe.de

Grafik/Layout/Lektorat:
MARC ANTÓN Medien KG,
Daimlerstr. 9, 86368 Gersthofen

Web:
Heiner Anwander

Sales-Team Deutschland/Österreich:
Thomas Hodermann, Stefanie George-Kersting
Tel.: +49 821 319470-777, Fax: +49 821 319470-799
magazin.hogapage@buhl-gruppe.de

Bankverbindung:
HOGAPAGE Media GmbH
Stadtsparkasse Augsburg
IBAN: DE 91 7205 0000 0252 0815 67
BIC: AUGSDE77XXX

Erscheinungsweise:
Das HOGAPAGE-Magazin erscheint 5 x pro Jahr.

ISSN: 2197-5485

IVW-gepr. Druckauflage:
Der Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V. angeschlossen

Verteilung:
Postversand an Unternehmen der Hotellerie & Gastronomie in Deutschland und Österreich

Druck:
Mayr Miesbach GmbH
Am Windfeld 15
D-83714 Miesbach

Druckverfahren: Offset-Druck

PEFC 10-32-0832

Alle veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Kein Teil des Magazins darf ohne schriftliche Zustimmung des Verlags vervielfältigt oder verbreitet werden. Das gilt vor allem für gewerbliche Vervielfältigung per Kopie oder CD-ROM und Aufnahme in elektronische Datenbanken. Für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Zeichnungen wird keine Haftung übernommen. Beiträge, die mit vollem Namen gekennzeichnet sind, geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder. Veröffentlichungen von Fotos/Bildern können im Print und im Internet aus drucktechnischen Gründen voneinander abweichen.

Liebe Leser, hat Ihnen das Magazin gefallen?

Wünsche, Kritik oder Anregungen richten Sie bitte an unsere Redaktion:

magazin.hogapage@buhl-gruppe.de

www.hogapage.de/magazin

Fotos: Messezentrum Salzburg GmbH/FRB Media, imageX/stock.adobe.com/generiert mit KI, Virtualbackgrounds.adobe.com