

HGK

Mit uns ist zu rechnen!

FROHE WEIHNACHTEN
und
EIN GUTES
NEUES JAHR!

DAS MITGLIEDERMAGAZIN

HGK-AKTUELL

Dezember 2022

Auch der Weihnachtsmann setzt auf Nachhaltigkeit



Wo können Sie die HGK 2023 persönlich treffen?

Liebe Mitglieder,

durch die Corona-Pandemie fand die letzte Internorga-Teilnahme der HGK im Jahr 2019 statt.

Im kommenden Jahr sind wir wieder dabei: Vom 10. bis 14. März 2023 haben Sie die Möglichkeit, uns auf unserem Messestand in Halle B1.0G., Stand-Nr. 206 zu besuchen und sich über das HGK-Leistungsportfolio zu informieren. Einige HGK-Lieferpartner sind auch vor Ort und freuen sich auf den direkten Austausch mit Ihnen. Und weiter geht's! Am 22. Mai findet die HGK-Generalversammlung mit Convention und Galaabend im Filmpark Babelsberg in Potsdam statt.

Und über das Jahr verteilt wird es kleine HGK-Veranstaltungen geben, wie die HGK-Trendtour in verschiedenen Städten oder das HGK-RegioEvent in Soltau.

Wir werden Sie rechtzeitig detailliert über die HGK-Veranstaltungen informieren und freuen uns darauf, Sie persönlich begrüßen zu dürfen.

Im Juni dieses Jahres erschien die erste Auflage der digitalen HGK-Aktuell Kompakt, im zweimonatigen Wechsel mit der HGK-Aktuell in Printform, um dem Wunsch nach mehr Nachhaltigkeit gerecht zu werden und langfristig schonender mit unseren Ressourcen umzugehen.

Da dieses System im Mitgliederkreis sehr positiv aufgenommen wurde, werden wir im nächsten Jahr insgesamt vier Printausgaben der HGK-Aktuell für Sie mit einer themenbezogenen Berichtserstattung veröffentlichen: Im Februar, Juni, September und Dezember. In den anderen Monaten bekommen Sie die HGK-Aktuell Kompakt als Newsletter direkt in Ihr E-Mail-Postfach.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen dieser Dezember-Ausgabe.

Ihr HGK-Team

Inhalt

- 02 VORWORT
- 03 WEIHNACHTSGRÜSS
- 04 GEKÜNDIGTE LIEFERANTEN
- 05 NEUE MITGLIEDSBETRIEBE | AKTUELLE INFORMATION AUS DEM HGK-LIEFERPARTNERKREIS
- 06 PREISSTEIGERUNGEN MIT DER RICHTIGEN STRATEGIE ENTGEGENWIRKEN
- 08 DIE AGENDA FÜR DIE HOSPITALITY IST KLARER DENN JE
- 12 HOTELIER BIETET ENERGIEKRISE MIT PRINZIP GENCHI GENBUTSU DIE STIRN
- 14 DIGITALISIERTE UNTERSTÜTZUNG BEI FACHKRÄFTEMANGEL FÜR AUSSENGASTRONOMIE

Impressum

**VERLAG / HERAUSGEBER
UND ANSCHRIFT DER REDAKTION:**
HGK Hotel- und Gastronomie-Kauf eG
Yorckstraße 3 | 30161 Hannover
Tel: 0511 37422-100 | Fax: 0511 3742244
info@h-g-k.de | www.h-g-k.de
rechtliche Vertretung / Vorstandsvorsitzender: Dr. Urban Uttenweiler

VERANTWORTLICH:
Rowina Schymiczek, Leiterin Marketing, PR und Online-Vermarktung

REDAKTION:
Redaktionsausschuss der HGK Hotel- und Gastronomie-Kauf eG

HERSTELLUNG:
WIESENDANGER medien GmbH
Dr.-Schalk-Straße 27 | 82418 Murnau

AUFLAGE: 12 / 2022

ERSCHEINUNG: monatlich

BILDER: Titel: Adobe Stock © Andrey Kiselev, Seiten 2 bis 15: Adobe Stock © Hyrma, Seite 6: Adobe Stock © BillionPhotos.com, Seiten 8 bis 11: © HGK, Seiten 12 und 13: © Seehotel Wiesler, Seite 14: Adobe Stock © Mirko Vitali, Seite 15: © Hotel Restaurant Fricke



Wir wünschen Ihnen eine frohe Weihnachtszeit

Liebe Mitglieder,

die Zeit vergeht doch schnell und wieder ist ein Jahr fast vorbei – ein ereignisreiches Jahr, in dem viel passiert ist, neigt sich dem Ende entgegen.

Der andauernde Krieg in der Ukraine hat eine Reihe von negativen Auswirkungen mit sich gebracht, die jeden Einzelnen von uns vor neue Herausforderungen im beruflichen wie im privaten Bereich stellen. Steigende Energie- und Lebensmittelpreise, Unterbrechungen in den Lieferketten und eine hohe Inflation erfordern eine flexible Anpassung an die geänderten Anforderungen und Gegebenheiten. Ein großes Thema ist nach wie vor der vorherrschende Personalschwund in der Hospitality, denn viele unserer guten Fachkräfte wanderten in andere Branchen ab.

Wir alle wissen aktuell nicht, wie die Zukunft aussehen wird, aber in der Krise zeigt sich auch oftmals die sich entfaltende Kraft und so haben wir eine Vielzahl an kreativen und erfolgreichen neuen Ideen und Lösungen gesehen, die wir sehr gerne mit Ihnen teilen möchten.

In dieser Ausgabe der HGK-Aktuell zeigen wir Ihnen anhand von verschiedenen praxisbezogenen Beispielen auf, wie Sie diesen neuen Herausforderungen begegnen können:

Preissteigerungen werden wohl aufgrund der aktuellen Situation in den kommenden Monaten auf jeden Betrieb zukommen. Die richtige Strategie, um auf diese Steigerungen zu reagieren, kennt Alexander Schulten, Abteilungsleiter Projektmanagement, und hat Ihnen hierzu effektive und einfach umzusetzende Tipps zusammengestellt.

Auf dem diesjährigen HGK-Future Day in Ahaus standen die Themen Personal, Digitalisierung und Nachhaltigkeit auf der Agenda. Die Speakerinnen und Speaker widmeten sich zukunftsweisenden Konzepten und spannenden Visionen für die Gastronomie und Hotellerie.

Über steigende Energiepreise macht sich Klaus-Jürgen Wiesler vom Seehotel Wiesler wenig Gedanken. Bereits vor der Krise hat der Hotelier seinen Betrieb energieeffizient aufgestellt. In unserem Bericht erzählen wir Ihnen, wie das Wellnesshotel mit dem richtigen Energiema-

nagement seinen Energieverbrauch im gesamten Betrieb konstant halten kann.

In Zeiten von Fachkräftemangel einen Biergarten zu eröffnen und diesen mit dem vorhandenen Stammpersonal auch zu wuppen, ist mit digitaler Unterstützung möglich. Mit dem System chayns® Self Order werden dem Servicepersonal zusätzliche Wege für die Bestellaufnahme, Nachbestellung und den Kassivorgang erspart. Lesen Sie in unserem Interview mit Winfried Schulze vom Hotel Restaurant Fricke, wie die erste Saison mit dieser digitalen Unterstützung verlief.

Wir als HGK konnten zeigen, dass wir in diesen besonderen Zeiten ein verlässlicher und starker Kooperationspartner sind – für unsere Mitglieder aber auch für unsere Lieferanten. Möglichkeiten hierfür boten die diesjährigen HGK-Veranstaltungen: Das neue Veranstaltungsformat, die HGK-Trendtour am 24. und 25. Juli in Berlin im kleinen Mitgliederkreis, die HGK-Generalversammlung mit Rahmenprogramm zum 40-jährigen Geburtstag der HGK im Estrel Congress Center Berlin am 10. Oktober, der HGK-Future Day in Ahaus am 13. und 14. November und das HGK-RegioEvent am 21. November im Europa-Park Rust.

Unsere HGK-Mitglieder haben uns durch ihre rege Teilnahme gezeigt, dass die Mischung aus branchenspezifischer Wissensvermittlung, Austauschplattform und Event genau das passende Konzept ist.

Im Namen des ganzen HGK-Teams wünschen wir Ihnen, Ihren Familien und Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein friedliches und frohes Weihnachtsfest und allen ein gesundes und erfolgreiches neues Jahr.

Ihr HGK-Team





Gekündigte Lieferanten 2022

Bitte beachten Sie, dass die nachfolgend genannten Firmen (sortiert nach Lieferanten-Nummern) ab dem 01. Januar 2023 nicht mehr dem Lieferantenstamm der HGK angehören und somit nicht mehr abgerechnet werden können.

Fragen Sie in der HGK-Zentrale oder bei Ihrer zuständigen Einkaufsberaterin bzw. Ihrem Einkaufsberater nach alternativen HGK-Lieferanten.

Lief.-Nr.	Firma
71129	Winzergenossenschaft Oberbergen im Kaiserstuhl eG
71376	Kessler Sekt GmbH & Co. KG
72724	Tischer Gastro Johan Tischer GmbH
72842	Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH
73745	Winzergenossenschaft Waldulm/Baden eG
73112	Nagel & Hoffbaur GmbH & Co. KG
74107	Henkell & Co. Sektkellereien KG
74264	Getränke Kriemeyer GmbH
74562	ETTLI-Kaffee GmbH
74646	Lidega GmbH
74847	Ragaller GmbH & Co. Betriebs KG
75321	Firmengruppe Minsch
75508	Hohenloher Fruchtsäfte GmbH & Co. KG
75528	DAT Handelsgesellschaft mbH
75554	Remstallkellerei eG
75619	Bettwaren Stendebach & Co.
75637	Alltex Textilservice GmbH
75651	Betterspace GmbH
75657	MLINE Vertriebs- und Produktions GmbH
75663	Artweger GmbH & Co. KG
75686	Gaspar GmbH
75699	Max Winzer GmbH & Co. KG
75710	Aqua free Service GmbH
75715	8 seasons design GmbH
75719	UWS Technologie GmbH
75762	Euraneg GmbH
75763	wyn digital GmbH
75766	Jörg Stingl Groß- und Einzelhandel
75782	Cadorabo E-Commerce
75796	ImpactPharm UG (haftungsbeschränkt)
75820	Voss Dienstleistungen GmbH

**BEI FRAGEN STEHEN
IHNEN FOLGENDE
HGK-MITARBEITERINNEN
IN DER ZENTRALE
ZUR VERFÜGUNG:**

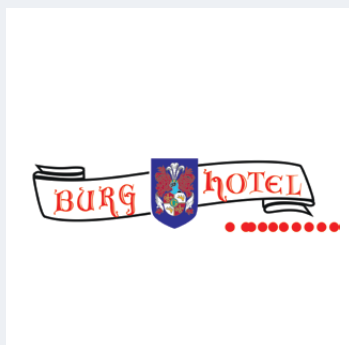
Anette Lukasczyk
Tel.: 0511 37422 – 159
E-Mail: a.lukasczyk@h-g-k.de

Annett Schambor
Tel.: 0511 37422 – 184
E-Mail: a.schambor@h-g-k.de

Verena Schrader
Tel.: 0511 37422 – 157
E-Mail: v.schrader@h-g-k.de

Neue Mitgliedsbetriebe

Neue Mitgliedsbetriebe vom 14.10.2022 bis 15.11.2022



Burg Hotel Ziesar
Frauentor 5
14793 Ziesar



Hotel- u. Golfrestaurant
Wißmannshof
Wißmannshof 999
34355 Staufenberg Speeke



Bodetaler Basecamp Lodge
Ortsstraße 1b
38889 Höhlenort Rübeland



Landgasthaus Zur Quelle
Brückenstraße 36
57647 Nistertal



Gasthaus Rothneichner
Hauptstraße 16
84335 Mitterskirchen



Aktuelle Information aus dem HGK-Lieferpartnerkreis:

Badischer Winzerkeller EG, Zum Kaiserstuhl 16 in 79206 Breisach

Unser Lieferpartner Badischer Winzerkeller gehört ab dem 01.01.2023 nicht mehr der Einkaufsgruppe HGK-EinkaufPlus an.

Die Firma Badischer Winzerkeller ist aber weiterhin ein HGK-Liefer- und Dienstleistungspartner: Allgemeine Bestellungen aus dem Mitgliederkreis können somit, wie gewohnt, über die HGK abgerechnet werden. Dies betrifft lediglich die Teilnehmenden der Einkaufsgruppe HGK-EinkaufPlus.

Bei Fragen steht Ihnen Jens Kröpke gern zur Verfügung.

KONTAKT

Jens Kröpke
Tel.: 0511 37422-182
E-Mail: j.kroepke@h-g-k.de



Es gibt verschiedene Möglichkeiten, sich im Einkauf mit **Preiserhöhungen strategisch auseinanderzusetzen**

Preissteigerungen mit der richtigen Strategie entgegenwirken

NACH DER CORONA-PANDEMIE IST DIE BRANCHE WEITER VON UNSICHERHEIT GEPRÄGT. HOTELLERIE UND GASTRONOMIE LEIDEN UNTER INFLATION, GESTIEGENEN PREISEN FÜR ENERGIE SOWIE LEBENSMITTEL UND FACHKRÄFTEMANGEL.

Die Preise für den Food-Einkauf passen sich dem aktuellen Marktgeschehen an und dies erfordert wiederum Maßnahmen auf Seiten der Zuliefererindustrie, die mit Preiserhöhungen antwortet. Wie kann die HGK als Einkaufskooperation Hoteliers sowie Gastronominnen und Gastronomen helfen, in dieser Situation einen kühlen Kopf zu bewahren?

Wir sprechen mit Alexander Schulten, Abteilungsleiter Projektmanagement Einkauf bei der HGK, der in unserem Interview verschiedene Möglichkeiten aufzeigt, um sich im Einkauf mit dem Faktor Preiserhöhungen strategisch auseinanderzusetzen.

Von meinem Lieferanten liegt die Information für eine Preisanpassung vor. Wie verhalte ich mich und was kann ich selbst tun?

In diesem Fall schlage ich vor, sachlich mit der Situation umzugehen und Schritt für Schritt den Ist-Stand zu prüfen. Es fängt damit an, die bestehenden vertraglichen Vereinbarungen zu kontrollieren: Welche Konditionen wurden vereinbart und sind diese an bestimmte Voraussetzungen geknüpft? Gibt es hierzu vereinbarte Preisbindungszeiträume, die einzuhalten sind oder sogar Ankündigungsfristen für Preisanpassungen? Der nächste Schritt ist die Überprüfung der aktuellen Lieferbedingungen. Wie sehen die Mindestbestellwerte und die Anzahl

der Lieferstopps aus? Wie verhält es sich mit der Reklamationsquote, wurden Artikel oft falsch geliefert? Dann sollten die internen Abläufe unter die Lupe genommen werden, um zu sehen, wie das Thema Preiserhöhung im Betrieb bearbeitet wird. Hierfür ist zu hinterfragen, wie Informationen von Lieferanten für Preisanpassungen bearbeitet werden. Wann wurde das aktuelle Preisgefüge zuletzt geprüft? Haben Sie in Ihrem Betrieb Preiskontrollmechanismen eingeführt, die Preiserhöhungen aufdecken und kaufen Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die richtigen Artikel beim richtigen Lieferanten?

Die HGK hat verschiedene Werkzeuge im Portfolio, um ihren Mitgliedern die administrative Arbeit abzunehmen. Um welche unterstützenden Maßnahmen handelt es sich konkret?

Bei den genannten Punkten unterstützen und begleiten wir auf Wunsch unsere Mitglieder und erarbeiten gemeinsam Lösungswege. Ein weiterer Ansatz ist die Optimierung in der Beschaffungsstrategie. Die Artikel werden gebündelt, indem die HGK-Sortimente und Warenkörbe zusammenfasst und die Preisentwicklung am Markt beobachtet werden. Damit können wir bestehende Warenkörbe unserer Mitglieder sehr gut einschätzen und bewerten. Sollte dieser dann preislich aus dem Rahmen fallen, kann eine Ausschreibung oder Nachverhandlung mit dem jeweiligen Lieferanten erfolgen, die von der HGK durchgeführt wird. Nicht selten sprechen wir hier von Einsparpotenzialen im zweistelligen Prozentbereich. Anschließend Bonusvereinbarungen schließen wir immer schriftlich ab, was wir übrigens allen Mitgliedern für alle Vereinbarungen empfehlen. Das schafft Klarheit, auch nach längerer Vertragslaufzeit. Zusätzlich empfehlen wir Preisbindungszeiträume für die eigene Kalkulation (auch für Monats- und Wochenpreise). Sollten sich für bestimmte Artikel oder Sortimente keine Preisbindungszeiträume vereinbaren lassen, empfehle ich, nach Alternativen zu suchen. Willkürliche Preise machen die eigene betriebswirtschaftliche Kalkulation einfach unmöglich.

Gibt es seitens der HGK ein Tool, damit die Mitglieder die Rechnungen kontrollieren können, um rechtzeitig außergewöhnliche Preisschwankungen aufzudecken?

In diesem Zusammenhang können wir auf unser digitales Tool HGK-BackOffice hinweisen. User dieses Systems haben unter anderem die Möglichkeit, durch die Letztpreiskontrolle Artikelpreise im Auge zu behalten. Wenn von einem Lieferanten eine Preiserhöhung durchgeführt wurde, informiert das System sofort darüber. Zusätzlich kann über die Preishistorie die vollständige Preisentwicklung nachvollzogen werden. Das HGK-BackOffice-Berichtswesen zeigt zudem die gekauften Artikel mit Mengenangaben und den dazugehörigen Preisen an.

Wichtig sind an der Stelle also zwei Empfehlungen:

1. Preisveränderungen überhaupt mitzubekommen
2. Dann entsprechend zu reagieren

Gern informieren wir Sie in einem Beratungsgespräch über die nächsten Schritte zu einem effizienten und strategisch optimierten Einkauf – von der Einkaufs-Analyse bis zur Ausschreibung und Verhandlung.

Haben Sie eine Empfehlung für Hoteliers sowie Gastronomen und Gastronomen, die selbstständig mit den Lieferanten in Verhandlung treten möchten?

Wenn von einem Lieferanten die Information zu einer Preisanpassungen vorliegt, sollten folgende Punkte beachtet werden:

1. Prüfung der angegebenen Gründe für die Anpassung.
2. Prüfung der Höhe der Anpassung (auf Artikelbene oder als Pauschalen).
3. Prüfung der Relevanz der Anpassungen für den eigenen Warenkorb: Um wie viel Euro erhöhen sich die von Ihnen gekauften Artikel? Wie wirkt sich diese Anpassung, bezogen auf Ihre Abnahmemenge, aus?
4. Prüfung möglicher Alternativen: Evtl. kaufen Sie bereits bei einem Lieferanten, der diese Artikel zu günstigen Preisen anbieten kann? Oder es gibt einen preisgünstigen Artikel beim gleichen Lieferanten, den Sie einsetzen können.
5. Schriftlicher Widerspruch auf gleichem Weg, wie Sie die Anpassung erreicht hat.
6. Gespräch mit dem Lieferanten zur Nachverhandlung der Anpassung: Benötigen Sie exakt den gleichen Artikel, dann schauen Sie bitte Punkt 9 an. Sonst lassen Sie sich alternative Artikel anbieten. Wenn Sie herausfinden möchten, ob andere Betriebe in gleichem Maße von Anpassungen betroffen sind, können wir mit einer HGK-Vergleichsanalyse für Aufklärung sorgen.
7. Schriftliche Fixierung der neuen Regelung.
8. Kontrolle auf Einhaltung auf den nächsten Rechnungen.
9. Ggfs. Anpassung der eigenen Preiskalkulation gegenüber Ihren Gästen.
10. Regelmäßiges Nachfassen beim Lieferanten, ob die angegebenen Gründe sich wieder zu Ihren Gunsten verändert haben und eine Preisreduzierung möglich ist?

Noch eine Ergänzung von mir:

Grundsätzlich sind detaillierte Informationen über das eigene Einkaufsverhalten das A und O einer Verhandlung. Ob es Bestell- oder Rechnungsdaten sind, wir haben als HGK diese Daten unserer Mitglieder vorliegen und können diese, auch für eigene Verhandlungen unserer Mitglieder, vorbereiten und zur Verfügung stellen.

Wie sehen Sie persönlich die zukünftige Ausrichtung eines Betriebes und auch die Chancen in der Krise?

Interne Abläufe sollten auf den Prüfstand gestellt und optimiert werden. Hierfür ist die Einführung von digitalen Tools wie HGK-BackOffice (Kreditorenmanagementsystem) oder HGK-Order (Bestellplattform) eine sinnvolle Maßnahme, um im Tagesgeschäft unterstützt und entlastet zu werden. Zudem ist es wichtig, das Mitarbeiter-Team in neue Maßnahmen mit einzubeziehen, um es von Anfang an für auftretende Fehlerquellen zu sensibilisieren. Eine fortlaufende Prüfung aller Vereinbarungen mit den Lieferanten ist genauso ein wichtiger Bestandteil wie die regelmäßige Kalkulation der eigenen Preise.



Zukunftsweisende Konzepte für die Hotellerie und Gastronomie für die Gäste von morgen

Die Agenda für die Hospitality ist klarer denn je

DER HGK-FUTURE DAY 2022 ZEIGTE MIT STARKEM PRAXISFOKUS DIE ENGE VERZÄHNUNG DER GROSSEN HOSPITALITY-THEMEN PERSONAL, DIGITALISIERUNG UND NACHHALTIGKEIT

Zukunftsweisende Konzepte, Paradigmenwechsel und spannende Visionen für die Gastronomie und Hotellerie brachte der HGK-Future Day am 14. November aufs Podium. Branchenteilnehmer aus ganz Deutschland trafen sich zum dritten Mal zu diesem Eventformat auf dem Tobit.Campus in der Smart-City Ahaus.

Gastronomien seien Wirtschaftsmotoren, betonte in seinem einleitenden Vortrag Marvin Liedmeyer vom Tobit.Labs. Die Antwort auf aktuelle Herausforderungen dürfe deshalb nicht mehr Ruhetage lauten, sondern müsse eine effizientere Organisation sein. Um effizienter zu werden, könne man dem Gast mehr Verantwortung geben. So sei Self-Ordering gerade für Pop up-Gastronomien wie Biergärten mit weiten Wegen fürs Personal interessant und biete auch Chancen für neue Konzepte durch die Einbindung mehrerer Gastronomieobjekte. Dies ermögliche es dem



Gast, den Cocktail aus der Bar, das Gericht aus dem Restaurant und den Eisbecher aus der Eisdiele zu ordern, ohne die Location zu wechseln: „Durch Digitalisierung profitieren Gäste und Personal gleichermaßen.“ Das Chayns-System von Tobit ermöglicht Bestellungen, Tischreservierungen und die Teamplanung über eine Plattform.

KÜNFTIG SIND ANDERE FÜHRUNGSTYPEN GEFRAGT



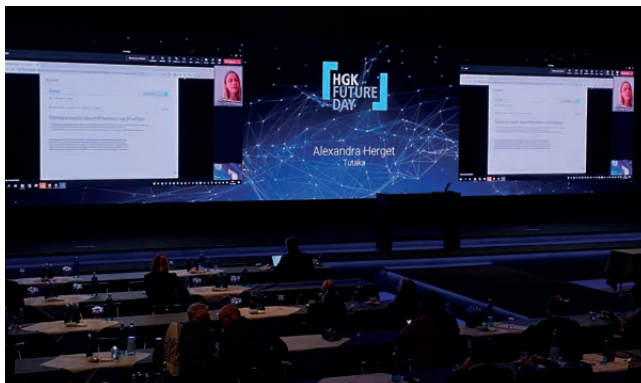
Wie eine empathische, werteorientierte Führung im Sturm der Megatrends aussehen und vor allem erfolgreich funktionieren kann, demonstrierte Dr. Caroline von Kretschmann, geschäftsführende Gesellschafterin des Europäischen Hofes in Heidelberg und Hotelière des Jahres: „Die Generationen Y und Z haben heute andere Werte und brauchen Führungskräfte, die sie motivieren.“ Heute gehe es darum, kollektive Intelligenz zu heben, Sinn zu stiften, Fehlerkulturen aufzubauen und sich gemeinsam als Unternehmen weiterzuentwickeln. „Andere Führungstypen sind gefragt: der Moderator, der Coach, der Ausprobierer.“ Es gehe weniger um Vorgeben und mehr um Vorleben. „Walk the talk“, sei das Motto. Je digitaler die Zukunft werde, desto analoger müsse Führung sein, so Kretschmann. Gerade in Vuca-Zeiten und Krisen sei vor allem eine gute Unternehmenskultur ein überlebenswichtiger Anker. „Eine menschliche Unternehmenskultur wie wir sie praktizieren, schafft Identität, Orientierung, Sicherheit und stärkt die Mitarbeiterbindung. Bei uns bewerben sich die Mitarbeiter deshalb“, erzählt die Hotelière. „Wir suchen Stellen für Mitarbeiter, nicht Mitarbeiter für Stellen. Einen Arbeitsplatz, an dem diese ihr Potenzial entfalten können und Freude haben.“ Dr. Caroline von Kretschmann gab auch einen Einblick in die gelebte Vertrauenskultur des Europäischen Hofes und verdeutlichte den Stellenwert ihres Personals: „Wir treffen keine ökonomischen Entscheidungen, die zu Lasten unserer Mitarbeiter gehen. Das Team ist bei uns der Star, es steht an erster Stelle. So ist sichergestellt, dass der Gast den bestmöglichen Service bekommt.“

VEREINFACHUNG UND GUTES STORYTELLING ALS SCHLÜSSEL



Welche Trends und Innovationen turbulente Zeiten mit sich bringen und was diese für die Branche bedeuten, zeigte Pierre Nierhaus, der bereits zum zweiten Mal die HGK-Future Day-Bühne zum Beben brachte. Es werde künftig mehr gegessen und getrunken, aber zu anderen Bedingungen. Ein wachsender Food-Trend sei das Food-Sharing im Restaurant. Immer wichtiger werde Authentizität bei Lebensmitteln, Vertrauen in Produzenten und Gastronomen. „Handwerkliche Produkte sind gefragt, solange sie eine schöne Geschichte haben.“ So könne man durch QR-Codes Zusatzinfos zu Gerichten abrufbar machen. Generell sei bei allen Konzepten gutes Storytelling wichtig. Hierzu gehöre auch, überzeugend zu kommunizieren, warum man bestimmte Lebensmittel gerade nicht anbieten könne. Um besser mit neuen Herausforderungen umzugehen, laute das Stichwort Vereinfachung. „Richtig gute Bars haben oft nur noch 10 bis 15 Cocktails, aber dafür ihre Signature-Drinks. Gleiches bewährt sich mit Gerichten in Restaurants.“ Im Hotelsektor seien Open Work Spaces ebenso wie Apartment-Hotels und Longstay große Themen. Auch Eco-Hotels und entsprechende Siegel seien immer mehr im Kommen. Der Tourismus werde lokaler. „Change is coming. Auf diese Veränderungen müssen wir reagieren. Hier macht es auch Sinn, Dinge zu bündeln. Ein gutes Beispiel ist die Einkaufskooperation“, so Nierhaus.

NACHHALTIGKEIT ALS INNOVATIONSTREIBER



Remote zugeschaltet war die erkrankte Alexandra Herget, Gründerin von Tutaka, einer Plattform für nachhaltige Produkte, die direkt im Einstieg zu bedenken gab, welche desaströsen Folgen die Klimakatastrophe auch für den Tourismus habe. Allein dies sei Grund genug, Konzepte umzustellen auf mehr Nachhaltigkeit. Dies sei zwar oft komplex, rechne sich aber – auch monetär. Vom Energiesparen durch alternative Heizmethoden bis zum verringerten CO₂-Fußabdruck bei Gerichten oder einem Arbeitsumfeld, in dem Mitarbeitende ihre eigenen Werte leben könnten. „Nachhaltigkeit ist kein Trend mehr, sondern ein Innovationstreiber“, unterstützte dies auch Armin Wolff von Greensign, der in den letzten Jahren mehrere hundert

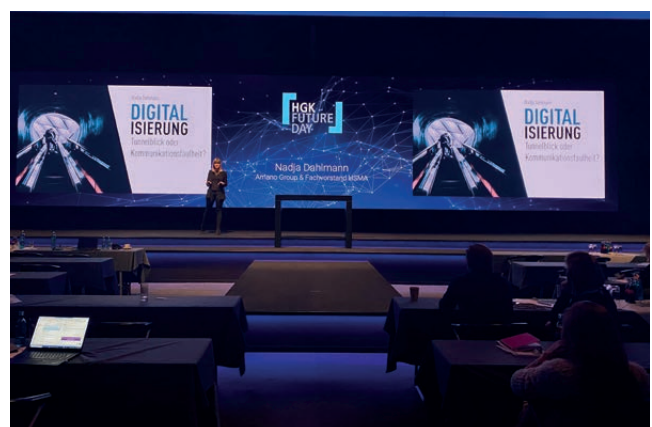


Hotels mit dem Greensign-Siegel zertifiziert hat. Hoteliers und Gastronomen könnten hier eine Vorreiterrolle übernehmen. Um sich zertifizieren zu lassen, sei es zunächst einmal wichtig, Prozesse im eigenen Haus zu hinterfragen und auf den Prüfstand zu stellen. So könne man sukzessive nachhaltiger werden. Nachhaltigkeit sei kein Sprint, sondern ein Marathon.

HOTELLALLTAG MIT CO-ROBOTS UND SMARTE ASSISTENTEN



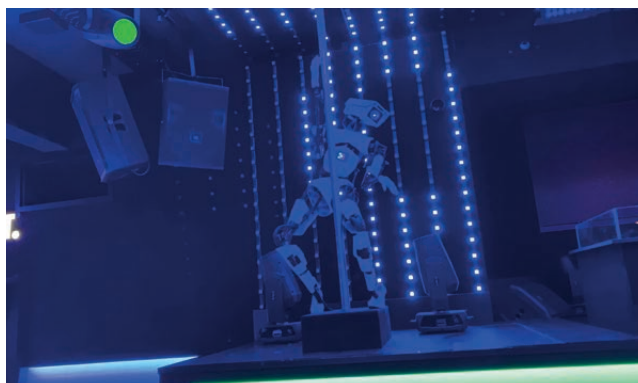
Einen Ausblick auf die Hotellerie in zehn Jahren gab Olga Heuser. Die Gründerin und Geschäftsführerin von DialogShift demonstrierte, wie künstliche Intelligenz die Hotellerie in den nächsten Jahren verändern könne. Dabei spielten It. Heuser Roboter als Coworker ebenso eine Rolle wie die Weiterentwicklung von Chat-Bots. „Sehr bald können wir mit Künstlicher Intelligenz sprechen wie mit echten Menschen“, prognostizierte Olga Heuser. Auch das Metaverse und die Nutzung virtueller Welten berge für die Zukunft interessante Möglichkeiten, um Marken für den Gast erlebbar zu machen. Ebenso wie Olga Heuser sah auch Nadja Dahlmann von der Amano Group die Digitalisierung als Chance, sich wieder intensiver mit dem Gast zu



beschäftigen. Sie hob die Bedeutung der Kommunikation innerhalb digitaler Systeme hervor. Kommunikation müsse in der Lage sein, ein Unternehmen individuell, glaubwürdig und homogen wirken zu lassen. „Sprache, Design und Information sollten in einer Organisation über alle Systeme hinweg einheitlich und fehlerlos sein.“



Neue Arbeitswelten veranschaulichten Anja Eigen und Sarah Wankelmann von der Deutschen Hotelakademie. Es werde tiefgreifende Transformationen durch einen Wandel bei Werten, Demografie und Technologie vor dem Hintergrund der Vuca-Welt geben. Unternehmen und Branchen würden häufiger gewechselt, so dass es immer weniger Spezialisten und mehr Generalisten gebe. Die neue Generation wolle weniger arbeiten und Berufsbilder seien dabei, sich zu verändern. Neue Arbeitszeitmodelle und mehr Weiterbildungsangebote würden immer wichtiger. Modernes Leadership bedeute weniger Führungsarbeit und mehr Beziehungsarbeit. Es gelte, mehr vom Mitarbeiter und weniger vom Produkt oder Gast zu denken.



Auf der gemeinsamen Abendveranstaltung und einer Erlebnistour durch die Digital-City Ahaus konnten die Teilnehmer anschließend live erleben, wie digitale Zukunft in der Hospitality aussehen kann.



Bei der anschließenden Podiumsdiskussion mit dem Vorstandsvorsitzenden der HGK, Dr. Urban Uttenweiler, Anna Heuer, Geschäftsführerin der HSMA, Tim Bornwasser vom Hafenrestaurant Grömitz sowie den Speakerinnen Anja Eigen und Olga Heuser konnte das Publikum per Smartphone über die auf der Bühne diskutierten Fragen mit abstimmen. So stimmten 64 Prozent voll und 34 Prozent teilweise zu, dass Nachhaltigkeit in Zukunft im B2B-Bereich die Buchungen (mit-)bestimmen werde.



KONTAKT

Jan Suwalski
Tel.: 0511 37422-163
E-Mail: j.suwalski@h-g-k.de



Mit großen und kleinen Maßnahmen
**den Energieverbrauch
konstant halten**

Hotelier bietet Energiekrise mit Prinzip Genchi Genbutsu die Stirn

„ÜBER STEIGENDE ENERGIEPREISE MACHE ICH MIR WENIGE GEDANKEN“, SAGT KLAUS-GÜNTHER WIESLER.

Mit seinem umfassenden Nachhaltigkeitskonzept hat der Träger des Bundesverdienstkreuzes seinen Betrieb bereits weit vor der Krise energieeffizient aufgestellt. Dabei setzt er auf ein Grundprinzip des Lean Managements und macht sich vor Ort sein eigenes Bild, statt teure Energieberater zu engagieren. Von seinen Erfahrungen sollen auch andere profitieren.

In seinem 4 Sterne Superior Wellnesshotel im Hochschwarzwald hat der Hotelinhaber schon immer sehr auf Umweltverträglichkeit gesetzt, lange bevor der Begriff Nachhaltigkeit in Mode kam. Als das Thema auch in der Gesellschaft stärker in den Fokus rückte, setzte er gemeinsam mit seiner Familie schrittweise weitere Maßnahmen um. Seit 2006 ist sein Betrieb mit der europäischen Umweltzertifizierung EMAS zertifiziert. Weil er auch Branchenkollegen dabei hilft, sich nachhaltiger aufzustellen, erhielt Klaus-Günther Wiesler vor ein paar Jahren das Bundesverdienstkreuz. Gerade in der Krise möchte er auch anderen Häusern Mut machen und Anregungen geben, wie sich kurz- und vor allem langfristig mit wachsenden Herausforderungen besser umgehen lässt. Hierfür engagiert er sich auch an der Spitze des kürzlich gegründeten Bundesausschuss für Umwelt, Energie und Nachhaltigkeit des Dehoga. „Man müsse aber nicht gleich das ganz große Rad drehen, sondern könne auch ohne riesige Investitionen

und sogar kurzfristig schon viel bewirken.“

TROTZ HOTELERWEITERUNG IST DER ENERGIEVERBRAUCH NICHT GESTIEGEN

Gerade für ein Wellnesshotel ist das Energiemanagement eine Herausforderung. Bereiche wie Schwimmbad, Sauna & Spa sind normalerweise sehr energieintensiv. Mit vielen großen und kleineren Maßnahmen hat der Hotelinhaber es trotzdem geschafft, nicht nur nahezu klimaneutral in Scope eins und zwei zu werden, sondern seinen Energieverbrauch im gesamten Betrieb trotz Hotelenerweiterung konstant zu halten. In diesem Zusammenhang wirbt der Hotelier auch für mehr Digitalisierung.

Denn bei der Entwicklung seines Nachhaltigkeitskonzeptes geholfen hat ihm ein digitales Managementsystem, das ihm die Transparenz über sämtliche Verbräuche und Kosten in den verschiedenen Bereichen seines Betriebes ermöglicht. „Für uns ist das HGK-BackOffice-System als Controlling-Tool und Grundlage für nachhaltige Entscheidungen unverzichtbar geworden. Vom Überblick über Strom- und Gasrechnungen bis zu Maschinenersatzanschaffungen. Ohne diese digitale Unterstützung hätten wir viele Infos nicht oder müssten uns diese umständlich beschaffen.“ Für die Umsetzung eines erfolgreichen Energiekonzeptes rät der Nachhaltigkeitsexperte auch anderen Kolleginnen und

Kollegen, nicht willkürlich zu handeln, sondern systematisch und mit einer guten Datenbasis vorzugehen. „Man sollte sich den eigenen Betrieb erstmal genau anschauen. Wie sehen meine Verbräuche in den einzelnen Bereichen aus?“ Ein guter Anfang sei es, einmal die Energie- und Wasserverbräuche zu checken und insgesamt zu prüfen, wie ein Haus energetisch aufgestellt sei. Bei so einer Betrachtung fänden sich meistens schon recht schnell Ansatzpunkte.

MIT ENERGIEEFFIZIENTEN EIGENENTWICKLUNGEN VORREITER

„Um zu erfahren, wo sich am besten sparen lässt, braucht man nicht unbedingt Energieberater, die mit ferndiagnostischen Berechnungen und Beratungen im Vorfeld hohe Kosten verursachen“, sagt Dr. Urban Uttenweiler, Vorstandsvorsitzender der HGK, der mehrere Jahre in einem japanischen Konzern gearbeitet und dort den unmittelbaren auf den Grund gehenden Pragmatismus schätzen gelernt hat. „Genchi Genbutsu, oder Gemba, gehe an den Ort und überzeuge dich selbst. Das ist es, was Klaus-Günther Wiesler macht und wofür er mit seinem erfolgreichen Nachhaltigkeitskonzept mehr als jeder andere steht. Man kann so viel selbst in die Hand nehmen. Das fängt z. B. damit an, Energiezähler vor die Geräte zu schalten. So simpel wie sinnvoll.“

Eine der effektivsten Maßnahmen, um Energie zu sparen, ist eine gute Gebäudedämmung. „Denn wo keine Wärme verloren geht, muss auch weniger produziert werden“, erläutert Klaus-Günther Wiesler. 98 Prozent seiner Energie gewinnt das Seehotel aus erneuerbaren Energien. „Wir haben zum Beispiel unsere Ölheizung durch eine Hackschnitzelheizung ersetzt, mit der wir mittlerweile das gesamte Gebäude heizen. Diese Wärmeerzeugung ist sehr effizient und nebenbei noch nahezu CO₂-neutral“, sagt der Hotelier. „Einige Dinge haben wir selbst entwickelt, die später Standard im Markt wurden.“ Ein Beispiel ist die hybride Sauna, bei der die Grundwärme aus Hackschnitzeln kommt und nur die Differenz zur Betriebstemperatur durch elektrische Saunaöfen ausgeglichen wird. Die Schwimmbecken des Hotels werden größtenteils mit einer Solarthermianlage geheizt und um zusätzlich Energie zu sparen, wurde der

Liegebereich durch eine Glaswand abgetrennt. Wird der Außenpool nicht genutzt, kommt eine Solarabdeckung ins Spiel, so dass deutlich weniger Wärme verloren geht. Ähnliches beim Außen-Whirlpool: Sind keine Gäste da, fließt sein Wasser in einen Tank im warmen unterirdischen Keller und wird erst bei Bedarf in den Pool zurückgeleitet.

IN SUMME KÖNNEN AUCH VIELE KLEINERE MASSNAHMEN EINIGES BEWIRKEN

Das Energiesparkonzept zieht sich durch das gesamte Unternehmen – bis in die Küche. Hier werden alle Kühlschränke durch eine moderne Computersteuerung geregelt und sind dadurch effizienter als herkömmliche Geräte. Am Essenspass gibt es eine Lichtschränke, so dass die Wärmelampe nur angeht, wenn sie Speisen warmhalten muss und nicht den ganzen Abend läuft. Gekocht wird mit Induktion. Das spart Energie und CO₂ und sorgt nebenbei für ein besseres Raumklima.

Besonders bei der Technik lässt sich laut dem Hotelchef viel bewirken: „Immer, wenn Sie ein Gerät ersetzen, machen Sie sich Gedanken über eine nachhaltige Alternative. So kommt man schnell voran. Ob das die Gläserspülmaschine, der Eiswürfelbereiter oder die Föhne in den Zimmern sind. Gerade Ersatzinvestitionen verursachen meistens nicht mehr Kosten, bringen aber sofort Einsparungen.“ Die Housekeeping-Mitarbeiter zu schulen, wie die Lüftung eines Hotels richtig funktioniert, die Beleuchtung auf LED umzustellen: Man könne laut Wiesler an vielen Schrauben drehen und nachhaltiger werden, auch ohne große Kosten. „Die Krise ist nur der Katalysator für schon lange bekannte Probleme in Deutschland. Sie deckt Baustellen auf, die vorher schon da waren und die jetzt umso schneller angegangen werden müssen“, so Klaus-Günther Wiesler.



KONTAKT

Seehotel Wiesler
Strandbadstraße 5
79822 Titisee
Tel.: 07651 98090
E-Mail: info@seehotel-wiesler.de
www.seehotel-wiesler.de





Digitalisierte Unterstützung bei Fachkräftemangel für Außengastronomie

DAS HOTEL RESTAURANT FRICKE PLANTE BEREITS 2021 AUF EINER FREIEN FLÄCHE NEBEN DEM HOTEL EINEN BIERGARTEN ZU ERÖFFNEN.

Da die bestellten Biergartenmöbel nicht rechtzeitig geliefert werden konnten, wurde die Eröffnung verschoben. Im Mai dieses Jahres war es dann endlich soweit und 96 Sitzplätze im Freien haben die Gäste zum Verweilen eingeladen. Wie sich die Bewirtung in Zeiten von Fachkräftemangel mit dem bestehenden Stammpersonal durch digitale Hilfe effizient umsetzen ließ, erzählt uns Winfried Schulze im folgenden Gespräch:

Wie sind Sie auf das System chayns® Self Order (Self Order Gastro) von Tobit Software aufmerksam geworden und warum haben Sie das bargeldlose Bestellsystem eingeführt?

Die HGK hat mich 2020 auf dieses bargeldlose Bestellsystem aufmerksam gemacht und da die Umsetzung unseres Biergartens in Planung war, habe ich mich mit dieser digitalen Plattform beschäftigt. Letztendlich hat uns das System überzeugt und somit wurde die Software in unserem Betrieb eingeführt. Zudem war es für uns wichtig, ohne zusätzliches Personal unseren Biergarten zu betreiben. Das Problem ist bekannt, dass es schwierig ist, im Gastgewerbe geeignetes Personal zu finden. Daher sollte der Service im neuen Biergarten für unseren bestehenden Mitarbeiterstamm zu bewältigen sein. Das Serviceteam erspart sich somit die Wege zur Bestellaufnahme, Nachbestellung und den Kassiervorgang. Übrigens sind wir

nach unserem Kenntnisstand im weiten Umkreis bisher der einzige Biergarten, der mit einem System dieser Art arbeitet.

In diesem Jahr haben Sie Ihren Biergarten eröffnet und erstmals mit dem System chayns® Self Order gearbeitet. Können Sie uns mehr über Ihre Praxiserfahrungen berichten?

Der Start mit dem System erfolgte problemlos. Nachdem ich selbst an einer Schulung bei Tobit Software in Ahaus teilgenommen habe, um das System detailliert kennenzulernen, habe ich unser Personal eingewiesen und die Basics vermittelt – alles klappte auf Anhieb. Wir haben uns dazu entschlossen, mit zwei Terminals zu arbeiten, da die Speisen und Heißgetränke in der Hotelküche zubereitet werden. Somit wurde ein Terminal direkt im Getränkewagen im Biergarten platziert und der zweite Terminal auf der Theke im Innenbereich aufgestellt. Die Gäste bestellen die gewünschten Getränke und Speisen mit dem eigenen Smartphone über einen QR-Code, der auf den Tischen befestigt ist. Die Bestellungen landen dann, nach der Bezahlung, pro Tischnummer unmittelbar auf den Terminals und die erforderlichen Belege werden vollautomatisch bereitgestellt. Speisen und Getränke werden danach zubereitet und von der Servicekraft zum Gast gebracht.



Durch das bargeldlose Bestellsystem sparen unsere Servicekräfte Wege zum Gast ein

Haben Ihre Gäste das digitale Bestellsystem problemlos angenommen oder gab es Startschwierigkeiten?

Das Auffinden der Speisen- und Getränkekarte anhand der QR-Codes sowie das digitale Bestellen mit dem Smartphone seitens der Gäste erfolgt meistens problemlos. Bei Bedarf geben wir Hilfestellung. Bei der anschließenden Bezahlung, die z. B. mit Kreditkarte, Paypal, Google Pay, Apple Pay oder Direktüberweisung möglich ist, mussten wir schon eher Überzeugungsarbeit leisten, da einige Gäste aus Sicherheitsgründen einem digitalen Ausgleich skeptisch gegenüberstanden oder grundsätzlich nichts übers Smartphone bezahlen. Für diese Ausnahmefälle haben wir eine direkte Bezahlung im Hotel angeboten. Zudem haben wir den Servicekräften ermöglicht, einen persönlichen Account anzulegen, um die Abrechnung der Bestellung ggf. manuell vornehmen zu können.

Erhalten Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter trotz der digitalen Abwicklung Trinkgeld?

Auf jeden Fall! Mit jeder Bestellung kann der Gast die Höhe des Trinkgeldes festlegen, welches auf einem speziellen Konto geparkt und an die Servicekräfte weitergegeben wird. Häufig bedanken sich die Gäste auch mit einem Trinkgeld in bar, das sie der Servicekraft vor dem Verlassen des Biergartens zustecken.

Welche Vorteile sehen Sie bei der digitalen Bestellung und Bezahlung für den Gast?

Wenn sich die Gäste z. B. im klassischen Biergarten im Self-service die Speisen und Getränke holen, ist dies mit Wartezeiten verbunden, sehr unpersönlich und alles andere als ein guter Kundenservice. Die Gäste stehen an, um die Speisen an einer Station zu bezahlen, abzuholen und müssen dann zur

anderen Station, um die Getränke separat zu bezahlen und in Empfang zu nehmen. Gerade bei Gruppentreffen wird die gemütliche Runde unterbrochen, weil der eine oder andere mit der Beschaffung der Speisen und Getränke beschäftigt ist. Bei dem digitalen Bestellen und Bezahlen erfolgt alles stressfrei. Die Gäste bleiben auf ihren Plätzen, treffen die Auswahl der Speisen und Getränke, können jederzeit nachbestellen und alles wird an den Tisch gebracht. Der persönliche Kontakt zu den Servicekräften ist immer gegeben. Da die Bezahlung digital erfolgt, wird in der Regel auch mehr verzehrt, da nicht nachgeschaut werden muss, ob man genug Geld dabei hat.

Zu den Gastronomiebetrieben Fricke gehören zum einen das Hotel & Restaurant Fricke in Lehrte-Hämelerwald mit 55 Zimmern, Restaurant, Terrasse und Banketträumen und zum anderen das Stammhaus in Lehrte-Sievershausen mit den Festsälen Fricke und den angeschlossenen Gästehäusern mit insgesamt 40 Zimmern. Der familiengeführte Betrieb ist bereits über 100 Jahre alt und insbesondere in der östlichen Region Hannover und im Raum Peine sehr bekannt. Während das Hotel und die Gästehäuser eher von durchreisenden Geschäftsleuten besucht werden, sind die Veranstaltungsräume überwiegend auf Familienfeiern und Tagungen ausgerichtet.



KONTAKT

Hotel & Restaurant Fricke
Niedersachsenstraße 8
31275 Lehrte
Tel.: 05175 7796
E-Mail: info@hotelfricke.de
hotelfricke.de

HGK

Mit uns ist zu rechnen!

GROSS EINKAUFEN, GEMEINSAM PROFITIEREN

INDIVIDUELL AUF SIE ZUGESCHNITTEN



EINKAUFSVORTEILE

Wir servieren starke Prozente: Profitieren Sie bei rund 500 Partnern aus den Bereichen Food & Beverage, Non-Food und Dienstleistungen. So sparen Sie in Ihrem Hotel, Ihrer Gastronomie oder Ihrem Catering nicht nur viel Geld, sondern auch Zeit.

Jetzt mehr erfahren: h-g-k.de



DIGITALE LÖSUNGEN



INTERIEURLEISTUNGEN



MARKETING & SERVICES



Preisknüller



Bartscher – das Vollsortiment

Bei Bartscher finden Sie das volle Sortiment. Für Ihren Küchenbetrieb. Mit mehr als 1.800 Produkten vom Hi-Light-Salamander über Heißluftöfen bis hin zu Eiswürfelbereitern finden Sie nahezu alles, was sie in der Profiküche brauchen. In dem hochmodernen 15.000 qm² großen Lager von Bartscher sind fast alle Geräte vorrätig.



HÄNDETROCKNER IS 31LS-W

Der kompakte Händetrockner mit Infrarot-Sensor und Start/Stop-Automatik verfügt über eine hochleistungsstarke Luftdüse, die eine schnelle und gründliche Trocknung der Hände ermöglicht. Inklusive: Befestigungsmaterial Wandmontage
Anschlusswerte: 1,35 kW | 230 V | 50-60 Hz
Material: Kunststoff
Farbe: grau
Luftleistung: 31,67 Liter / Sek.
Start/Stop-Automatik über Infrarot-Sensor
Stop-Automatik beim Entfernen der Hände
Trocknungszeit: max.: ca. 60 Sekunden
Lufttemperatur: ca. 80 °C
Ein-/Ausschalter
Abmessungen: B 250 x T 170 x H 240 mm
Art.-Nr.: 850011



GLÜHWEINTOPF EINKOCHTOPF 25L, CNS

Edelstahl, Kunststoff mit Glasdeckel
Inklusive: 1 Rost, Ø 320 mm
Steuerung: elektronisch, Knebel
Temperaturregelung: stufenlos, thermostatisch
Temperaturbereich von: 30 °C bis 100°
Kontrollleuchte: Aufheizen, Warmhalten
Nutzinhalt: 25 Liter
Anschlusswert: 2 kW
Frequenz: 50/60 Hz
Spannung: 230 V
Art.-Nr.: A200052



BLENDER PRO TOUCH 2,5L

Leistungstark und leise. Die leistungsstarken 28.000 Umdrehungen können ganz individuell und je nach Bedarf programmiert und genutzt werden.
Material: Kunststoff ABS
Mixbecher Polycarbonat Transparent
inklusive: 1 Stopfer
Edelmessmesser: 6-flügelig
Füllmenge: 2,5 Liter
Lärmschutzhaube
Drehzahl: max.: 28000 U / Min.
Inhalt: 2,875 Liter
Ein-/Ausschalter
Geschwindigkeitsregelung: 9 Stufen
Motorschutz
3 einstellbare Programme speicherbar (Zeit und Geschwindigkeit)
Anschlusswerte: 1,68 kW | 230 V | 50 Hz
Abmessungen: B 240 x T 300 x H 565 mm
Gewicht: 9,1 kg
Art.-Nr.: 150193

Listenpreis: 212,00 € / Stück
HGK-Angebot: 144,27 € / Stück

Listenpreis: 169,00 € / Stück
HGK-Angebot: 115,00 € / Stück

Listenpreis: 379,00 € / Stück
HGK-Angebot: 244,46 € / Stück

**Diese und andere Angebote finden Sie selbstverständlich
auch im HGK-Shop unter www.h-g-k.de!**

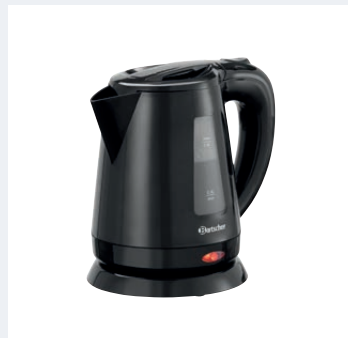
Preisknüller



TEESTATION 1145SH – OHNE WASSERKOCHER

Heißwasser für Tee, Instantkaffee oder andere Aufgussgetränke: Ob auf dem Hotelzimmer, in Wartebereichen oder Kundenberatung. Mit der Teestation ist alles ordentlich und sofort griffbereit.
Material: Kunststoff
Farbe: Schwarz glänzend
Ausgelegt für: 1 Wasserkocher 0,8 Liter
Ausparung: Ø 145 mm
Eigenschaften: 3 Staufächer für Tee, Instantkaffee, Zucker und Löffel/Rührstäbchen
Kabelführung im Sockel
Inklusive: 1 Abtropfschale
Abmessungen: B 465 x T 225 x H 30 mm
Gewicht: 0,91 kg
Wichtiger Hinweis: Lieferung ohne Wasserkocher
Art.-Nr.: 200120

Listenpreis: 27,00 € / Stück
HGK-Angebot: 18,37 € / Stück



WASSERKOCHER 0,8 LITER

Wasserkocher mit 0,8 Litern Fassungsvermögen ist bestens geeignet für den Einsatz in Hotelzimmern oder Teeküchen.
Material: Kunststoff
Inhalt: 0,8 Liter
Temperaturbereich: bis: 100 °C
Kochstopp-Automatik
Füllstandsanzeige
Länge Kabel: 70 cm
Kontrollleuchte: In Betrieb
Ein-/Ausschalter
Abgedecktes Heizelement
Farbe: Schwarz glänzend
Kalkfilter Herausnehmbar
Anschlusswerte: 1,2 kW | 230 V | 50/60 Hz
Abmessungen: B 140 x T 200 x H 195 mm
Gewicht: 0,65 kg
Art.-Nr.: 200108

Listenpreis: 26,00 € / Stück
HGK-Angebot: 17,69 € / Stück



HOTELHAARTROCKNER 1600SR

Mit dem eleganten, schwarzen Design wertet der Hotelföhn jedes Interieur auf. Die eingebaute Rasiersteckdose und das lange Spiralkabel bieten eine hohe Flexibilität.
Zur Wandmontage
Farbe: schwarz / silberner Kunststoff
Temperaturregelung: regelbar über Luftstrom, 3-stufig, Kalt-Luft
Rasiersteckdose: 110 V + 230 V
Spiralkabel: 1 - 2,5 m
Schutzklasse: 2
Ein-/Aus-Drucktaste am Griff
Hauptschalter an der Wandhalterung
Inklusive: Befestigungsmaterial Wandhalterung
Anschlusswerte: 1,6 kW | 230 V | 50/60 Hz
Abmessungen: B 265 x T 205 x H 105 mm
Gewicht: 1,24 kg
Art.-Nr.: 850042

Listenpreis: 42,00 € / Stück
HGK-Angebot: 28,58 € / Stück

**Jetzt online unter: www.h-g-k.de oder
per E-Mail: info@h-g-k.de bestellen!**

Lieferung: frei Haus ab 900,00 €, darunter zzgl. Frachtkosten
Zahlung: netto Kasse

Für den/die
Küchenchef:in

HGK
Mit uns ist zu rechnen!



Deutsche See AKTIONSKALENDER 2023 – 1. HALBJAHR

JANUAR
VEGGIE-VIELFALT

FLEISCHLOS GLÜCKLICH

Mit vegetarischen
Spezialitäten



FEBRUAR
DER SKREI IST DA!

**NORWEGENS
WINTERKABELJAU**

Aktionspreise
zum
Saisonstart



MÄRZ
DIPS, DRESSINGS & TOPPINGS
für Frühlings-Salate



BEECK
FEINKOST SEIT 1919

APRIL
HIGHLIGHTS ZU OSTERN!
Frischfisch & Tiefkühlfisch



MAI
SCHOLLE & SPARGEL



JUNI
**FISCH MIT NATURLAND-
ZERTIFIZIERUNG**



**JEDEN MONAT EIN
ATTRAKTIVES ANGEBOT**

Jeweils monatlich erhalten Sie per E-Mail das Deutsche See Angebot für den Folgemonat – mit allen Produktinformationen und den Aktionspreisen.
Die Bestellung erfolgt direkt in der für Sie zuständigen Deutsche See Niederlassung.

