

HOGAPAGE

Das Magazin für Hotellerie & Gastronomie



HOGAPAGE

**Fehlt Personal?
Dann nix wie los!**

**HOGAPAGE – BESTE
JOBBOÜRSE FÜR HOTEL
UND GASTRONOMIE***

* 1. Platz im Ranking der Spezialjobbörsen für Hotel und Gastronomie bei der Qualitätsanalyse 2025 von jobboersencheck.de – gewählt von Arbeitgebern und Arbeitnehmern



Politik im Praxistest

Steuersenkung, Tourismusstrategie, Digitalversprechen –
wie viel echte Hilfe kommt in der Hospitality an? 14

**Kann Südtirol
auch anders?**

Eine Region im Wandel

38

**Süße
Visionen**

Pâtisserie mit Story

64

**Althoff Grandhotel
Schloss Bensberg**

Modernes Luxusdomizil

86

So schmeckt 2026

58

Umsatz im Glas

70

Smarte Berufsmode

74



Mut zur Zukunft

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

manchmal fühlt sich unsere Branche an wie ein Dauerlauf im Gegenwind. Kaum scheint eine Herausforderung bewältigt, wartet schon die nächste – wirtschaftlicher Druck, veränderte Gästeansprüche, technologische Umbrüche, Personalmangel. Und doch: Vielleicht liegt genau darin unsere größte Stärke.

Denn wenn mir mal ehrlich sind: Hotellerie und Gastronomie waren nie statisch. Sie waren stets ein Spiegel ihrer Zeit. Wenn sich Reisegewohnheiten verändern, wenn Genuss bewusster wird, wenn Nachhaltigkeit vom Trend zur Selbstverständlichkeit wird, dann reagieren wir. Schnell, kreativ, unternehmerisch.

Eines sollten wir uns bewusst sein: Gäste investieren heute nicht mehr nur in Übernachtungen oder Mahlzeiten. Sie investieren in Erinnerungen. In Haltung. In Marken, die wissen, wofür sie stehen. Das ist Anspruch und Chance zugleich. Denn wer Profil zeigt, wer Qualität konsequent denkt und wer seine Mitarbeiter als Herzstück des Unternehmens versteht, wird auch in einem anspruchsvollen Markt bestehen. Technologie kann dabei unterstützen. Sie kann Prozesse vereinfachen und Freiräume schaffen, aber nicht das ersetzen, was unsere Branche im Kern ausmacht: echte Gastfreundschaft. Der entscheidende Wettbewerbsvorteil bleibt menschlich.

Vielleicht ist 2026 deshalb weniger das Jahr der schnellen Lösungen, sondern vielmehr das Jahr der klaren Entscheidungen. Wofür stehen wir? Wie wollen wir arbeiten? Und welchen Wert messen wir dem Erlebnis bei, das wir täglich schaffen? Unsere Branche hat schon viele Zyklen erlebt. Sie hat Krisen überstanden und Trends gesetzt. Ich bin überzeugt: Auch diese Phase wird uns nicht schwächen, sondern schärfen – vorausgesetzt, wir gestalten sie aktiv.

Lassen Sie uns genau das tun!

Herzlichst
Ihre

Karoline Giokas
Chefredakteurin



Die DarkNitro Serie

**ULTIMATIV
MARKANT
STARK**



Messer . Werkzeuge
Wetzstähle . Schleifmaschinen

www.dick.de

Quo vadis?

Gastwelt weiter unter Druck

Freude über weniger Steuern – aber wann folgt weniger Bürokratie?

Mhmmehrwertsteuer – das klingt wie ein Genuss. Sieben statt 19 Prozent auf Speisen heißt etwa für McDonald's: „Weniger Steuer, weniger teuer!“ Immerhin fünf Fastfood-Menüs wurden etwas erschwinglicher. Auch andere Gastrobetriebe sind erleichtert, dennoch sehen sich viele nicht in der Lage, die Preise zu senken. „Günstiger wird's nicht – weil alle Kosten explodiert sind“ fasst etwa die Wochenzeitung „Die Zeit“ zusammen. Also heißt es für die Gastwelt weiterhin: Quo vadis?

Text: Wolfgang Bublies



Empfohlen für Profis. Von Profis.

Als Spezialist für Kühlen und Gefrieren bietet Liebherr ein breites Portfolio innovativer, nachhaltiger sowie energieeffizienter Profigeräte. Die hochpräzisen und zuverlässigen Kühlleistungen unterstützen Sie täglich bei Spitzenleistungen.

Erleben Sie auf dem Liebherr-Messestand auf der INTERNORGA die neuesten Lösungen für die Gastronomie und Hotellerie.

Wir freuen uns auf Ihren Besuch bei der INTERNORGA!

Halle B6
Stand
B6.313

LIEBHERR

Erfahren Sie mehr unter:
home.liebherr.com/foodservice

INTERNORGA 2026: Mehr Raum für Zukunftsideen

MAS MAR
Seafood by T&R Global Food

FISH & SEAFOOD

Das Wichtigste zur Internorga 2026

Termin:

Fr., 13. März, bis Di., 17. März 2026

Öffnungszeiten:

Täglich 10 bis 18 Uhr

Veranstalter:

Hamburg Messe

Ticketpreise:

Tagesticket: 59,- €

Dauerticket: 89,- €

Tagesticket Fachschüler: 39,- €

Hamburger Messeformat zeigt Wachstum mit Struktur

Wenn sich Mitte März die Tore der Hamburg Messe öffnen, wird schnell klar: Die Internorga 2026 setzt ein starkes Signal für die gesamte Hospitality-Branche. Die internationale Leitmesse wächst nicht nur in der Fläche, sondern vor allem in ihrer inhaltlichen Tiefe. Neue Hallenkonzepte, zusätzliche Formate und klar strukturierte Themenwelten schaffen mehr Raum für Innovation, Austausch und frische Impulse – genau das, was eine Branche im Wandel jetzt braucht.

Text: Karoline Giokas

Die Internorga entwickelt sich konsequent weiter. Insgesamt sechs Fachbereiche bilden 2026 die ganze Bandbreite des Außer-Haus-Markts ab – von Nahrungsmitteln und Getränken über Küchentechnik, digitale Anwendungen und Packaging bis hin zu Start-ups und neuen Getränkekonzepten. Eine neue Hallenzuordnung sorgt für Orientierung und kurze Wege, während gleichzeitig mehr Platz für neue Ideen entsteht.

Ein zentrales Element ist die neu ausgerichtete Halle B5, die sich als Innovationscluster positioniert. Hier kommen Start-ups & Drinks, Future Food, die Newcomers Area und What the Food! – by foodlab zusammen. Das Ganze ergänzt das Networking-Konzept „Off the Record“, dessen

Fläche tagsüber als Rückzugsort für Meetings und Gespräche dient und sich an drei Messeabenden in eine Afterwork-Lounge verwandelt – ein Ort für intensiven Austausch in gespannter Atmosphäre.

Auch im Bereich Restaurant- und Hotelausstattung wächst die Internorga weiter: Mit dem neuen Set-up in Halle B4OG entstehen zusätzliche Flächen für Design, Ambiente und Einrichtungslösungen. In insgesamt fünf Hallen finden Besucher nun so viel Inspiration rund um Raumkonzepte und Gastlichkeit wie nie zuvor.

Die backende Branche im Fokus

Insbesondere für Bäcker und Konditoren ist die Internorga 2026 ein Pflichttermin. Vom 13. bis 17. März wird Hamburg erneut zum Treff-



Gartechnik | Kühltechnik

Bartscher
your taste - your tool

Spültechnik | Kleingeräte

INTER
NORGA

Halle B6
Stand 411



SNACKJET 500 der High-Speed-Ofen!

NEU

- ✓ Heißluft & Mikrowelle
- ✓ Plug & Play | Steckerfertig 230V
- ✓ TK & Frischware in Sekunden verzehrfertig



Weitere Infos

bartscher.com

Sü



Foto: SCStock/stock.adobe.com

dtirol

erfindet sich neu ...

... und bleibt, was es ist: Bergsteigertraum, Genusshimmel,
Wanderparadies, Weinland!

Winzer von Weltruf, eine von jeher regionale Küche, die spektakulären Dolomiten und
eine junge Hospitality-Generation, die sich gerne auf Neues einlässt und noch lieber
im Team arbeitet, zeichnen diesen wahren Herrgottswinkel aus.

Text: Gabriele Gugetzer

Easy Snack-Hit

★ Röstinchen Rustikal - im trendigen Handmade-Look

- Aus frischen Qualitätskartoffeln, fein gewürzt, wie hausgemacht.
- Ideal als kreative Beilage, Appetizer oder leckerer Snack.
- Schnell und einfach in der Zubereitung - für Combidämpfer, Backofen, Fritteuse oder Pfanne geeignet.

Mehr Infos: www.schne-frost.de

KARTOFFELN. IDEEN. GENUSS.

Schne frost



HANDMADE
Rustico
* STYLE *

BESUCHEN SIE UNS!
INTERNORGA
HALLE A1 · STAND 400



„Es war immer sinnstiftend“

Zwischen Verantwortung, Krisen und Zukunftsfragen: Jürgen Gangl blickt auf seine Zeit an der Spitze der HDV zurück

Nach 14 Jahren im Vorstand der Hoteldirektorenvereinigung Deutschland (HDV), davon 12 Jahre als 1. Vorsitzender, tritt Jürgen Gangl nicht mehr zur Wiederwahl an. Im Interview mit HOGAPAGE spricht er über Dankbarkeit, Krisen, den Wandel der Hotellerie und darüber, was es braucht, damit Verbandsarbeit auch künftig relevant bleibt.

Text: Karoline Giokas

Wenn Sie Ihre Zeit im HDV-Vorstand rückblickend in einem Gefühl zusammenfassen – welches ist das?

Vor allem mit Dankbarkeit und Respekt. Dankbarkeit für das große Vertrauen der Mitglieder und der Partner und für viele Wegbegleiter, die die Arbeit des Verbands mitgetragen haben. Respekt vor der Aufgabe, denn die Verantwortung war groß – gerade in den letzten Jahren. Es war eine intensive, manchmal auch herausfordernde Zeit, aber sie war immer sinnstiftend.

Ich gehe nach 14 Jahren im Vorstand, davon 12 Jahre als 1. Vorsitzender, mit dem guten Gefühl, dass wir die HDV gemeinsam weiterentwickelt und zukunfts-fähig aufgestellt haben.

Wie hat sich die deutsche Hotellerie während Ihrer Amtszeit verändert und welche Marktumbrüche waren besonders prägend?

Sie ist deutlich komplexer, internationaler und fragmentierter geworden. Die Digitalisierung, neue Geschäftsmodelle und der Markteintritt globaler Player haben die Branche ebenso verändert wie die Pandemie und der russische Angriffskrieg auf die Ukraine. Besonders prägend war die Erkenntnis, wie verletzlich die Hotellerie ist, aber auch, wie resilient und kreativ sie reagieren kann, wenn es darauf ankommt.

Und wie haben sich die Erwartungen der HDV-Mitglieder an ihren Verband gewandelt?

Die Erwartungen sind gestiegen. Gefordert werden heute mehr Praxisnähe, schnellere Reaktionen und klare Positionierungen. Der Verband wird zunehmend als Plattform verstanden für Orientierung, Austausch auf Augenhöhe, Wissenstransfer und konkrete Unterstützung im Arbeitsalltag. Unsere Veranstaltungen

greifen deshalb konsequent Themen auf, die die Hospitality zukunftsweisend gestalten. Sei es auf den beiden Jahrestagungen oder bei den regionalen HDV-Camps: Wir präsentieren Themen, die für die Hotellerie an Bedeutung gewinnen und die Branche nachhaltig prägen. Im Dialog mit politischen Entscheidungsträgern sowie hochkarätigen Experten diskutieren wir aktuelle Entwicklungen und Zukunftsfragen. So haben wir uns frühzeitig mit Nachhaltigkeit, den Auswirkungen künstlicher Intelligenz oder HR-Fragestellungen wie der Rolle des General Managers der Zukunft auseinandergesetzt.

Welche Entscheidung oder Initiative steht für Sie sinnbildlich für die Entwicklung der HDV?

Der strategische Ausbau der HDV zu einer modernen Branchenallianz mit klaren Positionen und einer starken Stimme in Politik und Öffentlichkeit. Dazu gehören neue Themen, neue Formate und die Öffnung für eine jüngere Generation von Führungskräften. Ein zentrales Anliegen war auch der Ausbau unserer Nachwuchsarbeit, etwa durch den Deutschen Hotelnachwuchs-Preis oder die Auszeichnung exzellenter Ausbildungsbetriebe.

Wie wichtig ist dabei die Zusammenarbeit innerhalb der Branche – über Verbandsgrenzen hinaus?

Die enge Zusammenarbeit der verschiedenen Branchenverbände in Deutschland ist ganz wesentlich. Um unsere Interessen wirkungsvoll zu vertreten, müssen wir mit einer Stimme sprechen. Der „Branchentag der Profis“ war dafür ein wichtiger Startpunkt. Inzwischen arbeiten die Verbände regelmäßig im Rahmen der „Denkfabrik Zukunft der Gastwelt“ zusammen. Zudem haben wir uns international vernetzt und gemeinsam mit Verbänden aus Portugal, Spanien und Italien den „European Bond of Hospitality Leaders“ gegründet.

Was war für Sie persönlich die größte Herausforderung?

Ohne Frage die Corona-Zeit – fachlich wie menschlich. Entscheidungen mussten unter großer Unsicherheit getroffen werden, oft auf Basis unvollständiger



Jürgen Gangl ist stets ein beliebter Gesprächspartner, der sich für die Belange der Branche stark machte. Hier ist er im Gespräch mit dem späteren Verteidigungsminister Boris Pistorius.

Informationen. Gleichzeitig fehlte es an politischer Unterstützung, unsere Branche wurde vielfach ignoriert. Unmittelbar danach folgte mit dem Ukraine-Krieg die nächste Zäsur. Halt gaben mir in dieser Zeit der enge Austausch im Vorstand und mit den Mitgliedern sowie ein starkes Branchennetzwerk.



Jürgen Gangl, 1. Vorsitzender der Hoteldirektorenvereinigung Deutschland und General Manager, Park Inn by Radisson Berlin Alexanderplatz

Die Verantwortung war groß – gerade in den letzten Jahren

Welche Rolle müssen Branchenverbände heute einnehmen, um relevant zu bleiben?

Sie müssen Haltung zeigen, schnell kommunizieren und echte Mehrwerte bieten. Gleichzeitig müssen sie Brücken bauen zwischen Generationen, Unternehmensformen und zwischen Branche und Politik. Relevanz entsteht dort, wo Mitglieder spüren: Hier werde ich gehört, hier bekomme ich Orientierung, hier kann ich mitgestalten.

Wo sehen Sie die größten Chancen und Risiken für die Hotellerie in Deutschland?

Die größten Chancen liegen in der Qualität, Individualität und glaubwür-

diger Nachhaltigkeit sowie in der Fähigkeit der Branche, sich immer wieder neu aufzustellen. Deutschland hat ein enormes Potenzial als Reiseland. Die größten Risiken sehe ich in steigenden Kosten, regulatorischer Überlastung und dem anhaltenden Mangel an qualifizierten Mitarbeitern. Entscheidend wird hier ganz klar sein, politisch stärker an Einfluss zu gewinnen und attraktive Arbeitsbedingungen zu schaffen.

Was wünschen Sie sich von der künftigen HDV-Führung?

Wir haben den Übergang über einen langen Zeitraum sorgfältig vorbereitet. Es ist von großer Bedeutung, das Zepter an die nächste Generation zu übergeben, die mit kreativen Ideen und innovativen Ansätzen den Verband aktiv gestalten und weiterentwickeln wird.

Dem künftigen HDV-Führungsteam wünsche ich Mut zu klaren Positionen, Offenheit für neue Perspektiven, Gespür für die wirklich entscheidenden

Themen und die Fähigkeit, zuzuhören. Die HDV lebt vom Engagement ihrer Mitglieder und Partner. Diese Vielfalt zu bündeln und weiterzuentwickeln, ist die zentrale Aufgabe des neuen Vorstands.

Welche Botschaft möchten Sie jungen Führungskräften und dem Branchennachwuchs mitgeben?

Bleibt neugierig, bleibt kritisch, bildet euch weiter und verliert nie die Freude an der Gastgeberrolle. Führung bedeutet heute mehr denn je Haltung, Empathie und Lernbereitschaft. Die Branche braucht Menschen, die Verantwortung übernehmen und gestalten wollen. Es lohnt sich!



Vielfalt als Chance

BdS-Ausbilder-Workshop zeigt Wege für eine moderne Ausbildung

Wie können Ausbilder der Vielfalt in unserer Gesellschaft kompetent und empathisch gerecht werden? Beim BdS-Ausbilder-Workshop im vergangenen Herbst trafen sich rund 30 Ausbildungsprofis, um unter dem Motto „Vielfalt in der Ausbildung souverän begleiten“ gemeinsam Lösungen für reale Herausforderungen im Ausbildungsalltag zu erarbeiten – von Sprachbarrieren über nonbinäre Identitäten bis hin zu psychischen Belastungen. *Text: Karoline Giokas*



BUNDESVERBAND
DER SYSTEM
GASTRONOMIE E.V.

Wer junge Menschen ausbildet, bildet auch immer ein Stück weit Gesellschaft mit aus. Und diese ist heute bunter und vielfältiger denn je. Aber was bedeutet das konkret für Ausbilder in der Systemgastronomie? Wie gelingt es in der Ausbildung, Menschen mit unterschiedlichen kulturellen Hintergründen, Sprachbarrieren oder nichtbinären Identitäten wertschätzend und professionell zu begegnen?

Diesen und weiteren Fragen widmete sich der Bundesverband der Systemgastronomie (BdS) im Rahmen des Ausbilder-Workshops 2025 „Vielfalt in der Ausbildung souverän begleiten“ – mit Neugier, Offenheit und Praxisnähe. Ziel der Veranstaltung: die Vernetzung der Teilnehmer und die För-

derung der Weiterentwicklung von Ausbildungen. Auch diesmal kamen zahlreiche Ausbilder aus den Mitgliedsunternehmen, Berufsschullehrkräfte sowie IHK-Vertreter aus ganz Deutschland in München zusammen.

Ein Tag für gelebte Vielfalt

Ganz neu in ihrer Rolle als BdS-Referentin für Aus- und Weiterbildung, eröffnete Juliane Anger den Ausbilder-Workshop. Organisiert wurde das Treffen von Nicole Campe, die über viele Jahre den Bildungsbereich beim BdS mit außergewöhnlichem Engagement geprägt hat und nun das Eventmanagement im Verband verantwortet.

Geleitet wurde der Workshop von Amelie Hiemer von „Hands on Future“, einem Social-Startup, das mit seinen

Trainings verschiedene Strategien für eine resiliente Ausbildung vermittelt. Mit ihrer Expertise führte die Referentin die rund 30 Teilnehmer durch den Tag und sorgte dabei für einen geschützten, aber gleichzeitig offenen Raum für Diskussion und Austausch.

Neue Perspektiven eröffnen

Zum Einstieg zeigte Hiemer ein Bild einer stark geschminkten Person mit Bart in Ausbildungsuniform – ohne klare Geschlechterzuordnung. Auf die Frage „Welche Emotionen löst das bei euch aus?“ gestanden viele der Ausbildungsprofis offen ihre Unsicherheiten.

„Hier gibt es kein Schwarz oder Weiß“, betonte die Workshopleiterin. „Im Gegenteil: Je offener wir sind, desto mehr Schattierungen sehen wir. Unsere eige-



Foto: Prasanth/stock.adobe.com/generiert mit KI

So schmeckt 2026

Vielfalt, Haltung und Genuss mit Mehrwert – Speisekarten werden in diesem Jahr von vielen starken Signalen geprägt

Statt eines alles dominierenden Megatrends prägen Abwechslung, Individualisierung und ein neues Bewusstsein für Genuss, Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit nun die Speisekarten. Für Gastgeber eröffnen sich damit neue Chancen – vorausgesetzt, sie wählen Trends mit Bedacht und übersetzen sie in ihr eigenes Konzept.

Text: Karoline Giokas

FROSTKRONE
FOODSERVICE

WE LOVE FINGER FOOD

bringing people together



**NEW CONCEPTS
FOR MODERN SHARING!**



*Curious?
Meet us here!*

**INTER
NORGA**
13 - 17 MARCH 2026

WHERE?
Hall A4, Booth 111,
Messeplatz 1,
20357 Hamburg

www.frostkrone-foodgroup.com



Foto: semenovp via Getty Images, Volker Wenzlawski

Mehr Wert im Glas

Zwischen Mini-Highballs, Pilzextrakt-Kaffee und Zebra Drinking: Was jetzt auf die Karte gehört

Trinken wir in diesem Jahr anders? Wie spricht man junge Zielgruppen an? Hat Mineralwasser Storytelling-Qualitäten? Wir haben nachgehakt. *Text: Gabriele Gugetzer*

Alkohlfreier Wein wird langsam salonfähig“, ist Maximilian Wilm, vielfach ausgezeichnete Sommelier und Betriebsleiter im Restaurant Kinfelts Kitchen & Wine direkt bei der Elbphilharmonie in Hamburg, fest überzeugt.

„Für die gehobene Gastronomie ist er aber noch am Anfang. Mein persönlicher Favorit ist das Projekt Haardt Hills aus der Pfalz.“ Von wegen schmeckt nicht: Riesling, Chardonnay und Rosé vom Weingut haben es bereits in James Sucklings Tasting Notes geschafft.

wein? „Ich merke, dass viele Gäste da noch zu oft an Naturwein denken. Dieser Begriff ist ja bis heute nicht geschützt. Hier können wir als Branche noch mehr zur Aufklärung und Akzeptanz beitragen.“

Das Thema Nachhaltigkeit läuft ebenfalls. Grapos hat Produkte in Bio-Qualität, zuckerfrei und vegan entwickelt; vegan, so das Unternehmen, sei ein fester Bestandteil der Mainstream-Gastronomie geworden. Der Gastronom kann unter knapp 100 Postmix-Konzentraten für analoge Geräte oder den Schanomat auswählen. Leergut gibt's nicht, verwendet wird frisches Wasser, die Container für die Konzentrate sind zu 100 Prozent recycelbar, was in Kombination laut einer aktuellen Studie der TU Graz für einen enorm reduzierten ökologischen Fußabdruck sorgt.



Sommelier Maximilian Wilm, Restaurant Kinfelts Kitchen & Wine

Mein persönlicher Favorit unter den alkoholfreien Weinen ist das Projekt Haardt Hills aus der Pfalz

Regionalität, Nachhaltigkeit, Bio

Auch diese sind Trendthemen, weiß Wilm. „Die Nachfrage nach deutschen Weinen hat in den letzten Jahren extrem zugelegt. Auch bei Spirituosen findet man mittlerweile für nahezu alle Produkte regionale Spezialitäten“. Und was ist mit Bio-

Klassiker neu gedacht

Die Königin des Weinjournalismus, Jancis Robinson, macht dagegen keinen



Foto: Saskia Giebel

Mann/Frau trägt Haltung

Wie Berufsbekleidung 2026 in Hotellerie und Gastronomie Identität, Nachhaltigkeit und Performance vereint

Moderne Berufsbekleidung ist nicht nur funktionales Pflichtprogramm, sie ist Visitenkarte, Arbeitgebersprechen und zunehmend auch Nachhaltigkeitsstatement. Für die Gastgeberbranche bedeutet das: **Workwear muss gut aussehen, gleichzeitig aber auch performen, ökologisch überzeugen und dabei die DNA des Hauses widerspiegeln.**

Text: Karoline Giokas

Dass Berufsbekleidung heute Teil der Markenstrategie ist, zeigen beispielhaft das Empire Riverside Hotel und das Hotel Hafen Hamburg. Die Hamburger Schwesternhotels haben ihre Mitarbeiter bereits im letzten Jahr in neue Uniformen gekleidet, mit einem klaren Ziel: Zusammengehörigkeit stärken, ohne Individualität zu verlieren.

Dunkelblaue Zweiteiler mit modernem Fit, kombiniert mit weißen Hemden, Blusen und cleanen Sneakern sorgen am Empfang für einen zeitgemäßen Auftritt. Im Sommer ersetzt eine passende Weste das Jackett. Kleine, feine Details machen

dabei den Unterschied: lilafarbene Einstecktücher im Empire Riverside, eine Steuerrad-Reversnadel im Hotel Hafen Hamburg – subtil, aber wirkungsvoll. Auch in den Bars wird die Handschrift der Häuser sichtbar: Während die Tower Bar im Hotel Ha-

WAS SICH GUT ANFÜHLT UND AUSSIEHT, STÄRKT DAS ERSCHEINUNGSBILD NACH AUSSEN SOWIE DIE IDENTIFIKATION DER MITARBEITER MIT IHREM BETRIEB.

fen Hamburg auf graue Schürzen mit Echtlederriemen und bronzefarbenen Akzenten setzt, kombiniert das 20up im Empire Riverside schwarze Hosenträger mit gold- und bronzefarbenen Details.

Ein interner Stil-Leitfaden sorgt zudem dafür, dass der neue Look nicht nur getragen, sondern gelebt wird. Das ist ein Aspekt, der 2026 immer wichtiger wird: Bekleidung als Teil der Unternehmenskultur.

**Weniger Uniform,
mehr Persönlichkeit**

Diese Entwicklung bestätigt auch Deniz Schiebel von CG International:



GREIF
MIETWÄSCHE®

**ANZIEHEND
GUTER SERVICE**

Stilvolle Berufsbekleidung für
Gastronomie & Hotellerie

greif-mietwaesche.de/berufsbekleidung

19^{EST.}
22

Schloss



mit Stil

Wo barocke Grandezza auf zeitgemäßen Luxus trifft: ein Grandhotel, das Geschichte nicht bewahrt, sondern weiterlebt

Hoch über dem Bergischen Land entfaltet sich ein Ort, der weit mehr ist als ein Fünf-Sterne-Hotel. Das Althoff Grandhotel Schloss Bensberg verbindet historische Substanz mit internationaler Strahlkraft, exzellenter Kulinarik und einer Eventkultur, die Maßstäbe setzt – und schreibt seine Erfolgsgeschichte seit 25 Jahren mit bemerkenswerter Konsequenz fort.

Text: Karoline Glokas

Hannah Gharib

„Hotel-Frühstück um 13 Uhr ist für mich der Jackpot“

Schauspielerin Hannah Gharib, Jahrgang 1998, hat nur wenige Jahre gebraucht, um sich für anspruchsvolle Hauptrollen zu empfehlen. Vor der gebürtigen Rheinländerin gibt es 2026 kein Entkommen im TV. So verkörpert sie in der ARD-Produktion „Für Euch“ nach dem gleichnamigen autobiografischen Roman der Journalistin Iris Sayram die Autorin, die sich als junge Frau aus prekären Familienverhältnissen befreite – mit Mut, Willenskraft und Humor. In einem ZDF-Primetime-Krimi spielt Gharib eine Psychologiestudentin, deren Vater (Jan Josef Liefers) als Polizist von seiner Vergangenheit eingeholt wird.

Interview: Sebastian Bütow

JETZT
REDE
ICH!



**Die
Vanilleschote
im Exklusiv-
Interview**

VORSCHAU

Das nächste HOGAPAGE-Magazin erscheint am 11. Mai 2026



Special: Digitale Helfer

Kasse und Abrechnung sollen schneller, sicherer und transparenter gestaltet sein? Wir zeigen, welche smarten Tools Abläufe vereinfachen, Fehler reduzieren und Betriebe so spürbar entlasten können.



Frische Saisonstars

Leichter und voller Geschmack: Jetzt bringen wieder Spargel, junge Salate und frisches Gemüse neue Impulse für die Speisekarte. Erfahren Sie, wie sich die Saisonprodukte kreativ und wirtschaftlich einsetzen lassen.



Außerdem

- Moderne Spülsysteme für reibungslose Abläufe in der Küche
- Milch, Käse, vegane Alternativen: was der Markt bietet und Gäste erwarten
- Sanitärbereiche: Hygiene, Komfort und Design auf neuem Niveau

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 4/2025



Ausgabe 5/2025



Ausgabe 6/2025

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 Gesamtfredakteurin:

Daniela Müller

Chefredakteurin Magazin:

Karoline Giokas
(V.i.S.d.P.)

Redaktion:

Wolfgang Bublies, Sebastian Bütow, Michael Eichhammer, Gabriele Gugetzer, Christine Hintersdorf, 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



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