



PFANNEBERG

HOTEL & GAST

Anton Beer
Frank Brandes
Hermann Grüner
Thomas Kessler
Conrad Krödel
Reinhold Metz
Marco Voll
Thomas Wolffgang

14. Auflage

Fachbuchverlag Pfanneberg GmbH & Co. KG
Düsselberger Str. 23
42781 Haan-Gruiten
Bestell-Nr.: 04062

Autoren

Anton Beer, Köditz
Frank Brandes, Bad Doberan
Hermann Grüner, Garmisch-Partenkirchen
Thomas Kessler, Deggendorf
Conrad Krödel, Elmshorn
Reinhold Metz, Bad Wörishofen
Marco Voll, Gleichen
Thomas Wolfgang, Dessau-Roßlau

Verlagslektorat

Benno Buir

Bildbearbeitung

Verlag Europa-Lehrmittel, 73760 Ostfildern

14. Auflage 2020

Druck 5 4 3 2 1

Alle Drucke derselben Auflage sind parallel einsetzbar, da sie bis auf die Behebung von Druckfehlern untereinander unverändert sind.

ISBN 978-3-8057-0816-6

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt.
Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Verlag genehmigt werden.

© 2020 by Fachbuchverlag Pfanneberg GmbH & Co. KG, 42781 Haan-Gruiten
<http://www.pfanneberg.de>
<http://www.hotel-und-gast.de>

Umschlag: braunwerbeagentur, 42477 Radevormwald,
unter Verwendung eines Motivs von © Sven Hoppe – Fotolia.com
Layout und Satz: tiff.any GmbH, 10999 Berlin
Druck: Himmer GmbH, 86167 Augsburg

Vorwort

Das Standardwerk „Hotel & Gast“ und das dazugehörige Medienpaket liegen nun überarbeitet in der **14. Auflage** vor. Neue, erfahrene Autoren haben die vielfach anerkannte Qualität um wichtige neue Elemente erweitert.

„Hotel & Gast“ enthält alle Inhalte, die heute für die professionelle und moderne Ausbildung im Beruf „Hotelfachmann/Hotelfachfrau“ wichtig sind.

Das Lehrbuch für den handlungsorientierten und lernfeldorientierten Unterricht unterstützt Auszubildende beim selbstständigen Lernen. Sie finden Gesuchtes schnell und können Zusammenhänge herstellen. Die Grundlagen hierfür bildet die umfassende Darstellung der Lerninhalte. **Didaktisch und methodisch fundiert** fördert sie die **Entwicklung von Lernkompetenz** und ermöglicht eine *nachhaltige Festigung des Lernstoffs*.

Was ist neu an „Hotel & Gast“?

Der Berufseinstieg ist pädagogisch modernisiert, die Lernfelder des 1. Lehrjahres sind komplett neu bearbeitet:

- Neues Konzept, neue Gliederung
- Neueste, aktuelle Themen, Trends, Geräte

Der zweite Teil des Buches wurde aktualisiert, Bewährtes wurde beibehalten. Der digitale Schwerpunkt des Medienpakets wurde ausgebaut:

- Wissen im Internet: Hintergrundinfos bei www.hotel-und-gast.de; Zusatzmaterial (Digital+) über www.hotel-und-gast.de/digitalplus
- Alle Bilder und Tabellen des Buches sind für die Übernahme in eigenes Material jetzt digital zugänglich – **online und offline nutzbar** (siehe Umschlag-Innenseite)
- **Das digitale Buch: Hotel & Gast in unserer EUROPATHEK**
- Die Lern-App „Prüfung Hotel“ in den Stores – mit ca. 100 kostenlosen Prüfungsaufgaben. Weitere bis zu 1000 sind zusätzlich erhältlich.



Unsere Buchreihe für den gastgewerblichen Unterricht hat identische Inhalte für lehrplankonforme, gemeinsame Beschulung in gemischten Klassen:

Die Seiten für das 1. und 2. Lehrjahr sind in **Fachkraft & Gast**, **Hotel & Gast** und **Restaurant & Gast** gleich. Auch **Der junge Koch/Die junge Köchin** hat für das 1. Lehrjahr die gleichen Inhalte.

Ihr Feedback ist uns wichtig!

Wenn Sie mithelfen möchten, dieses Buch für die kommenden Auflagen noch weiter zu optimieren, schreiben Sie uns unter lektorat@europa-lehrmittel.de.

Wir freuen uns auf Anregungen und Unterstützung durch Kritik und wünschen **viel Erfolg mit „Hotel & Gast“**.

Sommer 2020

Autoren und Verlag



Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
Inhaltsverzeichnis	5

EINFÜHRUNG

EINFÜHRUNG IN DIE BERUFE 13

1 Gast und Gastgewerbe – früher und heute	13
2 Ausbildung in Schule und Betrieb	15
2.1 Anforderungen des Gastgewerbes	15
2.2 Duale Ausbildung	15
2.3 Rechtlicher Rahmen der Ausbildung	15
2.4 Ablauf der Ausbildung	16
2.5 Ausbildungsberufe des Gastgewerbes: Übersicht	17
2.6 Netzwerke des Gastgewerbes	18
2.7 Wettbewerbe des Gastgewerbe	19
2.8 Auszeichnungen im Gastgewerbe	20
3 Personal im Gastgewerbe	21
4 Organisationsformen im Gastgewerbe	22
4.1 Küchenorganisation	22
4.2 Küchentypen	23
4.3 À-la-Carte-Geschäft	25
4.4 Gemeinschaftsverpflegung	28
4.5 Bankett	28
4.6 Catering	29
4.7 Systemgastronomie	30
4.8 Eventgastronomie	31
4.9 Gastronomische Angebote an Speisen	32

VERBRAUCHER UND UMWELT SCHÜTZEN 35

1 Verbraucherschutz	35
1.1 Qualität von Lebensmitteln	36
1.2 Kennzeichnung von Lebensmitteln	36
2 Umweltschutz	45

DIE GESUNDHEIT SCHÜTZEN 50

1 Verderb von Lebensmitteln	50
2 Mikroben	50
2.1 Vorkommen und Übertragung	51

2.2 Arten von Mikroben und deren Vermehrung	52
2.3 Lebensbedingungen der Mikroben	53
2.4 Auswirkungen der Mikroben und Enzyme	56

3 Lebensmittelinfektionen – Lebensmittelvergiftungen **57** |

3.1 Salmonellen	58
3.2 Campylobacter	59
3.3 Colibakterien	60
3.4 Listerien	60
3.5 Eitererreger (Staphylokokken)	61
3.6 Fäulniserreger	61
3.7 Sporenbildende Bakterien	62

4 Schädlinge **63** |

5 Verbraucherschutz **64** |

5.1 Grundlagen des Verbraucherschutzes	64
5.2 Lebensmittelhygiene in der Praxis	66
5.3 Lebensmittelüberwachung	73
5.4 Aktuelles aus dem Lebensmittelrecht	74

6 Haltbarmachungsverfahren **75** |

6.1 Lebensmittelverderb	76
6.2 Werterhaltung	76

ERNÄHRUNG FÜR EINE GESUNDE LEBENSWEISE 81

1 Einführung **81** |

1.1 Grundsätze vollwertiger Ernährung	81
1.2 Lebensmittel-Inhaltsstoffe und ihre Wirkung	84

2 Kohlenhydrate **85** |

2.1 Ernährungsproblematik	85
2.2 Entstehung der Kohlenhydrate	86
2.3 Einteilung der Kohlenhydrate	86
2.4 Süßungsmittel	91

3 Lipide (Fette) **92** |

3.1 Gesundheitswert von Fetten	93
3.2 Verdauung von Fetten	94
3.3 Fette in der Küchenpraxis	94
3.4 Weiteres Wissen zu Fetten	100

4 Eiweiß/Proteine **101** |

4.1 Funktionen der Eiweiße/Proteine	101
---	-----

4.2	Ernährungshinweise	102
4.3	Aufbau von Eiweißen/Proteinen	102
4.4	Eiweißstoffe und deren küchentechnische Eigenschaften	104
4.5	Weiteres Wissen zu Eiweißen/Proteinen	107
5	Vitamine und Mineralstoffe	108
5.1	Ernährungsproblematik	108
5.2	Vitamine	109
5.3	Mineralstoffe	111
6	Begleitstoffe/Bioaktive Substanzen	112
6.1	Ballaststoffe	112
6.2	Sekundäre Pflanzenstoffe	113
7	Verdauung und Stoffwechsel im Organismus	114
8	Wasser	118
8.1	Wasserbilanz	118
8.2	Wasser als Arbeitsmittel	119
9	Energieaufnahme	120
9.1	Energiebedarf	120
9.2	Körpergewicht	122
9.3	Verteilung der täglichen Nahrungsaufnahme	123
10	Kostformen	123
10.1	Krankheiten und Ernährungstherapien	124
10.2	Lebensmittelunverträglichkeiten/Allergien	127
11	Alternative Ernährungsformen	130
11.1	Vegetarische Ernährung	130
11.2	Vegane Ernährung	132

KÜCHE

SICHERES UND GESUNDES ARBEITEN	136	
1	Arbeitssicherheit	136
1.1	Sicherheitskennzeichnung	137
1.2	Arbeitskleidung	137
2	Erste Hilfe	138
2.1	Grundlagen der Ersten Hilfe	138
2.2	Schnitt- und Stichwunden	139
2.3	Verbrennungen	140
2.4	Sturzverletzungen	142
2.5	Geräte und Maschinen	143
2.6	Stromunfälle	144
2.7	Verätzungen und Vergiftungen	145
3	Erkrankungen	145

3.1	Hauterkrankungen	145
3.2	Rückenerkrankungen	146

KÜCHENAUSSTATTUNG 147

1	Arbeitsmittel	147
1.1	Grundausrüstung	147
1.2	Erweiterungen	148
1.3	Pflege von Messern	151
2	Kochgeschirr und Zubehör	153
3	Maschinen und Geräte	156
3.1	Kühltechnik	156
3.2	Rührtechnik	159
3.3	Zerkleinerungstechnik	160
3.4	Herd und Kochtechnik	164
3.5	Heißluftdämpfer/Kombidämpfer	168
3.6	Niedertemperatursysteme/ Sous-vide-Garen	172
3.7	Fritteuse und Filtersysteme	174
3.8	Grill	176
3.9	Multifunktionsgeräte	178
4	Speisenproduktionssysteme	180

GRUNDTECHNIKEN DER KÜCHE 182

1	Vorbereitende Arbeiten	182
1.1	Einführung	182
1.2	Waschen	183
1.3	Wässern	183
1.4	Putzen	184
1.5	Schälen/Abziehen	184
2	Bearbeiten von Lebensmitteln	185
2.1	Schneiden	185
2.2	Schnittformen	186
2.3	Weitere Bearbeitungsformen für Gemüse und Obst	189
2.4	Weitere Vorbereitungstechniken	190
3	Haltbarmachung in der Praxis	191

SPEISEN ZUBEREITEN 193

1	Speisen würzen und gestalten	193
1.1	Bewusster Genuss – Wahrnehmen mit allen Sinnen	193
1.2	Bewusstes Würzen und Gestalten	195
1.3	Kräuter	197
1.4	Gewürze	200
1.5	Süßen von Speisen – Süßungsmittel	206
1.6	Speisen bewusst eine Bitternote geben	208

1.7	Bewusstes Säuern von Speisen	208
1.8	Salzen von Speisen	209
1.9	Umami – Speisen schmackhafter machen	210
1.10	Schärfe ins Essen bringen	211
2	Garen von Lebensmitteln	212
2.1	Warum wir Lebensmittel garen	212
2.2	Was beim Garen mit den Inhaltsstoffen passiert	212
2.3	Heiße Sache – wie mittels Garverfahren Wärme auf und in die Lebensmittel gelangt	214
2.4	Garen mittels Wasser und Wärme (feuchte Garverfahren)	215
2.5	Garen mittels trockener Wärme (trockene Garverfahren)	221
2.6	Kombinierte Garverfahren	227
2.7	Zubereitungsreihen	229
3	Anrichten und Empfehlen einfacher Speisen	230

SPEISENPRODUKTION PLANEN UND BERECHNEN 233

1	Die eigene Arbeit planen	233
1.1	Informationen beschaffen	233
1.2	Ideen und Tätigkeiten strukturieren	235
1.3	Arbeit mit Rezepten	236
1.4	Arbeitsabläufe strukturieren	238
2	Die Warenanforderung	240

SERVICE

GRUNDKENNTNISSE IM SERVICE 241

1	Mitarbeiter im Service	241
1.1	Umgangsformen	241
1.2	Persönliche Hygiene	241
1.3	Arbeitsbekleidung	241
2	Einrichtung und Geräte	242
2.1	Einzeltische und Festtafeln	242
2.2	Tischwäsche	243
2.3	Bestecke	248
2.4	Gläser	253
2.5	Porzellangeschirr	255
2.6	Sonstige Tisch- und Tafelgeräte	258
2.7	Tisch- und Tafeldekoration	259

3	Restaurant	261
3.1	Überblick über die Vorbereitungsarbeiten	261
3.2	Herrichten von Servicetischen	262
3.3	Herrichten von Tischen und Tafeln	263
3.4	Gedecke	270
3.5	Grundlegende Servierrichtlinien	273
3.6	Arten des Service	273
3.7	Tellerservice	274
3.8	Plattenservice	277

GETRÄNKE UND GETRÄNKESERVICE 281

1	Alkoholfreie Getränke	281
1.1	Klassische und moderne Wässer	281
1.2	Säfte und fruchtsafthaltige Getränke	283
1.3	Erfrischungsgetränke	284
1.4	Getränkeschankanlagen	286
1.5	Alkoholfreie Mischgetränke	287
1.6	Kochen mit alkoholfreien Getränken	289
2	Aufgussgetränke	290
2.1	Kaffee	290
2.2	Kaffeespezialitäten	294
2.3	Tee	296
2.4	Kakao und Schokolade	299
3	Bier	301
3.1	Bierherstellung	301
3.2	Biergattungen, Bierarten, Biersorten	302
3.3	Ausschenken von Bier	304
3.4	Küchenpraxis Bier	305
4	Wein	306
4.1	Rebsorten	307
4.2	Weinbereitung	309
4.3	Güteklassen für Wein	310
4.4	Weine europäischer Länder	313
4.5	Likörweine (Süd- und Dessertweine)	316
4.6	Küchenpraxis Wein	318
5	Schaumwein	318
5.1	Herstellung	319
5.2	Geschmacksrichtungen	320
5.3	Gesetzliche Bestimmungen	320
5.4	Schaumweine anderer Länder	321
5.5	Verwendung von Schaumwein	321
6	Weinhaltige Getränke	322
7	Spirituosen	322
7.1	Brände	324
7.2	Weitere geschmacksneutrale Spirituosen	327

7.3 Aromatisierte Spirituosen 327
 7.4 Liköre 328
 7.5 Apéritifs und Digestifs 329

FRÜHSTÜCK UND FRÜHSTÜCKSSERVICE 330

1 Frühstück 330
 1.1 Bestandteile des Frühstücks 330
 1.2 Arten des Frühstücks 331
 2 Frühstücksservice 334
 2.1 Etagenservice 335
 2.2 Service beim Frühstück 335

MAGAZIN

MAGAZIN 339

1 Lagerbedingungen und Lagerarten 340
 1.1 Lagerbedingungen 340
 1.2 Lagerarten 342
 1.3 Hygiene im Magazin 345
 2 Warenbeschaffung 348
 2.1 Bedarfsermittlung – Bestellmenge 348
 2.2 Waren bestellen 349
 3 Warenannahme 352
 3.1 Warenannahme in der Praxis 352
 3.2 Lagermethoden 355
 4 Warenausgabe 356
 5 Magazinkontrollen und Bewertungen 357
 6 Büro-Organisation/EDV 358
 6.1 Software und Hardware 358
 6.2 Datensicherung 360
 Projekt: Zwischenprüfung 361

BERATUNG UND VERKAUF

VERKAUFSABLÄUFE IM RESTAURANT 363

1 Kaufmotive 363
 2 Qualität im Service 364
 3 Umgang mit Gästen 365
 3.1 Gästetypologie 365
 3.2 Service bei speziellen Gästegruppen 367
 4 Verkauf im Restaurant 368

4.1 Empfehlung und Aufnahme der Bestellung 368
 4.2 Verkaufsgespräche und -techniken 369
 4.3 Tischreservierungen 371
 4.4 Veranstaltungsabsprachen 372
 4.5 Gästeberatung 373
 4.6 Zusatzverkäufe 375
 4.7 Rechnungspräsentation und Verabschiedung 376
 5 Reklamationen 377
 6 Rechtsvorschriften 378
 Aufgaben 381
 Projekt: Aktionswoche „Spargel und Wein“ 382
 7 Abrechnen mit Gast und Betrieb 383
 7.1 Boniersysteme 383
 7.2 Abrechnung mit dem Gast 386
 7.3 Abrechnung mit dem Betrieb 388
 Aufgaben 389

EMPFEHLUNG UND VERKAUF VON SPEISEN .. 390

1 Vorspeisen 390
 1.1 Kalte Vorspeisen 390
 1.2 Arten von kalten Vorspeisen 391
 Aufgaben 395
 2 Suppen 396
 2.1 Klare Suppen 396
 2.2 Gebundene Suppen 397
 2.3 Kalte Suppen 398
 2.4 Regionalsuppen 398
 2.5 Nationalsuppen 399
 Fachbegriffe 401
 Aufgaben 401
 3 Zwischengerichte 402
 4 Saucen 403
 4.1 Grundsaucen 403
 4.2 Braune Grundsauce 403
 4.3 Wildgrundsauce und Ableitungen 404
 4.4 Eigenständige warme Saucen 404
 4.5 Weiße Grundsaucen 404
 4.6 Aufgeschlagene und gerührte Saucen 405
 4.7 Eigenständige kalte Saucen 406
 4.8 Beurteilungsmerkmale und Anrichten von Saucen 406
 4.9 Buttermischungen 407
 Aufgaben 407

5	Hauptgerichte aus Fisch, Krebs- und Weichtieren	408	14	Spezielle Gerichte	479
5.1	Süß- und Salzwasserfische	408	14.1	Amuse-Bouche/Amuse-Gueule	479
	Fachbegriffe	414	14.2	Fingerfood	481
5.2	Kaviar	415	14.3	Vegetarische Gerichte	482
	Aufgaben	415		Aufgaben	483
5.3	Krebstiere	416	MENÜ UND SPEISEKARTE 484		
5.4	Weichtiere	416	1	Menü und Menükarte	484
	Aufgaben	417	1.1	Geschichte der Speisenfolge	484
	Projekt: Meeresfrüchte-Festival	418	1.2	Zusammenstellen von Menüs	486
6	Hauptgerichte aus Fleisch	419	1.3	Getränke zum Essen	493
6.1	Schlachtfleisch	419	1.4	Menüangebot, Menükarte	495
6.2	Kalb	420		Aufgaben	499
6.3	Rind	423	2	Speisekarten	501
	Aufgaben	426	2.1	Arten der Speisekarten	501
6.4	Schwein	427	2.2	Erstellen der Speisekarten	507
6.5	Lamm	429		Aufgaben	510
6.6	Hackfleisch	431	2.3	Besonderheiten in der Systemgastronomie	511
6.7	Innereien	432			
6.8	Fleisch- und Wurstwaren	433			
	Aufgaben	433	MARKETING		
7	Hauptgerichte aus Geflügel und Wildgeflügel	434	MARKETING IM GASTGEWERBE 512		
7.1	Hausgeflügel	434	1	Besonderheiten im Gastgewerbe	512
7.2	Wildgeflügel	436	2	Angebot und Nachfrage – der Markt	514
	Aufgaben	437	3	Unternehmensleitung	515
8	Hauptgerichte vom Wild	438	3.1	Unternehmensleitbild	516
	Aufgaben	439	3.2	Unternehmensidentität	517
9	Spezielle Hauptgerichte: Systemgastronomie	440	4	Marketingkonzept	519
10	Beilagen	443	4.1	Marktforschung/Marktanalyse	519
10.1	Beilagen aus Gemüse	443	4.2	Marketingziele	519
	Aufgaben	448	4.3	Marketingstrategie	519
	Projekt: Aktionswoche Spargel	449	4.4	Marketingplan	521
10.2	Hauptbeilagen (aus stärkehaltigen Produkten)	450	4.5	Marketing-Instrumente	521
10.3	Salate als Beilagen	460	4.6	Marketing-Mix	522
11	Obst	461	4.7	Kontrolle des Marketingerfolgs	522
	Aufgaben	465		Aufgaben	523
12	Käse	466	5	Kommunikation mit dem Markt – Kommunikationsinstrumente	524
	Aufgaben	470	5.1	Verkaufsförderung	524
13	Nachspeisen	471		Aufgaben	526
13.1	Warme Süßspeisen	472	5.2	Öffentlichkeitsarbeit	527
13.2	Kalte Süßspeisen	474	5.3	Werbung	528
	Aufgaben	478	6	Rechtsvorschriften	530
				Aufgaben	531

WIRTSCHAFTSDIENST

WIRTSCHAFTSDIENST – HAUSDAMENABTEILUNG 532

1	Materialkunde – Grundlagen	533
1.1	Werkstoffe/Gebrauchsgegenstände – Pflege	533
	Aufgaben	538
1.2	Natur- und Chemiefasern	539
	Aufgaben	543
1.3	Reinigungs- und Pflegemittel	544
1.4	Reinigung von Wänden	545
1.5	Reinigung von Böden	545
1.6	Reinigung von Teppichen und Teppichböden	546
1.7	Wäschepflege	548
	Aufgaben	552
1.8	Gästebetten	553
	Aufgaben	559
2	Arbeitsabläufe	560
2.1	Arbeitsvorbereitung	560
2.2	Herrichten eines Gästezimmers bei Abreise	561
2.3	Herrichten eines Gästezimmers bei Bleibe	564
2.4	Kontrolle eines Gästezimmers	565
2.5	Sonstige Arbeiten auf der Etage	565
	Aufgaben	569
3	Umweltschutz in der Hausdamenabteilung	569
4	Arbeitssicherheit	573
5	Rechtsvorschriften	574
	Aufgaben	575
	Projekt: Generalreinigung von Gästezimmern ...	576

WARENWIRTSCHAFT

WARENWIRTSCHAFT 577

1	Wareneinkauf	577
2	Warenannahme	583
3	Warenlagerung	583
4	Warenausgabe und Bestandskontrolle	586

5	Wareneinsatzkontrolle	588
6	Warenwirtschaftssysteme	589
	Aufgaben	590
6.1	Aufbau/Elemente eines Warenwirtschaftssystems	590
6.2	Planung, Steuerung und Kontrolle mithilfe von Warenwirtschaftssystemen	594
	Aufgaben	595
	Projekt: Monatsinventur an der Hotelbar	596

BETRIEBSORGANISATION

GASTGEWERBLICHE BETRIEBSORGANISATION 597

1	Grundbegriffe der Organisation	597
2	Organisation im Gastgewerbe	601
	Aufgaben	605

EMPFANGSBEREICH

ARBEITEN IM EMPFANGSBEREICH 606

1	Hotelempfang	606
2	Informations-, Kommunikations- und Organisationsmittel	609
3	Reservierungen	614
3.1	Reservierungsarten	614
3.2	Vermietungsplan und Reservierungs-Systeme	616
4	Check-in – Anreise	622
5	Gästekbetreuung	624
5.1	Service und Dienstleistungen	624
5.2	Fremdenverkehrsangebote der Umgebung	627
5.3	Reklamationsbehandlung	628
6	Check-out – Abreise	629
7	Abrechnungsvorgänge	629
8	Fremdsprachliche Fachbegriffe am Empfang	632
9	Rechtsvorschriften	639
	Aufgaben	640
	Projekt: Anreise und Aufenthalt einer Reisegruppe	641

VERKAUF

ARBEITEN IM VERKAUF	642
1 Aufgaben der Verkaufsabteilung.....	642
2 Verkaufsgespräche und Verkaufstechniken.....	643
3 Schriftverkehr.....	647
3.1 Anfragen bearbeiten.....	654
3.2 Angebote erstellen.....	654
3.3 Aufträge bestätigen.....	660
4 Sonderveranstaltung.....	661
4.1 Der Gast im Mittelpunkt.....	661
4.2 Aktionen.....	661
4.3 Planung und Durchführung.....	661
4.4 Veranstaltungsanalyse.....	667
4.5 Weitere Aktionen.....	668
4.6 Blumendekorationen.....	669
5 Fremdsprachliche Fachbegriffe im Verkauf.....	671
6 Rechtsvorschriften.....	672
Aufgaben.....	674
Projekt: Planen einer Sonderveranstaltung, Anbieten von Festmenüs.....	675

MARKETINGBEREICH

ARBEITEN IM MARKETINGBEREICH	678
1 Rahmenbedingungen.....	678
2 Stärken-/Schwächenanalyse eines Unternehmens.....	682
3 Marketing-Strategie.....	685
4 Marketing-Maßnahmen.....	687
5 Yield Management.....	691
6 Budgetierung.....	692
7 Hotelklassifizierung.....	693
8 Fremdsprachliche Fachbegriffe aus dem Marketing-Bereich.....	695
9 Rechtsvorschriften.....	696
Aufgaben.....	696
Projekt: Planen einer verkaufsfördernden Maßnahme und Entwickeln einer Marketing-Strategie.....	697


FÜHRUNGSAUFGABEN

FÜHRUNGSAUFGABEN IM WIRTSCHAFTSDIENST	698
1 Planung des Mitarbeiter-Einsatzes.....	698
1.1 Organisationsmittel.....	698
1.2 Stellenbeschreibung und Einsatzbereiche.....	698
1.3 Dienstplan.....	701
2 Berechnungen im Hausdamenbereich.....	703
3 Innerbetriebliche Kommunikation.....	703
4 Maßnahmen der Mitarbeiter-Führung.....	704
4.1 Motivation.....	705
4.2 Führungsstil.....	707
4.3 Training.....	708
5 Rechtsvorschriften.....	709
Aufgaben.....	714
Projekt: Planung und Herstellung von Organisationsmitteln.....	715
SACHWORTVERZEICHNIS	716
BILDQUELLENVERZEICHNIS	732



1 Gast und Gastgewerbe – früher und heute

 guest and hotel and restaurant industry past and today

 l'hôte (m) et secteur (m) de l'hôtellerie et de la restauration ancien et des nos jours



Vor vielen hundert Jahren spielte sich das Leben der meisten Menschen am Wohnort ab. Dort lebte man, schlief, aß und trank. Mit zunehmendem Handel waren die Menschen immer mehr unterwegs – sie verließen die sichere und vertraute Umgebung ihres Heims. In der Fremde waren Menschen darauf angewiesen, dass andere ihnen ein Obdach, Essen und Trinken anboten. So entwickelte sich schrittweise das Prinzip der **Gastfreundschaft**. Wer anderen half, konnte auch selbst in der Fremde Hilfe in Anspruch nehmen. Ab dem Mittelalter waren immer mehr Menschen auf Reisen. Private Unterkünfte reichten nicht mehr aus, um das Bedürfnis nach einem Dach über dem Kopf, nach Essen und Trinken zu decken. Erste gewerbliche Herbergen und Gasthäuser entstanden. Im selben Maße, wie sich die Bedürfnisse der Menschen veränderten, entwickelten sich auch gastgewerbliche Betriebe weiter.

Das Gastgewerbe gehört zum **Dienstleistungssektor** der Wirtschaft. Als Mitarbeiter sind wir Gastgeber, die den Gästen dienen. Um zu verstehen, was die Gäste wünschen, müssen wir ihre **Bedürfnisse** kennen und verstehen. Den elementaren Bedürfnissen Essen, Trinken und Schlafen entsprechen die Angebote **Bewirtung** und **Beherbergung** mit Betriebsarten wie **Restaurant** und **Hotel**. Wünsche der Gäste sind aber auch Entspannung und Ruhe, Freude und Vergnügen, Abwechslung und Kultur. So werden bis heute vielfältige gastronomische Angebote entwickelt.

Im Wandel der Zeit

Die Leistungen des Gastgewerbes stehen heute mehr denn je in der Öffentlichkeit. Fotos angerichteter Teller werden ebenso schnell in sozialen Medien verbreitet wie die positive oder negative Kritik.

Viele Deutsche haben ein steigendes Interesse an hochwertigen Lebensmitteln und genussvollem, ethisch vertretbarem Essen. Foodtrucks, Food-Blogs, die zunehmende Bedeutung vegetarischer Ernährung und vielfältige Kochevents sind Ausdruck davon. Gleichzeitig steigt die Zahl der Menschen, bei denen der heimische Herd kalt bleibt. Gastronomie-Betriebe müssen sich mit ihren Angeboten immer wieder den wechselnden Bedürfnissen der Gäste anpassen.

Kochmuffel und Foodies

Anteil der Ernährungstypen in Deutschland in Prozent

Ernährungsfunktionalisten

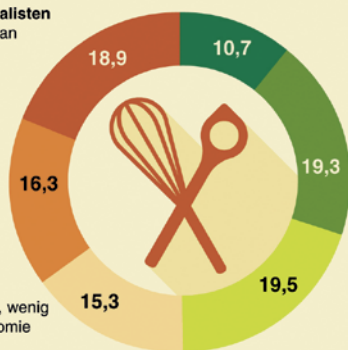
haben kein Interesse an Ernährung und Lebensmitteln; Motto „Hauptsache satt“

Kochmuffel

verstehen wenig vom Kochen, geringer Anspruch an Qualität

Gewohnheitsköche

kochen viel zu Hause, wenig Interesse an Gastronomie und Food-Events



Foodies

Leidenschaft fürs Kochen, Teilnahme an kulinarischen Events, großes Interesse an Ernährung und Genuss, hoher Qualitätsanspruch

Light Foodies

etwas weniger interessiert an kulinarischen Events und Neuem als Foodies

Ernährungsinteressierte

Interesse an gutem Essen, etwas höherer Qualitätsanspruch

repräsentative Befragung von 503 Personen ab 18 Jahren im September 2015 in Deutschland
Quelle: Georg-August-Universität Göttingen (Sept. 2016)

© Globus 11637

Ernährungstypen in Deutschland



„Sage mir, was du isst, und ich sage dir, wer du bist.“
Jean Anthelme Brillat-Savarin

Bewirtungsbetriebe

Das klassische Bild eines Bewirtungsbetriebes ist das **Restaurant**. Vom einfachen Lokal bis hin zur gehobenen Gastronomie bieten Restaurants eine größere Auswahl von Speisen und Getränken in ansprechendem Ambiente an. Doch nur noch jeder 20. geht in Deutschland in ein Restaurant. Einfachen Ansprüchen an Speisen und Getränke werden traditionell **Gasthäuser** auf dem Land gerecht. **Cafés** und **Bistros** bieten in Städten einen Treffpunkt für Menschen und meist eine kleine aber ansprechende Auswahl an Speisen und Getränken. Menschen sind heute zunehmend unterwegs und haben den Wunsch, nur eine Kleinigkeit zu essen oder Essen und Getränke zum Mitnehmen, also „to go“, angeboten zu bekommen. Diese Bedürfnisse erfüllen z. B. **Imbisse** und **Bäckereien** mit einem kleinen Angebot. Zu Hause angekommen, bleibt für immer mehr Menschen die Küche kalt („Cocooning“) – das Essen kommt durch den **Bringdienst** u. a. **Cateringbetriebe** ins Haus.



Beherbergungsbetriebe

Ein „Dach über dem Kopf“ reicht Reisenden schon lange nicht mehr aus – die Anforderungen der Menschen gehen auch bei der Übernachtung weit auseinander.

Das klassische **Hotel** ist ein Beherbergungsbetrieb, der über eine größere Bettenzahl, eine anspruchsvolle Ausstattung der Zimmer und der sonstigen Räumlichkeiten verfügt. Hotels sind auf die Bewirtung der Hausgäste eingestellt und besitzen ein Restaurant, in dem auch Außer-Haus-Gäste bedient werden. Dem Wunsch nach Erholung kommen Wellness-Hotels nach. Gäste, die sich aktive Entspannung wünschen, sind meist in einem Sporthotel gut aufgehoben. Je nach Anspruch der Gäste unterscheiden sich Hotelbetriebe – vom eher einfachen Bed-and-Breakfast-Hotel bis zum Grand-Hotel.

- **Hotel garni** ist die Bezeichnung für ein Hotel, das zur Bewirtung lediglich Frühstück und evtl. kalte Speisen anbietet.
- **Pensionen** bewirten nur Hausgäste, die meist für mehrere Tage oder Wochen dort zu Gast sind.
- **Gasthöfe** sind vorzugsweise in ländlichen Gebieten angesiedelt. Sie haben eine geringe Bettenzahl und sind auf bescheidene Ansprüche ausgerichtet.
- **Motels** bieten Übernachtungen mit günstiger Verkehrsanbindung (nahe Fernstraßen) an.



Neben Betrieben der Individualgastronomie und der Systemgastronomie existieren auch Mischformen.

Individualgastronomie und Systemgastronomie

Individualgastronomie: Klassische Gastronomiebetriebe werden meist vom Inhaber geführt. Dieser bestimmt das Angebot und prägt das Erscheinungsbild des Betriebes. Der Inhaber fällt Entscheidungen, trägt aber auch das unternehmerische Risiko.

Systemgastronomie (→ S. 30): Restaurant- oder Hotelketten werden dabei von einer Zentrale geführt. Hier wird ein Konzept ausgearbeitet, das auf alle Betriebe des Konzerns übertragen wird. So haben alle Betriebe ein einheitliches Aussehen und ein nahezu identisches Speisen- und Getränkeangebot. Rezepturen, Berufskleidung u. a. werden einheitlich vorgegeben. Betriebe der Systemgastronomie werden häufig als Franchising-Betriebe geführt. Der Franchisenehmer hat dabei weniger Entscheidungsfreiheit, trägt aber auch ein geringeres Risiko.

2 Ausbildung in Schule und Betrieb

🇬🇧 apprenticeship in school and business

🇫🇷 formation (w) en l'école et en l'entreprise

2.1 Anforderungen des Gastgewerbes

🇬🇧 requirements of hotel and restaurant industry

🇫🇷 demandes (w) de secteur de l'hôtellerie et de la restauration

Koch ist noch immer ein „Beruf mit Geschmack“. Gleichzeitig ändert sich das Berufsbild des Koches stetig. Vor der Aufnahme einer Berufsausbildung sollte sich jeder informieren, welche Anforderungen der Beruf an ihn stellt. Diese Anforderungen sollten mit den eigenen Stärken und Schwächen offen verglichen werden. Die **Berufsausbildung** im Gastgewerbe bietet die Chance, sich vielfältig weiterzuentwickeln.

Die Betriebe des Gastgewerbes sind verschieden – die Bedingungen in den Ausbildungsbetrieben entsprechend auch. Um eine einheitliche Ausbildung zu gewährleisten, ist die Berufsausbildung rechtlich verbindlich geregelt.

2.2 Duale Ausbildung

🇬🇧 dual apprenticeship

🇫🇷 formation (w) en alternance

Nach vielen Jahren (theoretischer) Schulbildung wünschen sich viele junge Menschen, etwas Praktisches zu tun. Im Rahmen einer Berufsausbildung können sie beides verbinden. Berufsausbildung läuft in den meisten Ausbildungsberufen in Deutschland im **dualen System** ab: Sie lernen an zwei Orten – im **Ausbildungsbetrieb** und in der **Berufsschule**. Mit dem Berufsschulabschluss können sie bei entsprechenden Leistungen auch noch einen höherwertigen Schulabschluss erwerben.

2.3 Rechtlicher Rahmen der Ausbildung

🇬🇧 statutory framework of apprenticeship

🇫🇷 conditions (m) juridique de formation professionnelle

Rechtliche Grundlage für die Ausbildung im Gastgewerbe ist die **Verordnung über die Berufsausbildung im Gastgewerbe**. Darin sind die Ausbildungsberufe festgelegt und deren Ausbildungsinhalte (Berufsbilder) beschrieben.



Ausbildung

- Sie haben Geschmack und Geschick, sind kreativ?
- Sie sind ein verlässlicher und hilfsbereiter Teamplayer?
- Sie achten auf Ihren Körper, sind fit und belastbar?
- Sie sind geistig wie körperlich schnell und beweglich?

Dann werden Sie doch unser/-e neue/-r Kollege/-in!

Lebenslanges Lernen: Ihr in Schule und Betrieb erworbenes Wissen ist das Fundament für Ihre berufliche Tätigkeit. Nach Abschluss der Ausbildung haben Sie einen ersten Eindruck davon, was es heißt, als Köchin oder Koch zu arbeiten. Das eigentliche Lernen geht nun erst richtig los – und es hört ein Leben lang nicht auf: So wie sich die Arbeitswelt um Sie herum verändert, müssen auch Sie sich immer wieder neues Wissen aneignen und neue Fertigkeiten erwerben.

Zur konkreten Umsetzung des Ausbildungsrahmenplans bietet die IHK durch Publikationen Hilfestellungen an.

Für jedes Ausbildungsverhältnis ist vor Beginn der Ausbildung ein **Ausbildungsvertrag** zu schließen. In ihm sind wesentliche Inhalte für die Berufsausbildung festgehalten. Rechte und Pflichten für beide Vertragspartner sind im **Berufsbildungsgesetz (BBIG)** beschrieben.



2.4 Ablauf der Ausbildung

 process of apprenticeship  bout (m) de formation professionnelle

Ausbildungsinhalte

Wie eine Ausbildung im Gastgewerbe abläuft, ist bundesweit einheitlich geregelt. Für beide Lernorte – Ausbildungsbetrieb und Berufsschule – gibt es daher konkrete Vorgaben, was im Laufe der Ausbildung zu vermitteln ist.

Der Unterricht in der Berufsschule orientiert sich am **Rahmenlehrplan** für Ihren Beruf. Der Ausbildungsbetrieb muss Sie für die Berufsschule freistellen (Berufsschulpflicht). Grundlage für die betriebliche Ausbildung ist der **Ausbildungsrahmenplan**. Weil die Ausbildungsbedingungen von Betrieb zu Betrieb unterschiedlich sein können, ist mit Beginn der Ausbildung ein **betrieblicher Ausbildungsplan** festzulegen und

dem Auszubildenden zusammen mit dem unterschriebenen Vertrag auszuhändigen! Im Ausbildungsplan steht, welche Inhalte Ihnen Ihr Ausbilder wann und in welchem Umfang vermitteln wird. Kann ein Betrieb Teile des Ausbildungsrahmenplans nicht selbst vermitteln, so kann eine Ausbildung zeitweise in einem anderen Betrieb stattfinden, oder mehrere Betriebe schließen sich zu einem Ausbildungsverbund zusammen.

Fragen Sie am Ende der Zwischenprüfung beim Prüfungsausschuss nach, woran Sie noch intensiver arbeiten müssen.

Prüfungen

Nach dem ersten Ausbildungsjahr legen die Auszubildenden eine Zwischenprüfung ab. Gegen Ende der Ausbildungszeit steht die **Abschlussprüfung** an.

Bei der **Zwischenprüfung** geht es noch nicht um Bestehen oder Nicht-Bestehen. Hier sollen Sie Grundkenntnisse und -fertigkeiten anhand einfacher Aufgabenstellungen unter Beweis stellen. Ihr Ausbilder und Sie erhalten vom Prüfungsausschuss eine Rückmeldung, ob Ihre Leistungen (theoretisch und praktisch) dem Ausbildungsstand entsprechen.

Die **Abschlussprüfung** gliedert sich in eine theoretische und eine praktische Prüfung. In der **theoretischen Abschlussprüfung** wird Ihr Wissen in drei Bereichen abgefragt:


- Technologie
- Warenwirtschaft
- Wirtschafts- und Sozialkunde

Für die **praktische Abschlussprüfung** erhalten Sie vorab einen Warenkorb. Aus diesem ist ein mehrgängiges Menü zu planen und zuzubereiten. Außerdem sollen Sie in einem gastorientierten Gespräch Ihre Planung darlegen. Mit Bestehen des letzten Prüfungsteiles endet das Berufsausbildungsverhältnis – auch wenn im Ausbildungsvertrag ein späteres Datum eingetragen ist.

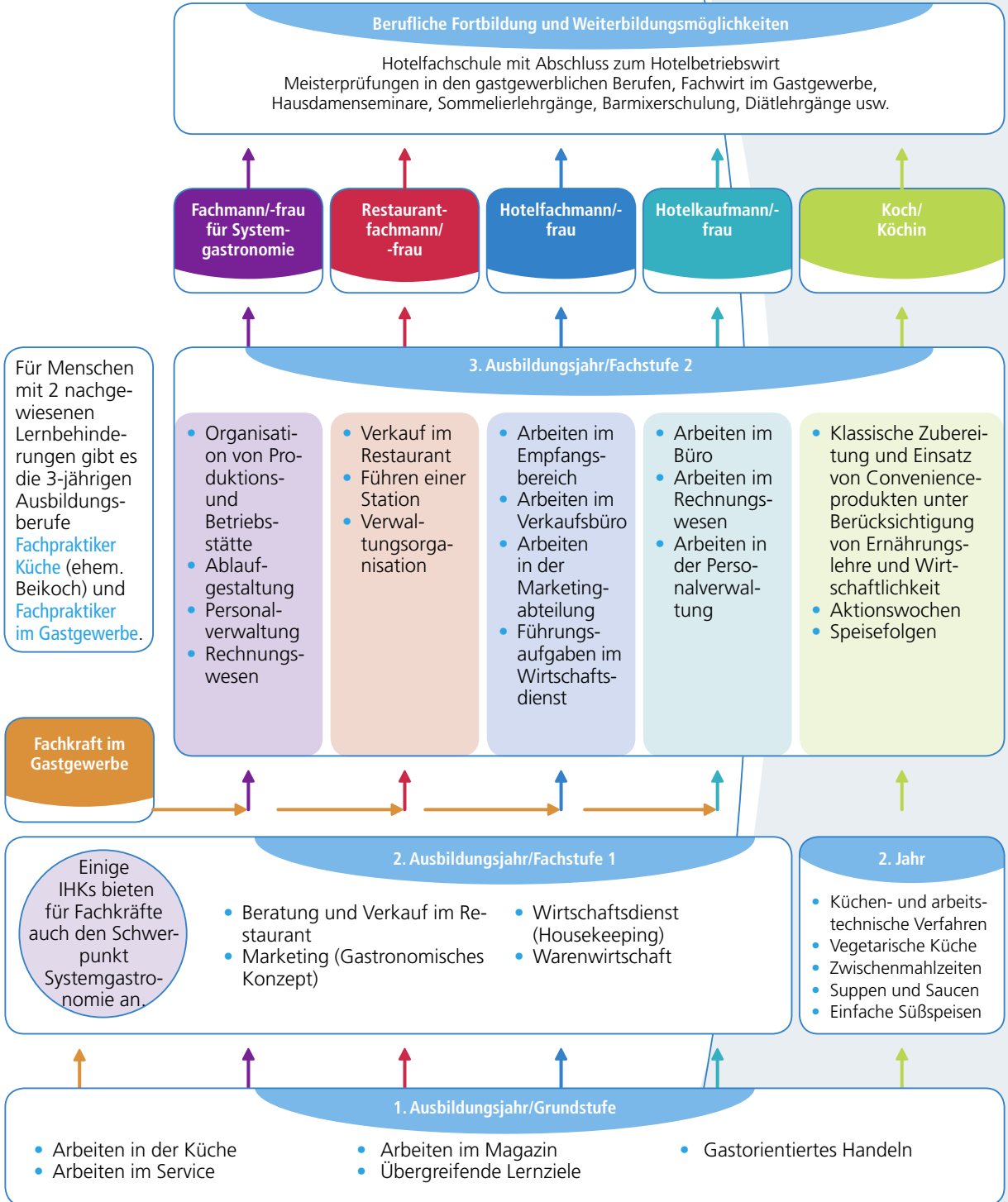
Weitere Infos auf unseren Webseiten.



2.5 Ausbildungsberufe des Gastgewerbes: Übersicht

 trade professions of the hotel and restaurant business: summary

 métiers (m) de formation professionnelle de l'industrie hôtelière: aperçu (m)



2.6 Netzwerke des Gastgewerbes

Das Gastgewerbe agiert in einem Umfeld, das sich ständig verändert. Diese Veränderungen müssen Gastronomen erfassen und wenn nötig umsetzen. Hierfür es ist wichtig, gut informiert zu sein. Mindestens ebenso wichtig ist es, die eigenen Interessen gegenüber anderen zu wahren. Das gilt für Unternehmer wie für Arbeitnehmer und auch für einzelne Berufsstände an sich. Netzwerke helfen, aktuelle und fachbezogene Informationen zu erhalten. Die Vernetzung untereinander ist heutzutage auch fast unerlässlich bei der Durchsetzung eigener Interessen. Solche Netzwerke bieten dem Gastgewerbe die verschiedenen Verbände. Das sind u. a. die Folgenden:



Verband der Köche Deutschlands e.V. (VKD)

Der Verband der Köche Deutschlands e.V. ist mit rund 9.000 Mitgliedern die größte Gemeinschaft von Köchinnen und Köchen in Deutschland. Diese Gemeinschaft ist die Basis für die fachliche Entwicklung der Mitglieder und für die Zukunft des Berufsstands. Der VKD unterstützt Köchinnen und Köche in jeder beruflichen Hinsicht. Mitglieder bauen auf das aktive Netzwerk und auf kompetente Ansprechpartner aus den eigenen Reihen – auch, wenn es um Karrierechancen geht. Auszubildende fördert der Verband durch auf sie zugeschnittene Seminare – zum Beispiel für die Prüfungsvorbereitung – und unterstützt berufliche Wettbewerbe. VKD-Landesverbände organisieren Jugendcamps, in denen Nachwuchsköche ihr Wissen erweitern können.

Deutscher Hotel- und Gaststätten-Verband (DEHOGA)

Der DEHOGA ist der **Branchenverband der Hotellerie und Gastronomie** in Deutschland. Mit 65.000 Mitgliedern ist er der Interessenvertreter des Gastgewerbes gegenüber Politik, Medien und Öffentlichkeit. Dabei bezieht der Verband unter anderem Stellung zu gesetzlichen Vorhaben und fordert sinnvolle wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen. Der DEHOGA macht sich stark für mehr Flexibilität, Bürokratieabbau und fairen Wettbewerb. Im Rahmen von Tarifverhandlungen vertritt der DEHOGA die Arbeitgeber.

Der DEHOGA veranstaltet zudem diverse Branchenevents, betreibt Marketing für das Gastgewerbe und unterstützt zahlreiche Kampagnen. Für die Fachkräftegewinnung und Zukunftssicherung sind die **Ausbildungswettbewerbe des DEHOGA** ein wichtiges Instrument der Nachwuchsförderung.

Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten (NGG)

Die **NGG** steht dem DEHOGA in Tarifverhandlungen als Vertreter der Arbeitnehmer gegenüber. Doch nicht nur hierüber versucht die NGG, die Arbeitsbedingungen u. a. im Gastgewerbe zu verbessern. Arbeitnehmer und Auszubildende können sich als Mitglieder in Rechtsfragen beraten und vertreten lassen. Als Teil des Deutschen Gewerkschaftsbundes (DGB) bietet die NGG auch die Möglichkeit, sich über das Internet zu Rechtsfragen auszutauschen, etwa über das Angebot „Dr. Azubi“.



Euro-Toques Deutschland e.V.

Die europäische Union der Köche setzt sich dafür ein, dass naturnah und handwerklich erzeugte Lebensmittel in den Küchen stärkere Verwendung finden. Auch die kulinarischen Traditionen in Deutschland und Europa sollen hierüber erhalten werden. Zudem setzen sich **Euro-Toques** für einen verantwortungsvollen Umgang mit Lebensmitteln ein. Hierfür geben Mitglieder der Euro-Toques Geschmacksurse für Kinder und bieten Fortbildungen für Köche an.



Gastronomische Akademie Deutschlands (GAD)

Die Gastronomische Akademie Deutschlands (GAD) stellt mit ihrer gemeinnützigen Arbeit seit 60 Jahren die Verbindung zwischen Praxis und Wissenschaft zu Kochkunst, Tafelkultur und Gastlichkeit her und verbindet klassische Tradition mit aktuellen Themen. Fortbildungen, Bewertungen von Koch- und Fachbüchern sowie Empfehlungen zu Menü- und Servierregeln bieten für die Arbeit in Küche, Restaurant und Hotel fachlich versierte Grundlagen.



Soziale Netzwerke

Soziale Netzwerke bieten die Chance, sich über Verbandsgrenzen hinaus auszutauschen. Betriebe und Gäste nutzen diese Gelegenheit, um sich über Betriebe und deren Angebot zu informieren – diese aber auch zu bewerten. Mitarbeitern bietet sich die Chance, abseits von Stellenanzeigen und Firmenseiten Informationen über potenzielle Arbeitgeber einzuholen. Gäste nutzen soziale Medien, um ihre Erfahrungen rund um die Dienstleistungen des Gastgewerbes mit anderen zu teilen. Bei alledem gilt: Das Internet ist kein rechtsfreier Raum – die ‚Netiquette‘ ist einzuhalten.



Netiquette: Empfehlungen, wie man sich im Internet und bei digitaler Kommunikation (z. B. E-Mails) angemessen und respektvoll benimmt.

2.7 Wettbewerbe des Gastgewerbes

Das Gastgewerbe ist in stetigem Wandel begriffen. Zum einen verändern sich die Wünsche der Gäste beständig. Zum anderen entstehen Trends im Gastgewerbe durch innovatives Arbeiten in den Küchen. Wettbewerbe des Gastgewerbes sind ein wichtiger Motor der Innovation.

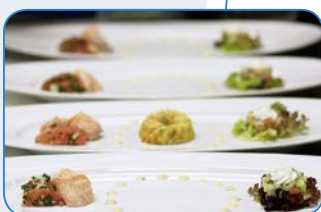
Jugendmeisterschaften

Der DEHOGA organisiert in Kooperation mit VKD und VSR die **Deutschen Jugendmeisterschaften**. Diese beginnen mit regionalen Wettbewerben in Theorie und Praxis, in denen Auszubildende unter 25 Jahren ihr Können unter Beweis stellen können. Angehende Köche, Restaurant- und Hotelfachleute sowie Systemgastronomen treten dabei nicht nur einzeln, sondern auch als Team an. Die Sieger der Bezirke ermitteln dann innerhalb des Bundeslandes die Besten. Diese Landesmeister dürfen dann bei den Deutschen Meisterschaften um den Titel Deutscher Jugendmeister kämpfen – ein Sprungbrett zur Aufnahme in die Jugend-Nationalmannschaft.

Rudolf-Achenbach-Preis

Die Achenbach Delikatessen Manufaktur und der VKD organisieren alljährlich den Wettbewerb um den **Achenbach-Preis**. Ähnlich wie bei der Deutschen Jugendmeisterschaft werden die Teilnehmer auf Bezirks-, Landes- und letztlich auf Bundesebene ermittelt. Die Teilnehmer sind hierbei





Bib Gourmand



www.michelin.de



ebenfalls Auszubildende unter 25 aus den regionalen Zweigvereinen des VKD. Der Bundessieger darf sich dann beste/-r Nachwuchskoch/-köchin Deutschlands nennen. Außerdem gibt es Sach- und Geldpreise.

Weitere regionale und überregionale Wettbewerbe

Zahlreiche Wettbewerbe auf regionaler Ebene und darüber hinaus haben ebenfalls zum Ziel, den Köche-Nachwuchs in einer Region zu fördern und das Berufsbild des Kochs in der Öffentlichkeit positiv darzustellen. Diese Wettbewerbe werden oft in Kooperation zwischen Ausbildungsbetrieben, Berufsschulen und lokalen Sponsoren ausgetragen. Beispiele für regionale



Wettbewerbe sind „Regionalgericht Sachsen-Anhalt“ oder der „Lösnitz Pokal Dresden“.

Weitere überregionale Wettbewerbe sind z. B. „Junge Wilde“ oder die Matjesmeisterschaft um die „Friesenkrone“.

2.8 Auszeichnungen im Gastgewerbe

Besondere Leistungen des Gastgewerbes werden auch abseits der Wettbewerbe ausgezeichnet. Diese Prämierungen bieten Gästen eine gute Orientierung für qualitativ hochwertige Gastronomieleistungen. Grundlage der Prämierungen sind die Ergebnisse von Restauranttestern, die für einen Restaurantführer arbeiten. Da sich über Geschmack bekanntlich streiten lässt, werden durch Restaurantführer u. a. auch bewertet:

- Frische und gleichbleibende Qualität der Speisen,
- fachgerechte Zubereitung der Speisen,
- Kreativität der Küche und Harmonie der Gerichte.

Auch das Ambiente und der Service spielen bei der Bewertung meist eine Rolle. Im Fokus stehen aber die Leistungen der Küche, nicht die Hotel-Leistungen (s. u.):

- **Guide MICHELIN:** Der wohl bekannteste Restaurantführer vergibt einen bis drei Sterne. Mit dem „Bib Gourmand“ werden Speisen ausgezeichnet, die preiswert, aber dennoch sorgfältig zubereitet werden.
- **Gault & Millau:** Ähnlich dem französischen Schulnotensystem vergibt der Gault & Millau Punkte von 0 bis 20. Restaurants der oberen Punkte erhalten zusätzlich eine bis vier Kochmützen (Hauben).

Weitere bekannte Restaurantführer, die nach ähnlichen Systemen arbeiten, sind der Varta Restaurantführer, der Aral Schlemmeratlas und der Restaurant-Guide der Fachzeitschrift „Der Feinschmecker“.

Hotel-Klassifizierung

Die Leistungen eines Hotels – nicht die der Küche – werden seit 2010 nach europaweit einheitlichen Richtlinien mit Sternen ausgezeichnet. Auch der DEHOGA orientiert sich bei der Klassifizierung hieran. Hotels, die einfachen Ansprüchen genügen, können einen Stern erhalten. Solche, die auch höchsten Ansprüchen genügen, werden mit bis zu fünf Sternen ausgezeichnet. Die Klassifizierung erfolgt auf Antrag des Hoteliers und ist kostenpflichtig.