

Dalig ■ Schopohl ■ Warden ■ Wefers

Team Hotel

Das Lehrbuch für Hotelfachleute

2. Auflage

mit Fachenglisch



GASTGEWERBE
HOTELFACHLEUTE



Team Hotel

Das Lehrbuch für Hotelfachleute

Autorenteam:

Sascha Dalig
Michael Schopohl
Sandra Warden
Heinz-Peter Wefers

2., völlig überarbeitete Auflage

Autorenteam

Sascha Dalig: Managing Director HotelPartner Revenue Management; Sachverständiger für die Ausbildungsneuordnung; Mitwirkung im Prüfungsausschuss der IHK; Garbsen

Schopohl, Michael: Albrecht-Dürer-Schule, Berufskolleg der Stadt Düsseldorf

Warden, Sandra: Geschäftsführerin beim DEHOGA Bundesverband e. V., Berlin

Wefers, Heinz-Peter: Albrecht-Dürer-Schule, Berufskolleg der Stadt Düsseldorf

Hinweis des Autorenteam

In diesem Buch sind immer alle Geschlechter gemeint: Das gilt, wenn männliche Formen oder weibliche Formen oder umfassende Formen wie „Auszubildende“ genannt werden. Das gilt auch, wenn wegen der besseren Lesbarkeit nur eine weibliche Form oder nur eine männliche Form verwendet wird.

Danksagung

Wir danken den vielen Privatpersonen und Unternehmen, die uns Bildmaterial zur Verfügung gestellt haben und Informationen und Hinweise gegeben haben.

Ein detailliertes Bildquellenverzeichnis befindet sich auf Seite 682.

ISBN 978-3-582- 59806-6

Best.-Nr. 4999

Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Nutzung in anderen als den gesetzlich oder durch bundesweite Vereinbarungen zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages. Die automatisierte Analyse des Werkes, um daraus Informationen insbesondere über Muster, Trends und Korrelationen gemäß § 44b UrhG („Text und Data Mining“) zu gewinnen, ist untersagt.

Die Verweise auf Internetadressen und -dateien beziehen sich auf deren Zustand und Inhalt zum Zeitpunkt der Drucklegung des Werks. Der Verlag übernimmt keinerlei Gewähr und Haftung für deren Aktualität oder Inhalt noch für den Inhalt von mit ihnen verlinkten weiteren Internetseiten.

Verlag Handwerk und Technik GmbH,

Lademannbogen 135, 22339 Hamburg; Postfach 63 05 00, 22331 Hamburg – 2024

E-Mail: info@handwerk-technik.de – Internet: www.handwerk-technik.de

Satz und Layout: CMS – Cross Media Solutions GmbH, Würzburg

Umschlagmotive: (Dimensions)/iStockphoto.com

Druck: Himmer GmbH Druckerei & Verlag, 86167 Augsburg

Willkommen im Hotel!

Liebe Auszubildende,

Sie möchten dort arbeiten, wo andere Urlaub machen?
Sie möchten einen der abwechslungsreichsten und spannendsten Berufe ausüben?
Dann sind Sie hier genau richtig!

In Ihrer Ausbildung lernen Sie nicht nur Fachwissen für die Praxis, sondern auch persönliche Fähigkeiten, die Sie in vielen Bereichen Ihres Lebens anwenden können.

Unsere Branche ist ständig in Bewegung. Insbesondere die Nachhaltigkeit und die Digitalisierung stellen uns täglich vor neue Herausforderungen. Auch die Schwerpunkte im neuen Lehrplan sind anders gesetzt worden. Empfang und Reservierung sind Ihre Kernaufgaben. Hinzu kommen Food & Beverage, Housekeeping, Personal und Marketing.

Freuen Sie sich auf eine vielfältige und bunte Arbeit:

- Sie sind Gastgeber und Teamplayer.
- Sie begegnen vielen verschiedenen und interessanten Menschen.
- Sie gestalten mit Ihren Ideen und Ihrer Leidenschaft einen perfekten Aufenthalt für Ihre Gäste.
- Sie zaubern ein Lächeln in die Gesichter Ihrer Gäste.
- Sie setzen sich mit Begeisterung für Ihre Gäste und Ihr Team ein.
- Sie reagieren in jeder Situation cool und professionell.

Dieses Buch ist der perfekte Start in Ihre Karriere. Das Autorenteam teilt sein großes Wissen und seine persönlichen Erfahrungen in der Hotellerie mit Ihnen – leicht verständlich und praxisorientiert.

Nach der Ausbildung haben Sie viele Weiterbildungsmöglichkeiten. An zahlreichen Hotelfachschulen und bei anderen Weiterbildungsanbietern steht Ihnen der Weg zu verschiedenen spannenden Zielen offen.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen eine fantastische Reise: Viel Erfolg bei Ihrer Ausbildung und einen guten Start in Ihr Berufsleben mit einem Koffer voller Wissen!

Ihre

Sigrid Köntopp
Senior Director Operations – H World International (HWI)



Sigrid Köntopp



Inhaltsverzeichnis

Hinweis: Kapitel 1 bis 17 enthalten die Inhalte der gestreckten Abschlussprüfung 1 (GAP1).

1	Arbeiten im Gastgewerbe	9	6	Digitalisierung, Datensicherheit und Datenschutz	121
1.1	Gäste und ihre Guest Journey	10	6.1	Digitalisierung	122
1.2	Team	15	6.2	Datensicherheit	129
1.3	Unternehmen und Betriebe	17	6.3	Datenschutz	131
1.4	Berufliche Ausbildung	24	6.4	Aufgaben	136
1.5	Zusatzqualifikation, Aufstiegschancen, Fortbildung und Weiterbildung	30	7	Betriebsorganisation und Betriebsabläufe	137
1.6	Aufgaben	32	7.1	Aufbauorganisation	140
2	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	33	7.2	Ablauforganisation	146
2.1	Versicherungsschutz	34	7.3	Organisation der Verwaltung	147
2.2	Arbeitsschutz und Maßnahmen zur Arbeitssicherheit	36	7.4	Gewerbeausübung und Gaststättenkonzession	149
2.3	Unfallursachen und Maßnahmen zur Unfallverhütung	39	7.5	Qualitäts-Management (QM)	151
2.4	Brandschutz	43	7.6	Unternehmensstrukturen	154
2.5	Erste Hilfe	46	7.7	Aufgaben	158
2.6	Ergonomie	50	8	Einsatz, Führung und Entwicklung von Mitarbeitenden	159
2.7	Erhaltung der persönlichen Gesundheit – Selbstfürsorge	51	8.1	Personalorganisation im Gastgewerbe	161
2.8	Nachhaltiger Arbeitsschutz	52	8.2	Personalbedarfsplanung und Recruiting	162
2.9	Aufgaben	54	8.3	Personaleinsatzplanung	169
3	Hygiene	55	8.4	Personalführung	175
3.1	Hygiene-Management	56	8.5	Mitarbeitergespräche	178
3.2	Rechtliche Grundlagen der Hygiene	57	8.6	Training, Qualifizierung und Personalentwicklung	182
3.3	Biologische Grundlagen der Hygiene	59	8.7	Teamarbeit und Teamentwicklung	191
3.4	Personalhygiene – persönliche Hygiene	68	8.8	Einsatz von Fremdpersonal	192
3.5	Betriebshygiene und Arbeitsplatzhygiene	70	8.9	Aufgaben	198
3.6	Produkthygiene – Lebensmittelhygiene	74	9	Arbeiten im Lager	199
3.7	Hygienekonzept – HACCP-Konzept	76	9.1	Waren beschaffen	200
3.8	Lebensmittelüberwachung	78	9.2	Warenlagerung	219
3.9	Aufgaben	80	9.3	Warenausgabe	225
4	Nachhaltigkeit	81	9.4	Lagerverwaltung	225
4.1	Nachhaltigkeit – ein bisschen Theorie	82	9.5	Aufgaben	232
4.2	Nachhaltiges Handeln	84	10	Ernährung	233
4.3	Beteiligung der Gäste an Nachhaltigkeitsmaßnahmen	95	10.1	Nahrungsinhaltsstoffe	234
4.4	Nachhaltigkeits-Management	95	10.2	Ernährungsgrundsätze	245
4.5	Zertifikate/Zertifizierungen	96	10.3	Ernährungsformen/Kostformen	247
4.6	Greenwashing	96	10.4	Lebensmittelunverträglichkeiten	250
4.7	Aufgaben	98	10.5	Alkoholkonsum und Alkoholkrankheit	252
5	Kommunikation	99	10.6	Aufgaben	254
5.1	Grundlagen der Kommunikation	100	11	Arbeiten in der Küche	255
5.2	Interkulturelle Kommunikation	105	11.1	Küchenorganisation	256
5.3	Kommunikationsstörungen	107	11.2	Küchenausstattung	259
5.4	Kommunikation mit Gästen	108	11.3	Arbeitsabläufe in der Küche	261
5.5	Management von Reklamationen und Beschwerden	113	11.4	Geschirreinigung	271
5.6	Kommunikation im Team	116	11.5	Aufgaben	274
5.7	Aufgaben	120			

12 Lebensmittel und Speisenangebot	275	17.5	Arbeitsabläufe	495
12.1 Lebensmittelrechtliche Grundlagen	276	17.6	Recht am Empfang	517
12.2 Blattsalate und Gemüse	279	17.7	Aufgaben	524
12.3 Pilze	287	18 Arbeiten in der Reservierung	525	
12.4 Hülsenfrüchte und Keimlinge	288	18.1	Arbeitsbereiche	526
12.5 Küchenkräuter, Gewürze und Würzmittel	290	18.2	Ausstattung	527
12.6 Obst	292	18.3	Recht in der Reservierung	530
12.7 Getreide	296	18.4	Arbeitsabläufe	537
12.8 Reis	301	18.5	Aufgaben	543
12.9 Kartoffeln	302	19 Organisation von Empfang und Reservierung	545	
12.10 Fette und Öle	305	19.1	Interne Strukturen	546
12.11 Eier	306	19.2	Organisation Empfang	547
12.12 Milch und Milcherzeugnisse	312	19.3	Organisation Reservierung	552
12.13 Käse	315	19.4	Organisatorische Hilfsmittel	554
12.14 Convenience-Produkte	319	19.5	Schnittstellenfunktionen	555
12.15 Mahlzeiten	321	19.6	Aufgaben	558
12.16 Speisen	324	20 Veranstaltungs-Management	559	
12.17 Aufgaben	331	20.1	Veranstaltungsmarkt	560
13 Getränke	333	20.2	Veranstaltungsformen	561
13.1 Sortimentsgestaltung	334	20.3	Veranstaltungsplanung	565
13.2 Alkoholfreie Getränke	335	20.4	Veranstaltungsdurchführung	575
13.3 Alkoholhaltige Getränke	351	20.5	Recht bei Veranstaltungen	580
13.4 Aufgaben	362	20.6	Aufgaben	583
14 Arbeiten im Service	363	21 Sales, Marketing und Revenue-Management	585	
14.1 Arbeitsbereiche	364	21.1	Sales – Verkaufsabteilung	586
14.2 Serviceteam	364	21.2	Marketing	590
14.3 Gestaltung und Ausstattung	366	21.3	Revenue-Management	621
14.4 Serviceabläufe und Serviceorganisation	383	21.4	Recht im Marketing und Revenue-Management	636
14.5 Reservierungs-Management	402	21.5	Aufgaben	645
14.6 Abrechnung und Bezahlung	404	22 Let's talk English	647	
14.7 Recht im Service	405	22.1	Let's have a closer look at ... communication problems!	648
14.8 Aufgaben	412	22.2	Let's have a closer look at ... orders, deliveries and complaints!	650
15 Food & Beverage- Management	413	22.3	Let's take a closer look at ... future food!	652
15.1 Angebotsgestaltung	414	22.4	Let's have a closer look at ... breakfast all over the world!	656
15.2 Menüs	416	22.5	Let's have a closer look at ... some national regulations of alcohol consumption!	658
15.3 Büfetts	418	22.6	Let's have a closer look at ... organizational routine in housekeeping at its best!	660
15.4 Angebotskarten	422	22.7	Let's have a closer look at ... removing stains!	662
15.5 Rechtliche Regeln bei der Gestaltung des F&B-Angebots und der Angebotskarten	428	22.8	Let's have a closer look at ... reception work!	664
15.6 Preise für Speisen und Getränke kalkulieren	437	22.9	Let's have a closer look at ... incentive activities!	666
15.7 Aufgaben	446	22.10	Let's have a closer look at ... cross-cultural etiquettes!	667
16 Housekeeping	447	22.11	Let's have a closer look at ... comparative advertising!	668
16.1 Arbeitsbereiche	448	22.12	Let's have a closer look at ... measurements!	670
16.2 Materialien	455	Sachwortverzeichnis	672	
16.3 Reinigungsmittel, Pflegemittel und Desinfektionsmittel	457	Quellenverzeichnis	679	
16.4 Reinigung von Böden, Wänden und Wäsche	461	Bildquellenverzeichnis	682	
16.5 Reinigung der Gastzimmer	469			
16.6 Management des Housekeepings	479			
16.7 Aufgaben	484			
17 Arbeiten am Empfang	485			
17.1 Hoteltypen	486			
17.2 Zielgruppen	488			
17.3 Arbeitsbereiche am Hotelempfang	490			
17.4 Ausstattung	492			

Lernfeldkompass

Zuordnung der Kapitel zu den Lernfeldern des 1. und 2. Ausbildungsjahres für Hotelfachleute und Hotelkaufleute


Nr.	Lernfeld	Stunden	Kapitel
1	Die eigene Rolle im Betrieb mitgestalten sowie Beruf und Betrieb repräsentieren	40	1 Arbeiten im Gastgewerbe 7 Betriebsorganisation und Betriebsabläufe 5 Kommunikation 2 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 3 Hygiene 4 Nachhaltigkeit 6 Digitalisierung, Datensicherheit, Datenschutz
2	Waren bestellen, annehmen, lagern und pflegen	40	9 Arbeiten im Lager 2 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 3 Hygiene 4 Nachhaltigkeit 6 Digitalisierung, Datensicherheit, Datenschutz
3	In der Küche arbeiten	120	10 Ernährung 11 Arbeiten in der Küche 12 Lebensmittel und Speisenangebot 2 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 3 Hygiene 4 Nachhaltigkeit
4	Restaurant vorbereiten und pflegen	40	14 Service 16 Housekeeping 2 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 3 Hygiene 4 Nachhaltigkeit
5	Gastbezogenen Service im Restaurant durchführen	80	14 Service 12 Lebensmittel und Speisenangebot 13 Getränke 5 Kommunikation 1 Arbeiten im Gastgewerbe 2 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 3 Hygiene 4 Nachhaltigkeit 10 Ernährung
6	Am Empfang arbeiten	80	17 Arbeiten am Empfang 2 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 5 Kommunikation 6 Digitalisierung, Datensicherheit, Datenschutz
7	Dienstleistungen und Angebote verkaufen	80	17 Arbeiten am Empfang 18 Arbeiten in der Reservierung 5 Kommunikation 6 Digitalisierung, Datensicherheit, Datenschutz
8	Im Housekeeping arbeiten	40	16 Housekeeping 2 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 3 Hygiene 4 Nachhaltigkeit 6 Digitalisierung, Datensicherheit, Datenschutz
9	Marketingpläne erarbeiten	80	21 Sales, Marketing und Revenue-Management 6 Digitalisierung, Datensicherheit, Datenschutz 4 Nachhaltigkeit

Zuordnung der Kapitel zu den Lernfeldern des 3. Ausbildungsjahres für Hotelfachleute

Nr.	Lernfeld	Stunden	Kapitel
10	Empfangs- und Reservierungsbereich organisieren	80	19 Organisation von Empfang und Reservierung 6 Digitalisierung, Datensicherheit, Datenschutz 17 Arbeiten am Empfang 18 Arbeiten in der Reservierung
11	Managementaufgaben im Housekeeping durchführen	80	16 Housekeeping 8 Einsatz, Führung und Entwicklung von Mitarbeitenden 2 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz 3 Hygiene 4 Nachhaltigkeit 6 Digitalisierung 14 Service
12	Das gastronomische Angebot organisieren	60	15 Food & Beverage-Management 12 Lebensmittel und Speisenangebot 13 Getränke 4 Nachhaltigkeit 6 Digitalisierung
13	Veranstaltungen verkaufen und organisieren	80	20 Veranstaltungs-Management 5 Kommunikation 6 Digitalisierung, Datensicherheit, Datenschutz 8 Einsatz, Führung und Entwicklung von Mitarbeitenden 21 Sales, Marketing und Revenue-Management

Zuordnung der Kapitel zu den Lernfeldern des 3. Ausbildungsjahres für Kaufleute für Hotelmanagement (Hinweis: für diese Lernfelder sind einige Grundlagen in diesem Buch enthalten)

Nr.	Lernfeld	Stunden	Kapitel
10	Kaufmännische Steuerung und Kontrolle durchführen	60	21 Sales, Marketing und Revenue-Management
11	Preise mithilfe des Revenue Management festsetzen	60	21 Sales, Marketing und Revenue-Management
12	Personalwirtschaftliche Aufgaben wahrnehmen	60	8 Einsatz, Führung und Entwicklung von Mitarbeitenden
13	Warenwirtschafts- und Einkaufsprozesse gestalten	40	9 Arbeiten im Lager
14	Veranstaltungen verkaufen und betriebswirtschaftlich auswerten	60	20 Veranstaltungs-Management

		Englischsprachiges Kapitel
	Englischsprachige Texte zu verschiedenen Inhalten	22 Let's talk English

Erklärung der Gestaltungselemente in den Kapiteln



Nachhaltigkeit



Digitalisierung



Recht

Zufriedene Gäste kommen wieder,
zufriedene Mitarbeiter arbeiten gerne!

Gelbe Kästen:
Das ist besonders wichtig!

Arbeiten im Gastgewerbe



1



Arbeiten im Gastgewerbe

Im Gastgewerbe arbeiten Sie in einer Branche mit rund 190.000 Unternehmen in Deutschland. Diese Unternehmen sind Arbeitgeber für rund 2 Millionen Beschäftigte. Über 40.000 der Beschäftigten sind Auszubildende.

Das Gastgewerbe ist sehr vielfältig. Es gibt sehr viele kleine und mittelständische Unternehmen, aber auch einige sehr große Unternehmen. Auch die Betriebsarten und die Angebote für die Gäste sind sehr unterschiedlich. Deshalb gibt es viele verschiedene Tätigkeitsbereiche für die Beschäftigten und viele unterschiedliche Ausbildungen, Weiterbildungen und berufliche Entwicklungsmöglichkeiten. Planen Sie daher rechtzeitig Ihren weiteren Weg.

Bei allen gastgewerblichen Unternehmen steht der Gast im Mittelpunkt. Ein guter und professioneller Gastgeber zu sein, ist die Hauptaufgabe aller Unternehmen und ihrer Mitarbeitenden. Dafür brauchen Sie ein gutes Team.

1.1 Gäste und ihre Guest Journey

Ohne Gäste gibt es keine professionellen Gastgeber und auch kein Gastgewerbe, also keine Hotels und Restaurants. Ohne zufriedene Gäste kann ein gastgewerblicher Betrieb nicht erfolgreich sein. Zufriedene und glückliche Gäste fördern ein gutes Betriebsklima, geben mehr Geld aus und kommen wieder. Im Idealfall bringen sie neue Gäste mit. Die Gäste spielen deshalb für die Branche die zentrale Rolle. Jeder Gast ist individuell, denn er hat bestimmte Bedürfnisse, einen persönlichen Charakter und er gehört einer speziellen Gästegruppe an. Deswegen werden Sie vielen verschiedenen Gästen begegnen.

1.1.1 Gästebedürfnisse

Jeder Gast, der in Ihren Ausbildungsbetrieb kommt, hat einen bestimmten Anlass oder ein **Motiv** für seinen Besuch. Diese können sehr unterschiedlich sein. Derselbe Gast kann in unterschiedlichen Situationen ganz unterschiedliche Motive haben. Oft gibt es für einen einzigen Hotelaufenthalt oder Restaurantbesuch mehrere Motive gleichzeitig. Typische Gästemotive in typischen Besuchssituationen sind z. B.:

- Eine Familie mit Kindern möchte in ihrem Urlaubshotel einen unkomplizierten Aufenthalt verbringen mit abwechslungsreichen Freizeitangeboten für Groß und Klein und mit viel Platz.
- Eine Gruppe von Freunden möchte vor dem Club-Besuch zusammen essen gehen. Es soll nicht zu teuer sein und sie wollen in Stimmung kommen für den weiteren Abend.



Gäste haben unterschiedliche Motive für ihren Aufenthalt im Restaurant oder Hotel

- Eine Geschäftsfrau sucht für den Besuch eines Kongresses ein Hotel, in dem sie gut am Laptop arbeiten kann. Außerdem soll es eine schnelle Verkehrsanbindung zum Kongresszentrum haben.
- 3 Kolleginnen wollen in der Mittagspause zusammen gesund essen gehen. Sie haben nur 30 Minuten Zeit.
- Ein gestresster Manager sucht für einen erholsamen Kurzurlaub nach einem ruhigen kleinen Hotel, wo er sich bei Wellness und guter Küche erholen kann.

Meistens wird sich der Gast den gastgewerblichen Betrieb für seinen jeweiligen Besuch so auswählen, dass er zu seinen Bedürfnissen so gut wie möglich passt. So könnte z.B. die Geschäftsfrau ein Hotel mit schnellem WLAN und großem Schreibtisch auswählen, die Freundsgruppe ein Restaurant mit Happy Hour. Aufgabe des Unternehmers ist es, seinen Betrieb und sein Marketing so zu gestalten, dass **Angebot und Nachfrage** so gut wie möglich zusammenfinden. Diese Entscheidungen können Sie als Auszubildende meistens nicht beeinflussen.

Für Sie als Auszubildende und später im Beruf sind die Besuchsmotive und die Gästebedürfnisse jedoch im Umgang mit den Gästen wichtig, z.B. bei der Erfüllung von **Gästeaufträgen**, der **Beratung** der Gäste und bei **Verkaufsgesprächen**. Als professioneller Gastgeber passen Sie Ihr Verhalten und Ihre Kommunikation an Geschäftsmodell und Leitbild Ihres Ausbildungsbetriebs und an die Gästebedürfnisse an.

Hierzu einige typische Beispiele:

- Stammgäste freuen sich, wenn sie wiedererkannt und individuell angesprochen werden. Sie können sie z. B. beeindrucken, wenn Sie sich auf etwas Persönliches des letzten Besuchs beziehen, z. B. auf die Familie oder Hobbies.
- Gäste in Business-Hotels oder in der Mittagsgastronomie haben es oft eilig und wollen keine Zeit mit Überflüssigem verlieren. Sie handeln passend, wenn Sie zielstrebig, professionell und zügig Ihre Aufgaben erledigen und notwendige Informationen knapp und klar übermitteln.
- Wer eine große Familienfeier veranstaltet oder zu einem Candle-Light-Dinner kommt, ist wahrscheinlich ein wenig aufgeregt, vielleicht auch unsicher. Wenn Sie besonders herzlich und hilfsbereit auftreten und den Gast emotional unterstützen, trägt das zu einem unvergesslichen Erlebnis entscheidend bei.

Das **angemessene Verhalten** gegenüber den Gästen kann je nach Geschäftsmodell und Leitbild sehr unterschiedlich sein. Deshalb gibt es z. B. ganz verschiedene Dienstkleidung oder Dresscodes. In Clubs und Szenerestaurants werden die Gäste meist geduzt. In einem Businesshotel oder Gourmetrestaurant ist dagegen das Siezen normal. Manche gastgewerblichen Betriebe haben Redewendungen festgelegt, mit denen Gäste z. B. begrüßt oder verabschiedet werden. (siehe Kapitel 5.1.4 und 18.4.2)



Unterschiedliche Unternehmen haben unterschiedliche Dresscodes

1.1.2 Gästetypen

Ihr Auftreten gegenüber den Gästen hängt von folgenden Punkten ab:

- Ausrichtung und Leitbild Ihres Ausbildungsbetriebs, z. B. familiengeführtes Wellnesshotel, vegetarisches Bio-Restaurant (siehe Kapitel 1.3.5)
- situationsbedingte Gästebedürfnisse, z. B. Tischreservierung auf der Restaurantterrasse
- individueller **Charakter** und momentane **Stimmung** des Gastes

Während Ihrer Ausbildung und im späteren Berufsleben werden Sie immer besser erkennen können, in welcher Stimmung Ihr Gast gerade ist und wie Sie am besten damit umgehen.

Professionelle Gastgeber können oft schon an der **Mimik** (Gesichtsausdruck) und der **Gestik** (Körpersprache) der Gäste erkennen, was gerade in ihnen vorgeht und welche Reaktion als nächstes folgt. Für Sie ist es von Vorteil, wenn Sie ein Gespür für das Wesen und die derzeitige Laune Ihrer Gäste entwickeln. Denn dann können Sie sich darauf einstellen. Sie können den Gästen so entgegenzutreten, wie es am besten passt. Kritische Situationen lassen sich so gleich von Beginn an entschärfen. (siehe Kapitel 5.1.5).

Gäste unterscheiden sich in ihrem Verhalten und in ihren Bedürfnissen. Gäste mit denselben Bedürfnissen gehören zu einer **Zielgruppe**, z.B. Geschäftsreisende oder Freizeitreisende (siehe Kapitel 17.2).

Gute Gastgeber passen ihr Verhalten an den Charakter und die Stimmung ihres Gastes an. So vermeiden sie Konflikte.

1.1.3 Spezielle Gästegruppen

Als professioneller Gastgeber handeln Sie in jeder Situation **gastorientiert**. Für manche Gäste, die spezielle, **persönliche Bedürfnisse** mitbringen, ist es jedoch von besonderer Bedeutung, dass das Hotel oder Restaurant mit diesen Bedürfnissen umgehen kann. Wer z.B. seinen Hund ins Restaurant oder Hotel mitbringt, freut sich über einen Wassernapf und ein Futterangebot. Radtouristen brauchen einen abschließbaren Unterstellplatz für ihre Fahrräder, Skiläufer einen Skikeller zum Trocknen von Schuhen und Kleidung. Allergiker freuen sich über allergiearme Einrichtung und Lebensmittel. Hotels, die spezielle Gästegruppen ansprechen, stellen sich darauf besonders ein. Im Folgenden werden 3 Gästegruppen beschrieben, die für das Gastgewerbe besonders wichtig sind.

Kinder und Familien

Familien wählen für ihren Hotelbesuch oder Restaurantbesuch gerne die Betriebe, in denen sich ihre Kinder besonders wohl fühlen. Familienfreundliche Betriebe stellen sich bei ihrem Angebot auf die Wünsche und Bedürfnisse von Kindern ein. Gerne genutzt werden z.B. Kinderspeisekarten und Kindergerichte, Familienzimmer, Spielgelegenheiten und ein Wickeltisch.

Wie Gäste sein können ...

gesprächig, offen, extrovertiert ...

... oder eher zurückhaltend, ruhig, in sich gekehrt?

aktiv, neugierig, auf der Suche nach neuen Entdeckungen und Erlebnissen ...

... oder eher traditionell, bodenständig, das Bekannte und Bewährte suchend?

höflich, verträglich, wertschätzend, kooperativ ...

... oder eher konfrontativ, bestimmt, misstrauisch, streitlustig, abschätzig?

großzügig, anspruchsvoll, will sich etwas gönnen ...

... oder eher sparsam, kritisch, auf gutes Preis-Leistungs-Verhältnis bedacht?

selbstsicher und selbstbewusst ...

... oder eher schüchtern, unsicher?

entspannt, gelassen ...

... oder eher angespannt, gestresst, nervös?



Grundlagen und Beispiele, die Ihnen helfen, mit **Kindern und Familien** professionell umzugehen:

- Bleiben Sie geduldig, auch wenn es vielleicht einmal lauter wird, etwas zerbricht oder verschüttet wird.
- Kinder freuen sich, wenn sie als Gäste wahrgenommen werden. Sprechen Sie sie direkt an, z. B. bei der Begrüßung, und hören Sie ihnen zu.
- Viele Kinder möchten selbst bestellen. Achten Sie dabei aber auf Signale der Eltern, ob nicht z. B. ein unerwünschtes Getränk oder eine Süßigkeit bestellt wird. Dann reagieren Sie mit Feingefühl.
- Kinder haben ein anderes Zeitgefühl und werden schnell ungeduldig. Hunger und Durst empfinden sie intensiver als Erwachsener. Sprechen Sie mit den Eltern ab, ob die Kinder vielleicht schon vor den Eltern ihr Essen bekommen sollen. Wenn Sie z. B. Spiele oder Malutensilien haben, bieten Sie diese zur Überbrückung der Wartezeit an.
- Wenn Sie Hilfsmittel wie Schnabeltassen oder Lätzchen vorrätig haben oder Gläschen aufwärmen, bieten Sie dies Eltern mit Kindern im entsprechenden Alter aktiv an.
- Viele Kinder finden es toll, wenn sie auf Entdeckungstour gehen können. Wenn die Arbeit es zulässt und die Eltern einverstanden sind, können Sie Kinder z. B. in die Küche schauen lassen.
- Wenn Kinder zu wild oder laut sind, sprechen Sie die Eltern klar und ruhig darauf an.
- Fassen Sie Kinder nicht ungefragt an.
- Verabschieden Sie sich persönlich vom Kind, möglichst mit dem Namen. Laden Sie das Kind ein wiederzukommen. Das bleibt im Gedächtnis.

Gäste mit Behinderungen

Wer körperlich oder geistig eingeschränkt ist, trifft bei seiner Teilhabe (Dabeisein) am gesellschaftlichen Leben häufig auf Barrieren. Das gilt auch für den Aufenthalt in Hotels und Restaurants. Diese Barrieren können sehr unterschiedlich sein: Für Rollstuhlfahrer sind z. B. Stufen oder ein zu kleiner Wendekreis für den Rollstuhl Hindernisse. Schwerhörige Menschen können nicht kommunizieren, wenn an einem Ort Geräusche aus vielen unterschiedlichen Richtungen kommen. Das Ziel ist **Barrierefreiheit**. So benötigen z. B. blinde Menschen Leitsysteme, an denen sie sich mit ihrem Stock entlangtasten können. Einige nehmen ihren Führhund mit. Geistig beeinträchtigte Menschen benötigen einfach zu verstehende Hinweise und Informationen, z. B. über Symbole. Rollstuhlfahrern oder gehbehinderten Menschen helfen Fahrstühle oder Rampen.

Manche der Unterstützungsmaßnahmen für Menschen mit Behinderungen helfen auch anderen Gästen, z. B. älteren Menschen, die in ihrer Beweglichkeit oder beim Hören oder Sehen eingeschränkt sind, oder Eltern mit kleinen Kindern.

Grundlagen und Beispiele, die Ihnen helfen, mit **Gästen mit Behinderungen** professionell umzugehen:

- Heißen Sie alle Gäste offen und herzlich willkommen.
- Gehen Sie respektvoll und natürlich mit allen Gästen um.
- Sprechen Sie Gäste mit Behinderungen wie jeden anderen Gast direkt an. Kommunizieren Sie nicht nur über eine Begleitperson mit ihnen.
- Unterstützen Sie, wenn Sie darum gebeten werden. Wenn Sie bemerken, dass Hilfe benötigt wird, bieten Sie diese aktiv an. Fassen Sie niemals aus vermeintlicher Hilfsbereitschaft heraus einen Gast mit einer Behinderung oder z. B. einen Rollstuhl ungefragt an. Das ist übergriffig und respektlos.
- Entwickeln Sie einen Blick für mögliche Barrieren und dafür, wie Sie diese überwinden können. Versetzen Sie sich in die Perspektive des Gastes.
- Für Gäste mit Behinderungen haben verlässliche Informationen eine besonders große Bedeutung. Eine einzelne Stufe oder ein fehlender Zentimeter in einem Durchgang kann z. B. darüber entscheiden, ob ein Rollstuhlfahrer ein Hotel oder Restaurant betreten kann oder nicht. Denken Sie daran immer, wenn Sie z. B. am Telefon oder per E-Mail Auskünfte erteilen.

Zertifizierungen für barrierefreies Reisen bietet:

www.reisen-fuer-alle.de



Zertifizierte Angebote für barrierefreies Reisen

Unterschiedliche kulturelle Identitäten

Das Gastgewerbe ist eine **internationale** Branche. Unternehmer, Mitarbeitende und Gäste kommen aus aller Welt. In einem durchschnittlichen Jahr gibt es in der Hotellerie etwa 70 Millionen Übernachtungen von ausländischen Gästen (Incoming). Für viele gastgewerbliche Betriebe sind die ausländischen Gäste überlebenswichtig.

Gäste aus dem Ausland oder mit Migrationshintergrund bringen nicht nur oft eine andere Sprache und manchmal ein anderes Aussehen mit als deutsche Gäste. Sie können aufgrund ihrer **kulturellen oder gesellschaftlichen Prägung** oder ihrer **Religion** Verhaltensweisen haben, die Ihnen fremd oder gar seltsam vorkommen. Bedenken Sie: Viele ihrer eigenen Gewohnheiten erscheinen Ihnen nur deshalb selbstverständlich oder „normal“, weil Sie diese schon als Kind so kennengelernt haben. Der Kontakt mit Gästen mit einer anderen kulturellen Identität ist oft bereichernd. Er kann aber auch zu Konflikten in Alltagssituationen führen. Hier hilft es, wenn Sie sich bewusst machen, dass Gastfreundschaft auch **Offenheit und Toleranz** bedeutet.

Einige Grundlagen und Beispiele, die Ihnen helfen, mit **Gästen aus dem Ausland bzw. mit einer anderen kulturellen Identität** professionell umzugehen:

- Jeder Gast freut sich über ein „Guten Tag“ oder ein „Danke“ in seiner Muttersprache. Sie können nicht alle Sprachen Ihrer Gäste beherrschen. Aber wenn Sie wissen, wer kommt, ist die Recherche weniger Redewendungen einfach.
- Vermeiden Sie Gesten oder Handlungen, die in anderen Kulturen oder Religionen verletzend sind. Im Islam gilt es z. B. als beleidigend, Dinge mit der als unrein betrachteten linken Hand zu überreichen. Koreaner sollten nicht im 4. Stock oder in einer mit 4 beginnenden Zimmernummer einquartiert werden, da diese Tod bedeutet.

- Kritische Worte über die Religion, die Kultur, Werte oder Politik eines Gastlandes und Bemerkungen zur Hautfarbe sind zu unterlassen.
- In vielen Kulturen sind andere Umgangsformen zwischen den Geschlechtern üblich als in der westlichen Welt. Handeln Sie mit Feingefühl. Schon die direkte Ansprache einer Frau, ein Handschlag oder ihr in den Mantel zu helfen, wird in manchen Kulturen oder Religionen als die Ehre verletzend bewertet.
- Essgewohnheiten und Essenszeiten sind in verschiedenen Kulturen sehr unterschiedlich. Gastfreundschaft bedeutet, den Wünschen der Gäste entgegenzukommen, solange andere Gäste dadurch nicht belästigt werden. Wenn den Gästen die Einhaltung bestimmter, insbesondere religiöser Speisevorschriften zugesagt wurde (z. B. kosher bei Juden, halal bei Moslems), müssen sie sich zu 100 % darauf verlassen können. Ähnliches gilt für den Umgang mit Alkohol.
- Was in der einen Kultur als übliche Geselligkeit und Lebensfreude gilt, kann in einer anderen Kultur laut und rücksichtslos wirken. Hier können Sie als Vermittler zwischen verschiedenen Gästegruppen gefordert sein.
- Sind z. B. Vordrängeln, Unpünktlichkeit, Neinsagen, das Zeigen von Statussymbolen oder der Verzicht auf Trinkgeld unhöflich oder unpassend? Das kommt ganz auf die Kultur an. Seien Sie sensibel, ausgleichend und tolerant.



Gäste sind sehr verschieden und haben immer spezielle Bedürfnisse

1.1.4 Guest Journey (Gastreise)

Die Betreuung und Beratung von Gästen ist Ihre Kernaufgabe. Auch wenn Sie eher im Hintergrund arbeiten, z. B. im Housekeeping oder in der Küche, bestimmt der Gast Ihre Tätigkeit. Alle Ihre Gäste befinden sich auf einer sogenannten Guest Journey (Gastreise). Sie begleiten als gesamtes Team Ihre Gäste auf dieser Reise.

Die Gastreise findet in mehreren Schritten vom Pre-Stay bis zum Post-Stay statt. Während seiner Gastreise hat der Gast viele Kontaktpunkte (Touchpoints) mit dem Hotel bzw. Restaurant (siehe Kapitel 6.1.4 und 21.2.1):

- **Pre-Stay (vor dem Aufenthalt)**

Zum Pre-Stay gehören 3 Phasen: die Inspiration, die Suche und die Buchung. Die Guest Journey beginnt bei dem Wunsch, in einem Hotel zu übernachten oder in einem Restaurant zu essen. Hierbei kann z. B. ein Newsletter oder eine Werbung inspirieren. Danach folgen die konkrete Suche und Buchung.

- **Stay (während des Aufenthalts)**

Während des Aufenthalts sorgen Sie dafür, dass Ihre Gäste zufrieden sind.

- **Post-Stay (nach der Abreise)**

Nach dem Aufenthalt versuchen Sie, Ihre Gäste an das Hotel oder Restaurant zu binden, damit sie möglichst häufig wiederkommen, z. B. mit einem Vorteilsprogramm (siehe Kapitel 6.1.6 und 21.2.11).



Guest Journey/Gastreise

Gastorientierung ist also ein wesentliches Qualitätskriterium für Ihre Tätigkeit im Gastgewerbe. Sie gilt allerdings nicht grenzenlos. Wichtig ist, eine gute Balance zwischen den Bedürfnissen der Gäste, den (wirtschaftlichen) Interessen des Unternehmens und den Bedürfnissen der Mitarbeitenden bzw. des Teams zu finden.

Aufgaben

1. Erläutern Sie, warum die Gastorientierung Voraussetzung für den Erfolg eines gastgewerblichen Betriebs ist. Fällt Ihnen ein Beispiel dafür aus Ihrem eigenen Ausbildungsbetrieb ein?
2. Nennen Sie 5 typische Motive von Gästen für den Aufenthalt in Ihrem Ausbildungsbetrieb.
3. a) Beschreiben Sie die Guest-Journey.
b) Während der Guest-Journey gibt es viele Touchpoints, an denen es einen Kontakt zwischen Hotel und Gast gibt, z. B. Homepage, Rezeption. Geben Sie weitere Beispiele für Touchpoints.

1.2 Team

Gastgewerbe ist Teamarbeit. So wichtig ein praktisch eingerichtetes Hotelzimmer, eine schöne Landschaft am Urlaubsort oder gemütliche Stühle im Restaurant auch sind: Ein gelungenes Hotelerlebnis oder Restauranterlebnis entsteht nur dann, wenn der Gast die Arbeit der dort arbeitenden Menschen positiv erlebt.

Wie in einer Maschine mit verschiedenen Zahnrädern und Riemen funktioniert ein Hotel oder Restaurant nur, wenn jedes einzelne Rad rund läuft und außerdem die Räder richtig ineinandergreifen, gut geölt sind und es möglichst wenig Reibungsverluste gibt. Die Küchenleistung des Sternekochs kann überragend sein – wenn der Service unfreundlich oder unaufmerksam ist, werden die Gäste nicht zufrieden nach Hause gehen. Wenn das Housekeeping unsauber arbeitet, wird das Team an der Rezeption den Unmut der Gäste abkommen. Ohne ein aufgeräumtes, ordentlich strukturiertes Lager kann keine Abteilung im gastgewerblichen Betrieb professionell arbeiten.



Teamarbeit: ein Zahnrad greift perfekt in das andere Zahnrad

Ein Team funktioniert nur, wenn jeder Einzelne sein Bestes gibt.

Ein gutes Team ist mehr als die Summe seiner einzelnen Teile.

Es ist Aufgabe des Unternehmers und der Führungskräfte, **Teamregeln und Verantwortlichkeiten** festzulegen. Diese Entscheidungen können Sie als Auszubildender in der Regel nicht beeinflussen. Bereits als Auszubildender und erst recht als zukünftige Fachkraft sind Sie jedoch mit dafür verantwortlich, dass das Team gut funktioniert.

Einige Grundlagen, die Ihnen helfen, sich ins Team zu integrieren und erfolgreich im Team zu arbeiten:

- Halten Sie die geschriebenen und ungeschriebenen Teamregeln ein. Verhalten Sie sich wie ein Mannschaftssportler, nicht wie ein Einzelkämpfer.
- Begegnen Sie allen im Team mit Wertschätzung. Auch einfache Tätigkeiten sind wichtig für das große Ganze. Seien Sie niemals überheblich gegenüber Hilfskräften oder Aushilfen. Vergessen Sie diese Regel auch nicht, wenn Sie zukünftig selbst Führungskraft sind.

Wertschätzung bedeutet: Jemandem mit Respekt, Anerkennung, Zugewandtheit, Interesse, Aufmerksamkeit und Freundlichkeit gegenüberzutreten.

- Zeigen Sie Verantwortungsbewusstsein. Drücken Sie sich nicht vor unangenehmen Aufgaben. Auch Zuspätkommen und das Überziehen von Pausen sind unkollegial.
- Seien Sie tolerant. Wie bei den Gästen gibt es auch in den meisten Teams sehr unterschiedliche Persönlichkeiten, Ansichten, kulturelle Identitäten. Sehen Sie das als persönliche Bereicherung, nicht als lästige Komplikation.
- Beweisen Sie Kritikfähigkeit. Hören Sie zu und konzentrieren Sie sich, wenn jemand Ihnen etwas erklärt. Seien Sie bereit, eigene Fehler einzugestehen und schieben Sie die Schuld nicht auf andere.
- Kommunizieren Sie offen und klar.
- Bleiben Sie immer höflich und freundlich. Das gilt auch gegenüber Teammitgliedern, die Ihnen nicht sympathisch sind. Persönliche Angriffe oder Mobbing sind tabu. Besonders schön ist es, wenn Sie sich im Team auch freundschaftlich verstehen. Sich über andere Personen lustig zu machen oder ein intimer Ton sind am Arbeitsplatz jedoch unpassend.

- Seien Sie hilfsbereit. Wenn Sie bemerken, dass jemand aus dem Team Schwierigkeiten oder zu viel zu tun hat, unterstützen Sie. Nehmen Sie Rücksicht auf persönliche Herausforderungen von Kolleginnen (z. B. körperlich, geistig oder familiär).
- Bitten Sie andere auch selbst um Hilfe, wenn Sie Unterstützung benötigen. Probleme verschwinden nicht durch Abwarten. Wenn Sie sich selbst überfordern, helfen Sie letztlich dem Team nicht.
- Konflikte bleiben bei der Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Menschen nicht aus. Wenn Konflikte auftreten, gehen Sie diese konstruktiv und lösungsorientiert an.
- Zeigen Sie Interesse für die Aufgaben anderer. Identifikation mit dem gesamten Unternehmen fördert die Zusammenarbeit im Team.



Beides ist Teamarbeit: Der Pass auf dem Spielfeld und der Pass in der Küche

Aufgaben

1. Erläutern Sie, was Sie unter Teamarbeit verstehen und warum diese im Gastgewerbe besonders wichtig ist.
2. a) Nennen Sie 3 Teamregeln, die Ihrer Meinung nach besonders wichtig sind.
b) Beschreiben Sie für die genannten Teamregeln jeweils 1 Beispiel aus Ihrem Ausbildungsalltag.

1.3 Unternehmen und Betriebe

Mit dem Beginn Ihrer Ausbildung sind Sie eine Beschäftigte oder ein Beschäftigter in einem gastgewerblichen Betrieb/Unternehmen geworden. Als **Unternehmen** bezeichnet man die **Rechtsperson**, die einen **Betrieb** besitzt und führt. Die Rechtsperson ist auch Ihr Arbeitgeber.

Der Begriff **Betrieb** oder **Betriebsstätte** bezeichnet den einzelnen **Standort** bzw. die **organisatorische Einheit**. Organisatorische Einheiten sind z.B. ein Restaurant oder ein Hotel. Ein Unternehmen kann einen oder mehrere Betriebe betreiben.

1.3.1 Gastronomie und Hotellerie

Die wichtigste Unterscheidung innerhalb der Branche/ dem Wirtschaftssektor Gastgewerbe (englisch: Hospitality) besteht zwischen **Bewirtung und Beherbergung** bzw. zwischen Gastronomie und Hotellerie.

Mehr als 75 % der gastgewerblichen Betriebe in Deutschland gehören zum Gaststättengewerbe (Gastronomie), knapp 25 % gehören zum Beherbergungsgewerbe.

Aktuelle Zahlen unter:

www.dehoga-bundesverband.de/zahlen-fakten/

Gastronomie (Gaststättengewerbe)

Die Hauptleistung gastronomischer Betriebe ist die **Verpflegung bzw. Bewirtung** von Gästen. Zur Bewirtung gehören Speisen und Getränke. Der Fachbegriff dafür ist **Food & Beverage (F&B)**. Im Gaststättenrecht wird ein Gastronomiebetrieb, der hauptsächlich Speisen anbietet, als Speisewirtschaft bezeichnet. Ein Gastronomiebetrieb, der hauptsächlich Getränke anbietet, heißt Schankwirtschaft.

Der **Betreiber** eines Gastronomiebetriebs heißt **Gastwirt** oder **Gastronom**.

Vom Lebensmitteleinzelhandel (z. B. Supermarkt, Feinkostgeschäft) oder vom Lebensmittelhandwerk (z. B. Bäcker, Metzger) unterscheidet sich Gastronomie dadurch, dass der **Verzehr der Speisen und Getränke an Ort** und Stelle erfolgt. Meistens findet er an Tischen und Stühlen statt. Es gibt jedoch auch viele Mischformen, z. B. Bäckerei-Cafés.

Heutzutage bieten viele Gastronomiebetriebe zusätzlich zum Verzehr vor Ort die **Lieferung oder Mitnahme** von Speisen und Getränken an. Caterer und sogenannte „Ghost-Kitchen“ bieten ihren Gästen keinen Verzehrort an, sondern liefern ausschließlich nach Hause oder an einen anderen Ort. Diese Unternehmen gehören im rechtlichen Sinn nicht zu den Gaststätten.

Spezielle Formen von Gastronomie sind z. B. **Gemeinschaftsgastronomie** und **Systemgastronomie**. Zur Gemeinschaftsgastronomie (auch: Gemeinschaftsverpflegung) gehören z. B. Kantinen und Mensen. Zur Systemgastronomie gehören Betriebe, die alle nach demselben Konzept und nach festgelegten Standards arbeiten.



Arbeiten in der Gastronomie und in der Hotellerie

Hotellerie (Beherbergungsgewerbe)

In Beherbergungsbetrieben ist die Hauptleistung die **Übernachtung** von Gästen. Der Fachbegriff dafür ist **Logis**. Bei einem Hotel kommen zur Übernachtung weitere Dienstleistungen hinzu, z. B. Rezeption, Zimmerreinigung und Verpflegung. Ferienhäuser, Ferienwohnungen oder Campingplätze sind Beherbergungsbetriebe, gehören aber nicht zur Hotellerie.

Der Betreiber eines Hotelbetriebs heißt **Hotelier**. In manchen älteren oder rechtlichen Texten wird er als Beherbergungswirt bezeichnet.

Typische Betriebsarten im Gastgewerbe und ihr Leistungsspektrum

Es gibt sehr viele unterschiedliche Bewirtungsbetriebe und Beherbergungsbetriebe mit bestimmten Schwerpunkten.

Beherbergungsbetriebe	Bewirtungsbetriebe
<ul style="list-style-type: none"> ■ Hotel: Beherbergungsbetrieb mit mindestens 20 Gästezimmern, Rezeption, Dienstleistungen und zusätzlichen Einrichtungen, täglicher Zimmerreinigung und mindestens einem Restaurant für Hausgäste und Passanten ■ Hotel Garni: Hotelbetrieb, der Beherbergung und Frühstück sowie eventuell Getränke anbietet ■ Aparthotel: Hotel, in dem die Unterbringung in Studios oder Apartments erfolgt, d. h., es gibt einen Schlafbereich und einen Wohnbereich und eine Kochnische ■ Boardinghouse, Serviced Apartment: Überlassung von Apartments, kombiniert mit bestimmten hotelartigen Services, meist für Langzeitnutzer in städtischer Umgebung ■ Gasthof: ländlicher Gastronomiebetrieb, der Speisen und Getränke und einige Unterkünfte bereithält ■ Pension: einfacher Betrieb, der Unterkunft meist nur für mehr als eine Nacht und Speisen nur für Hausgäste anbietet ■ Gästehaus: Beherbergungsbetrieb, der in der Regel keine Speisen anbietet ■ Hostel: günstige Unterkunft mit einfacher Ausstattung, meist ohne Verpflegung und dafür mit Kochgelegenheit, die sich vor allem an Rucksacktouristen und jüngere Individualreisende richtet, oft Angebot von Mehrbettzimmern ■ Jugendherberge: Beherbergungsbetrieb, der sich vor allem an jüngere Reisende und Familien richtet, und in dem Speisen und Getränke nur an Hausgäste abgegeben werden, oft mit Aktivitäten und pädagogischem Programm, oft Angebot von Mehrbettzimmern ■ Motel: Hotel mit einem auf Kraftfahrer ausgerichteten Standort und Parkmöglichkeit ■ Kurhotel: in einem Heilbad oder Kurort gelegenes Hotel mit eigenem Angebot an Gesundheitsleistungen 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Restaurant: Verkauf von Speisen und damit verbundenen Getränken zum Verzehr an Ort und Stelle („speisegeprägte Gastronomie“) ■ Kneipe, Bar: Ausschank von Getränken zum Verzehr an Ort und Stelle („getränkegeprägte Gastronomie“) ■ Bistro: Verkauf von kleinen, einfachen Speisen und Getränken zum Verzehr vor Ort ■ Café: Verkauf von Konditoreierzeugnissen, kleinen Speisen und Heißgetränken zum Verzehr vor Ort ■ Eisdiele: Verkauf von Speiseeis ■ Wirtshaus: schlichte Schankwirtschaft und Speisewirtschaft ■ Kantine: Verkauf von Speisen und Getränken an bestimmte Personengruppen, oft zu ermäßigten Preisen, z. B. Betriebskantine, Schulmensa oder Universitätsmensa, Krankenhauskantine ■ Caterer: Lieferung von in einer Produktionsküche zubereiteten verzehrfertigen Speisen an bestimmte Einrichtungen (z. B. Kantine, Fluggesellschaft, „Essen auf Rädern“) oder für bestimmte Anlässe (z. B. Hochzeit oder Firmenevent). ■ Autobahnraststätte: Restaurant an Bundesautobahnen, meistens kombiniert mit einer Tankstelle ■ Bahnhofsgaststätte: Restaurant im Bahnhof ■ Imbiss: Verkauf eines engen Sortiments von Speisen, hauptsächlich zum Mitnehmen, keine oder wenige Sitzgelegenheiten. ■ Discothek, Club, Tanzlokal: Lokal mit Tanzmusik, verbunden mit Getränkeverkauf und eventuell Programm



Betriebe im Gastgewerbe