

## Kaffee, Tee & Co.

### Umsatz mit Spezialitäten

AHGZ PLUS, Seiten 22 bis 28



## Wellness

### Spa-Design muss sein

Praxis, Seite 18

## Reigen der Festmenüs

### So schmeckt Weihnachten

Extra, Seite 19



# Gäste hungern nach Abenteuern

Quad-Exkursionen, Floßtouren, Abheben im Ballon oder Panzerfahrten: Action-Angebote beleben das Geschäft

**STUTTGART.** Abenteuer-Angebote als Rahmenprogramm für Tagungen, Konferenzen, Kochkurse oder Betriebsfeiern? Ja, ohne sie geht es in der Gastronomie und Hotellerie kaum noch. Denn längst reichen „normale“ Erlebnisse allein nicht mehr aus, um Gäste zu binden und neue Zielgruppen für sich zu gewinnen. Immer mehr Gäste in Hotellerie und Gastronomie suchen das Außergewöhnliche, sind hungrig nach dem ganz besonderen Kick.

Ob Quad-Touren, Wanderungen mit Karte und Kompass, Polo-Workshops, Fahrten im Ballon, Floß-, Kanu- oder Panzerfahrt: Die Möglichkeiten, Gästen ein unvergessliches Erlebnis fernab von Alltagsstress zu beschere, sind für Hoteliers und Restaurantbetreiber schier unerschöpflich. Das zeigen die Beispiele Zentralbar in Nürtingen und das Luxushotel Schloss Hubertushöhe in Storkow.

Wer den Einstieg in den Bereich Gastroventure, die Verbindung aus Gastronomie und Abenteuer, erfolgreich meistern will, sollte laut Felix A.

Schweikert großen Wert auf Qualitätsmanagement legen: „Wichtig ist, sich mit Kooperationspartnern zusammenzuschließen, die das eigene Gesamtkonzept professionell ergänzen“, so der Heidelberger Berater. „Denn ebenso wie das neue Angebot zum Charakter und Image des jeweiligen Hauses passen muss, sollte auch hinter der Quad-Tour oder dem Paintball-Match ein schlüssiges Konzept stehen.“

„Immer mehr Menschen sind auf der Suche nach Einzigartigkeit“, so Schweikert. „Sie wollen aus der Langleweiligkeit des Alltags ausbrechen, Spannung und Abenteuer erleben.“ Wem es als Gastronom oder Hotelier gelinge, ein pfiffiges Gesamtpaket aus Abenteuer und gastronomischer Dienstleistung zu schnüren, habe gute Chancen, sich von Mitbewerbern abzuheben, bei Stammkunden im Gespräch zu bleiben, und sich neue Zielgruppen zu erschließen. Das bestätigt auch Daniel Prokein, Geschäftsführer der Zentralbar im schwäbischen Nürtingen.

► Fortsetzung auf Seite 2

## Azubis trumpfen auf

Glanzvolle Jugendmeisterschaften auf dem Petersberg



**Stolz und froh:** Die Deutschen Jugendmeister 2009 (von links) Sylvi Ketzler, Jessica Vahlsing und Jacob Frey

Foto: DEHOGA

**KÖNIGSWINTER.** Die 51 Teilnehmer der 30. Deutschen Jugendmeisterschaften auf dem Petersberg bei Bonn haben auch in diesem Jahr ihr Können bewiesen. Wettkampfleiterin Eva Rühle: „Das Niveau war außerordentlich hoch.“ Die glücklichen Sieger kommen aus Baden-Württemberg, Brandenburg und Niedersachsen. Erste bei den Köchen und Punktbeste alle Teilneh-

mer ist Jessica Vahlsing vom Mercure Atrium Hotel, Hannover, beste Hotelfachfrau wurde Sylvi Ketzler vom Sport & Spa Resort Arosa Scharmützelsee in Bad Saarow, und bei den Restaurantfachleuten hatte Jacob Frey vom Gasthof Ochsen in Kernen-Stetten das beste Händchen. Mannschaftsgold ging an Baden-Württemberg. (Seiten 3, 6, Editorial Seite 8) *hz*

## Adina auf dem Vormarsch

**FRANKFURT/M.** Die australische Hotelgruppe Toga Hospitality ist mit ihrer Hotelmarke Adina Apartment Hotel auf Expansionskurs. In Frankfurt/Main ging jetzt das zweite Apartment Hotel in Deutschland an den Start (Seite 32). Bereits am 9. November werden die Australier ihr zweites Hotel in Berlin, beim Hauptbahnhof, eröffnen. Es ist das 50. Hotel von Toga Hospitality weltweit. Im nächsten Jahr folgen zwei weitere Häuser, eines am Hackeschen Markt in Berlin, eines in Hamburg. Weitere Standorte in Europa sind Kopenhagen und Budapest.

Adina Apartment Hotels liegen meist zentral, sind ab einer Nacht zu buchen und bieten verschiedene Zimmertypen. *red*

# Die Euphorie kam über Nacht

Der Mauerfall war für Hotelier Michael Zehden Startschuss für den Berliner Hotelboom

**BERLIN.** Am 9. November jährt sich der Mauerfall zum zwanzigsten Mal. Das politische Ereignis stellte Hotellandschaften auf den Kopf, es gilt als Initialzündung für den Boom in der Bundeshauptstadt. „Auch wir wurden von der Euphorie erfasst, weitere Hotels zu kaufen und zu betreiben“, so Michael Zehden, Chef der Albeck & Zehden Hotels, im AHGZ-Interview.

Auch im Osten der Republik engagierte sich Zehden nach der Wende. Sein Hotelunternehmen kaufte vier ehemalige Gewerkschaftsheimen, die heute – mit 3500 Betten – unter der Marke A-Z Wohlfühlhotels geführt werden. Dafür hat Zehden Millionenbeträge investiert. „Das Seehotel Templin in Brandenburg, das Hotel am

Fichtelberg in Sachsen und das thüringische Berghotel Friedrichroda sind die größten Hotels in den jeweiligen Bundesländern“, sagt Zehden.

Resorts mit ausgezeichnetem Standard zu finden, die ihren Preis wert sind.“ Und in Berlin hat sich das Blatt sogar komplett gewendet. „Der Ostteil mit

Anzeige

bis zu 30% Heizkosten senken  
ohne bauliche Veränderung

**Citadel**  
 \*\*\*\*\*HOTELSOFTWARE

Fon +49 (0) 25 82 - 66 46 3-0  
 Fax + 49 (0) 25 82 66 46 3-20  
 E-Mail info@citadel.de  
 www.citadel.de

Zwei Jahrzehnte nach dem Mauerfall attestiert der Hotelier dem Osten eine erfolgreiche Aufholjagd: „Überall sind neue oder renovierte Hotels und

seinen neuen Hotels, der vielfältigen Gastronomie- und Kulturszene scheint sogar attraktiver zu sein als der alte Westen“, so Zehden (Seite 7). *ai*

