



Arbeitssicherheit

Jahr für Jahr passieren in der Gastronomie Tausende von Arbeitsunfällen, die meisten von ihnen im Küchenbereich. Immer wieder stellt sich daher die Frage: Wie konnte das passieren? Und man überlegt, wie sich Unfälle in Zukunft verhindern ließen. Um hierauf Antworten zu finden, ist es sinnvoll, sich mit folgenden Themen zu beschäftigen:

- Unfallursachen und Grundregeln zur Arbeitssicherheit
- Unfallarten und Maßnahmen zur Unfallverhütung
- Sofortmaßnahmen und Erste Hilfe
- Brandursachen und Maßnahmen zum Brandschutz
- Versicherungsschutz

2.1 Unfallschutz

2.1.1 Grundlagen

Unfallursachen

Unfälle können viele Ursachen haben. Typische Beispiele sind:

- Übermüdung und Konzentrationsschwierigkeiten
- Unaufmerksamkeit und Ablenkung
- Stress und Hektik
- Unkenntnis von Gefahrensituationen
- fehlende Einweisung im Umgang mit Geräten und Maschinen
- Leichtsinn
- bewusste Missachtung der Sicherheitsvorschriften
- Alkohol- und Drogenkonsum
- Einnahme von Medikamenten



Putzwagen mit Handschuhen für die Arbeit mit Reinigungsmitteln

Grundregeln zur Arbeitssicherheit

Schon das Einhalten weniger Grundregeln kann das Unfallrisiko senken:

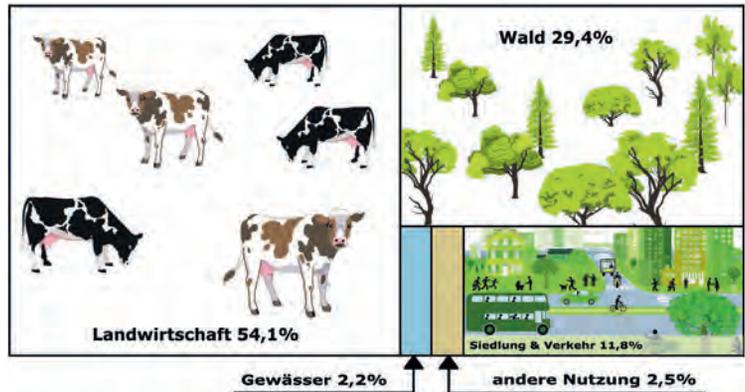
- Kommen Sie ausgeruht zur Arbeit!
- Arbeiten Sie ruhig, aufmerksam und konzentriert!
- Halten Sie Ordnung am Arbeitsplatz und räumen Sie weg, was nicht gebraucht wird!
- Planen Sie die einzelnen Arbeitsschritte!
- Lassen Sie sich über mögliche Unfallgefahren aufklären!
- Befolgen Sie die Gebrauchsanleitungen für die einzelnen Maschinen!
- Beachten Sie mögliche Gefahrenquellen!
- Berücksichtigen Sie die Sicherheitsvorschriften!
- Tragen Sie bei Ihrer Arbeit die vorgeschriebene Arbeits- und Schutzkleidung!
- Nutzen Sie an den Geräten die vorgeschriebenen Schutzvorrichtungen!
- Sortieren Sie schadhafte Geräte umgehend aus!
- Berücksichtigen Sie die Sicherheits- und Gesundheitsschutzzeichen am Arbeitsplatz!



Aufschnittmaschine mit Schutzvorrichtung

3.4 Aufgaben

- 1 | Die Nutzung und Belastung des Bodens ist ein wichtiger Umweltaspekt.
 a) Erläutern Sie folgende Abbildung:
 b) Nennen und erläutern Sie Probleme, die die Bodennutzung durch die Landwirtschaft verursachen kann.



- 2 | Ergänzen Sie den Lückentext mit folgenden Begriffen. Schreiben Sie die Lösung für a), b), c) und d) auf.

Natur Schäden Umwelt Umweltschutz

„Umweltschutz bedeutet, die _____ a) _____ zu erhalten, _____ b) _____ zu schonen und bereits entstandene _____ c) _____ zu beheben. _____ d) _____ geht jeden an.“

- 3 | Finden Sie im Internet heraus, wofür das EcoVeg-Gütesiegel steht. Fassen Sie die Informationen kurz schriftlich zusammen.



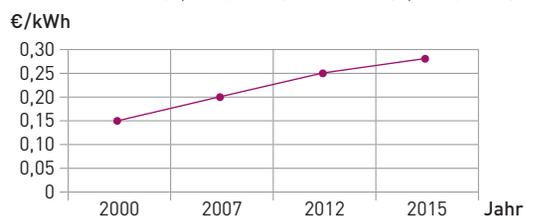
- 4 | a) Erläutern Sie den Satz „Wasser ist kostbar und teuer.“
 b) Erklären Sie die Begriffe:
 – Süßwasser
 – Salzwasser
 c) Beschreiben Sie, was mit dem Abwasser geschieht.
 d) Warum ist es problematisch, wenn große Mengen Fettreste ins Abwasser gelangen?
- 5 | Der Energieverbrauch steigt von Jahr zu Jahr, allerdings auch der Anteil der „erneuerbaren Energien“.
 a) Was versteht man unter diesem Begriff?
 b) Welche Vorteile bieten die erneuerbaren Energien?
 c) Erläutern Sie am Beispiel „Windenergie“ mögliche Nachteile der erneuerbaren Energien.

- 6 | Ordnen Sie folgende Abfälle in die richtige Tonne, indem Sie jeweils die Abfallart und die Bezeichnung der dazugehörigen Tonne aufschreiben.

- | | |
|----------------------------------|---------------------------------|
| – Alufolie | – Gemüsereste |
| – Batterien | – Glühbirnen |
| – Bruchglas (kleine Teile) | – Kartonage |
| – Reste von Desinfektionsmitteln | – Kaffeefilter |
| – zerbrochene Eier | – Konservendosen |
| – Einwegflaschen aus Glas | – Kunststoffflaschen vom Teller |
| – Frittierfett | – Speisereste |
| | – Staubsaugerbeutel |
| | – Tetrapaks |



- 7 | Berechnen Sie mithilfe des folgenden Diagramms den prozentualen Anstieg des Strompreises zwischen dem Jahr 2000 (0,15 €/kWh) und 2015 (0,27 €/kWh).



7.3 Restaurantgestaltung



Moderne Restaurantgestaltung



Familienfreundliche Restaurantgestaltung

Die Gestaltung eines gastronomischen Betriebes ist je nach Betriebsart von vielseitigen Möglichkeiten gekennzeichnet. Tischkultur und Restaurantoptik spielen je nach Betriebsimage und Betriebstyp eine wichtigere oder unwichtigere Rolle. Die Restaurantgestaltung sollte immer auf viele verschiedene Gästegruppen zugeschnitten sein. So ist eine familiengerechte Ausstattung in der Freizeit- und Ausflugsgastronomie besonders erforderlich. Außerdem sollten diese Restaurants besonders auf die Bedürfnisse von Menschen mit Behinderungen zugeschnitten werden.

7.3.1 Familienfreundliche Gestaltung

Familien und damit Eltern und Kinder tragen besonders zum Umsatz in der Gastronomie bei. Für ein familienfreundliches Restaurant ist es sinnvoll, ein kindgerechtes Angebot und eine entsprechende Atmosphäre zu schaffen.

Besondere Einrichtungen machen Restaurants für Familien mit Kindern jeden Alters zu einem angenehmen Aufenthaltsort. Dazu gehören z. B.:

- Wickelräume und Kindertoiletten
- Tischsets zum Ausmalen, kleine Spiele, Puzzles
- Flatscreens mit Bastelprogramm, Soundduschen
- Tische mit integrierten Projektionsspielen
- Tablets mit kostenlosem Internetzugang
- WLAN/Steckdose an jedem Platz
- GYM-Club etc.

7.3.2 Barrierefreiheit

Barrierefreiheit bedeutet, dass das Restaurant und die sanitären Einrichtungen so gestaltet ist, dass es von jeder Person, unabhängig von einer eventuellen Beeinträchtigung, uneingeschränkt und ohne fremde Hilfe genutzt werden kann. Geregelt werden die Vorschriften in den Bauordnungen der Bundesländer.

Darüber hinaus gibt es eine Zielvereinbarung über die standardisierte Erfassung, Bewertung und Darstellung barrierefreier Angebote in Hotellerie und Gastronomie. Auf diese Vereinbarung haben sich der DEHOGA Bundesverband gemeinsam mit dem Hotelverband Deutschland (IHA), mit dem Sozialverband VdK Deutschland, der Bundesarbeitsgemeinschaft Hilfe für Behinderte, dem Deutschen Gehörlosen-Bund, dem Deutschen Blinden- und Sehbehindertenverband und der Interessenvertretung Selbstbestimmt Leben geeinigt. Jeder Kategorie ist ein Piktogramm zugeordnet. Bei Verwendung der Piktogramme müssen sämtliche Anforderungen einer Kategorie vollständig erfüllt werden.



Kategorie A:

für Gäste mit einer Gehbehinderung, die zeitweise auch auf einen nicht motorisierten Rollstuhl oder eine Gehhilfe angewiesen sein können.



Kategorie A-i:

für Hotels und Restaurants, die auf bestimmte Bedürfnisse von gehbehinderten Gästen eingestellt sind. Dies muss dokumentiert werden.



Kategorie B:

für Gäste, die gehunfähig und ständig auf einen Rollstuhl angewiesen sind.



Kategorie C:

für Gäste, die sehbehindert oder blind sind.



Kategorie D:

für Gäste, die schwerhörig oder gehörlos sind.



Kategorie E:

Die Anforderungen aller Kategorien werden erfüllt.

Piktogramm = grafisches Symbol mit oft international festgelegter Bedeutung.



7.13 Aufgabe

11 Übertragen Sie die abgebildete Raumskizze sechsmal in Ihre Unterlagen und zeichnen Sie für jede der genannten Veranstaltungen eine Tafelform und gegebenenfalls den Büfettstandort ein.

- Goldhochzeitsfeier mit 40 Personen, ab 15 Uhr,
Ende offen
 - mit Büfett
 - mit Menü
- Sommernachtsfest mit 60 Personen, ab 19 Uhr,
Ende offen
 - mit Büfett
 - mit Menü
- Firmenjubiläum mit 50 Personen,
von 11 bis 16 Uhr
 - mit Büfett
 - mit Menü

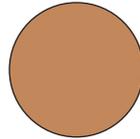
Folgende Tische stehen Ihnen zur Verfügung:



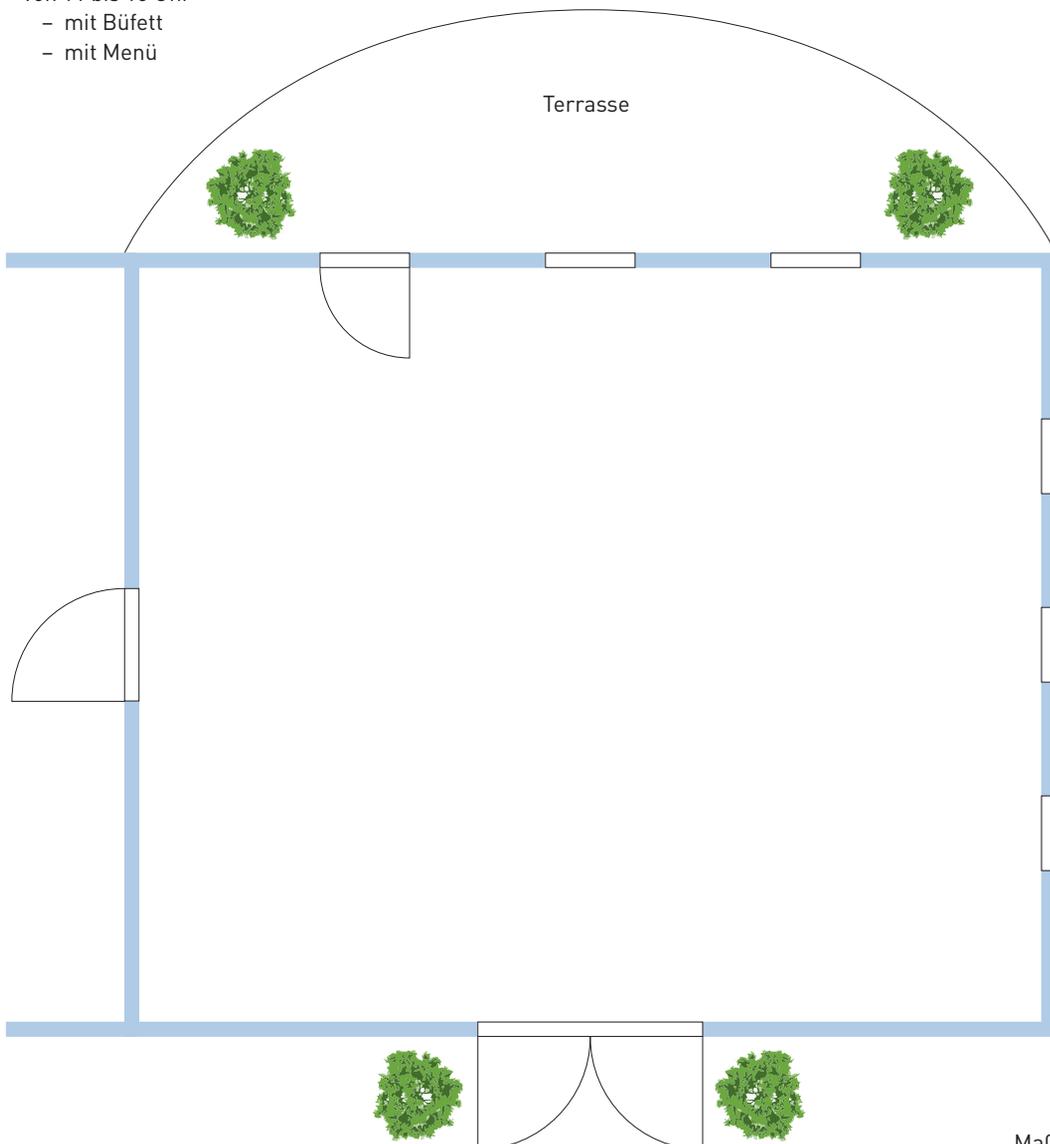
Rechteckig 120 cm x 80 cm



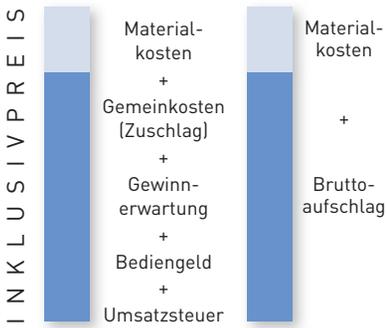
Halbrund 120 cm x 60 cm



Rund 180 cm im Durchmesser



Maßstab 1:100



Der Inklusivpreis setzt sich aus den Materialkosten und dem Bruttoaufschlag zusammen; wie zu erkennen ist, erhält der Bruttoaufschlag alle Aufschlagsbestandteile in einem Schritt zusammengefasst, d. h. Gemeinkosten, Gewinnerwartung, Bedienungsgeld und Umsatzsteuer.

Beispiel:

$$\frac{2,50 \text{ €} \cdot 450 \%}{100 \%} = 11,25 \text{ €}$$

Beispiel:

$2,50 \text{ €} + 11,25 \text{ €} = 13,75 \text{ €}$
Der Inklusivpreis liegt bei 13,75 €.

Beispiel:

Liegen die Materialkosten bei 2,50 € und der Kalkulationsfaktor bei 5,5, beträgt der Inklusivpreis $2,50 \text{ €} \cdot 5,5 = 13,75 \text{ €}$

9.7.3 Bruttoaufschlag und Kalkulationsfaktor

Die Preisberechnung aller Speisen und Getränke mithilfe der Zuschlagskalkulation erscheint auf den ersten Blick sehr aufwendig.

Einfacher lässt sich der Inklusivpreis mithilfe des Bruttoaufschlags oder des Kalkulationsfaktors berechnen. Sowohl der Bruttoaufschlag als auch der Kalkulationsfaktor sind betriebliche Kennzahlen.

a) Rechnen mit Bruttoaufschlag

$$\text{Materialkosten} + \text{Bruttoaufschlag} = \text{Inklusivpreis}$$



Dabei geschieht die Berechnung des Inklusivpreises in zwei Schritten:

1. Berechnung des Bruttoaufschlags in €.
2. Addition des Bruttoaufschlags zu den Materialkosten.

Beispiel: Betragen die Materialkosten für ein Gericht 2,50 € und liegt der Bruttoaufschlag bei 450 % ist Folgendes zu rechnen:

1. Berechnung des Bruttoaufschlags in €:

$$\frac{\text{Materialkosten} \cdot \text{Bruttoaufschlag (in \%)}}{100 (\%)} = \text{Bruttoaufschlag (in €)}$$

2. Addition des Bruttoaufschlags zu den Materialkosten

$$\text{Materialkosten} + \text{Bruttoaufschlag (in €)} = \text{Inklusivpreis}$$

b) Rechnen mit Kalkulationsfaktor

Eine andere Möglichkeit, die Preise schneller und leichter zu ermitteln, ist die Berechnung mithilfe des sogenannten Kalkulationsfaktors. Hier gilt:

$$\text{Materialkosten} \cdot \text{Kalkulationsfaktor} = \text{Inklusivpreis}$$



Der Kalkulationsfaktor hat keine Einheit.



AUFGABEN

- 1 | Wie hoch ist der Inklusivpreis für ein Essen, wenn die Materialkosten 3,00 € und der Bruttoaufschlag 380 % betragen?
- 2 | Wie hoch dürfen die Materialkosten sein, wenn mit einem Kalkulationsfaktor von 4,5 gerechnet wird und der Inklusivpreis 22,50 € beträgt?
- 3 | Wie hoch sind der Bruttoaufschlag und der Kalkulationsfaktor, wenn bei einer Zuschlagskalkulation für ein Essen außer Haus mit 2,00 € Materialkosten, 250 % Gemeinkosten, einem Gewinn von 25 % und der gesetzlichen Umsatzsteuer gerechnet wird?

10.12 Nudeln/Teigwaren



Verschiedene Nudelsorten:

- | | |
|------------------|----------------|
| ① Spaghetti | ⑥ Penne |
| ② Tagliatelle | ⑦ Cannelloni |
| ③ Lasagneblätter | ⑧ Fettuccine |
| ④ Pappardelle | ⑨ Conchiglione |
| ⑤ Farfalle | ⑩ Fusilli |



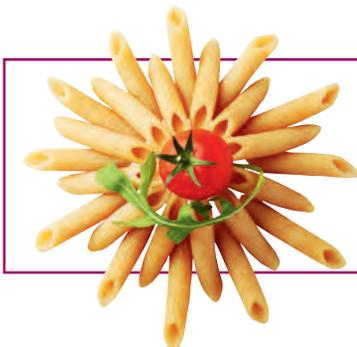
Gefärbte Nudeln

Gnocchi und Schupfnudeln

Gnocchi und Schupfnudeln zählen laut Lebensmittelrecht nicht zu den Teigwaren, da sie vorwiegend aus Kartoffeln bestehen.

Glasnudeln

Glasnudeln sind keine Teigwaren, da sie aus der Stärke von Sojabohnen, Mungobohnen oder anderen Hülsenfrüchten hergestellt werden.



Der Nudelteig besteht in der Regel nur aus Weizen(vollkorn)mehl oder Weizen Grieß und Wasser, eventuell Eiern sowie etwas Salz und ein wenig Öl. Durch Zugabe bestimmter Rohstoffe kann seine Farbe variiert werden:

- schwarz: Sepiatinte (aus dem Tintenbeutel der Tintenfische)
- grün: Spinat, Petersilie oder Brennnessel
- rot: Tomaten, Paprika oder Rote Bete
- orange: Karotten oder Safran

Nudeln gibt es in vielen Formen, allein in Deutschland sind es über 100, z. B.:

- Schnüre oder Fäden: Spaghetti, Fedeli, Vermicelli
- Bänder oder Streifen: Tagliatelle, Linguine, Fettucine
- Spiralen: Fusilli
- Zylinder oder Röhren: Makkaroni, Penne, Cannelloni, Rigatoni
- Muscheln oder Wellen: Conchiglie, Oreciette
- Schmetterlinge: Farfalle
- gefüllte Nudeln: Tortellini, Ravioli, Lasagne, Maultaschen; Wan-Tan-Nudeln

Eiernudeln müssen mindestens 100 g Vollei auf 1000 g Weizenmehl enthalten.

Spätzle sind Nudeln, die nicht bissfest, sondern zart und weich sein sollen. Sie werden deshalb nicht geformt und getrocknet, sondern direkt von einem Brett oder durch die Spätzlepresse in das kochende Wasser gegeben.

Nudeln enthalten vorrangig Kohlenhydrate in Form von Stärke und Ballaststoffen. Als Trockenprodukt sind sie bei richtiger Lagerung (trocken, luftig, Zimmertemperatur) lange haltbar. Bei frischen Teigwaren sind die empfohlene Kühltemperatur und das Mindesthaltbarkeitsdatum zu beachten.

Nudeln können als **Suppeneinlage**, als **Vorspeise**, **Sättigungsbeilage** oder selbstständiges **Hauptgericht** verwendet werden. Dann sind folgende Portionsgrößen sinnvoll:

- Suppeneinlage: 20 bis 30 Gramm
- Vorspeise: 50 bis 60 Gramm
- Sättigungsbeilage: 80 bis 100 Gramm
- selbstständiges Hauptgericht: 100 bis 150 Gramm

AUFGABEN

- 1 | a) Nennen Sie die sieben Getreidesorten.
b) Aus welchen Teilen besteht das Getreidekorn?
c) Was ist Gluten? Welche Probleme kann Gluten verursachen?
d) Beschreiben Sie den Unterschied zwischen Mehl und Grieß.
- 2 | Nennen Sie fünf typische Nudelformen mit entsprechenden Beispielen.

Omelette (6 Portionen)

Zutaten	Herstellung
18 Stück Eier Salz 120 g Butter	<ul style="list-style-type: none"> ■ 3 Eier pro Portion und etwas Salz mit einer Gabel zu einer glatten Masse verrühren ■ Butter in einer Omelettepfanne bei mäßiger Hitze schmelzen ■ Ei-Masse zugeben ■ unterste Schicht stocken lassen und zu einer Seite schieben, restliche Flüssigkeit zurücklaufen lassen ■ mehrmals so wiederholen, dass zum Schluss noch genügend Masse zum Stocken übrig bleibt ■ eine Seite des Omelettes umschlagen ■ das Omelette nochmals umschlagen, während es aus der Pfanne gleitet ■ das Omelette sollte farblos und ohne Falten sein
	
	
	
	<p style="text-align: center;"><i>Schieben der Ei-Masse</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Omelette aus der Pfanne gleiten lassen</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Zusammengeschlagenes Omelette</i></p>

Anrichten

Auf einem vorgewärmten Teller.

Variationen

Kräuter, Schinken, Käse usw. in die rohe Ei-Masse geben. Würzig mit Gemüse, Fleisch- oder Fischragouts füllen. Süß mit Marmelade oder Früchten füllen.

Eierpfannkuchen (6 Portionen)

Zutaten	Herstellung
360 g Mehl 360 ml Milch oder Sahne 240 g Zucker 6 Stück Eier Prise Salz 120 ml Öl	<ul style="list-style-type: none"> ■ Mehl in eine Schüssel sieben ■ Mehl, Flüssigkeit und Zucker zu einer glatten Masse verrühren ■ Eier trennen ■ das Eigelb zu der Mehlmasse geben und verrühren ■ Eiweiß mit dem Salz steif schlagen ■ das aufgeschlagene Eiweiß vorsichtig unter die Masse heben ■ Öl in der Pfanne erhitzen und 1/6 der Eierkuchenmasse zugeben ■ gold-gelb backen, wenden und die andere Seite ebenfalls gold-gelb backen
	
	
	
	<p style="text-align: center;"><i>Aufgeschlagenes Eiweiß</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Pfannkuchenmasse in der Pfanne</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Gold-gelb gebackener Eierpfannkuchen</i></p>

Anrichten

Auf einem vorgewärmten Teller.

Variationen

Süß: mit Staubzucker, Apfelmus, Früchten, Eis usw.
Herzhaft: mit Kräutern, Spargel, Schinken, Lachs usw.

11 Speisen



Spaghetti mit Lachs und Bohnen



Langkornreis mit Wildreis gemischt



Polenta



Bulgur



Couscous



Quinoa

Nudeln

Nudeln werden aus Weizenmehl, Hartweizengrieß oder aus Vollkornmehlen von Weizen, Roggen und Dinkel mit oder ohne Eiern unter Zugabe von Wasser hergestellt. Als Sättigungsbeilage umfasst eine Portion etwa 60 g Rohgewicht. Nudeln werden in sprudelndem Salzwasser bissfest („al dente“) gekocht. Sind sie selbst hergestellt, beträgt die Garzeit in Abhängigkeit von der Art des verwendeten Mehls und der Dicke der Teigwaren 2 bis 5 Minuten, bei industriell gefertigten Nudeln sind die Packungsbeilagen zu beachten. Öl im Kochwasser verhindert zwar das Zusammenkleben der Nudeln, gleichzeitig aber auch ein Benetzen der gegarten Nudeln mit Sauce.

Reis

Reis benötigt zum Garen viel Flüssigkeit. Als Beilage beträgt das Gewicht einer Portion 60–70 g. Folgende Zubereitungen sind möglich:

- gekochter Reis: Der Langkornreis wird mit kaltem Wasser abgewaschen und in kochendem Salzwasser (für 1 kg Reis rechnet man etwa 10 l Wasser) gegart. Ist er gar, wird er durch ein Sieb abgeschüttet. Eventuell wird etwas Butter untergezogen bzw. Fleisch, Fisch oder Gemüse zugegeben.
- Pilawreis: Zunächst werden Zwiebelwürfel angeschwitzt. Dann wird Langkornreis zugegeben und so lange mit angeschwitzt, bis er glasig ist. Nachdem der Reis mit Brühe abgelöscht wurde (für 1 kg Reis etwa 2,0 l Brühe), wird er zugedeckt fertig gegart. Zum Schluss wird eventuell etwas Butter untergezogen, evtl. auch Fleisch oder Gemüse zugegeben.
- Risotto: Dies ist eine Zubereitung aus Rundkornreis; man rechnet für 1 kg Reis mit etwa 3 l Brühe.

Polenta

Polenta ist ein fester Brei, der aus Maisgrieß, regional auch aus Buchweizen- oder Esskastanienmehl hergestellt wird. Sie wird meistens als Beilage zu geschmorten Fleischgerichten wie z. B. zu Ragout oder Gulasch serviert.

Bulgur

Bulgur, der auch Perlweizen genannt wird, ist ein vorgegartener Weizen. Er wird ähnlich wie Reis gekocht oder gedämpft und dann vor dem Servieren mit etwas Butter angeschwitzt.

Couscous

Couscous, ein Gericht aus Nordafrika, wird aus Grieß von Weizen, Gerste oder Hirse hergestellt. Couscous wird nicht gekocht, sondern gedämpft oder für Salate mit Brühe übergossen. Couscous eignet sich als Salat und als Beilage für Gerichte von Rind, Lamm und Geflügel. Er wird oft mit Gemüse vermischt.

Quinoa und Amaranth (Amarant)

Im Gegensatz zu Bulgur und Couscous ist Quinoa kein Getreide. Dennoch werden die senfkorngroßen Samen ähnlich wie Reis zubereitet. Man gart sie in kochendem Wasser und lässt sie dann im Topf weiter quellen. Alternativ lassen sie sich anbraten. Auch Amaranth ist kein Getreide, dennoch können seine Samen wie Getreide verarbeitet werden.

Argentinien

Zu Füßen der Anden wurde wie in Chile mit der Besiedlung der spanischen Eroberer der Weinbau eingeführt. Die Weinbaugebiete liegen hauptsächlich an den Ausläufern der Anden. Zentrum des Weinbaus ist die Stadt Mendoza. Die besten Weine sind Rotwein und vor allem die Rebsorte Malbec steht für Qualität und Erfolg.

Weinbaugebiete	blaue Rebsorten	weiße Rebsorten
Catamarca Mendoza La Rioja Rio Negro Salta San Juan	Barbera Bonarda Cabernet Sauvignon Malbec Pinot noir Sangiovese Tempranillo	Chardonnay Chenin blanc Pedro Ximénez Torrontés Weißburgunder

Unterteilung nach dem argentinischen Weingesetz

Vinos Communes = Wein ohne Ursprungsbezeichnung

Vinos Finos = Weine mit geschützter Ursprungsbezeichnung

DOC Denominación de Origen Calificada =

Weine mit geschützter Ursprungsbezeichnung

Chile

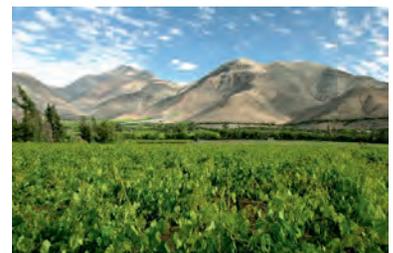
Chile ist ein Paradies für Rotwein, denn an Sonne mangelt es nicht. Daher überzeugen die chilenischen Rotweine durch eine unkomplizierte, leichte, freundliche Art, niemals zu tanninreich. Die Weine können bereits jung getrunken werden. Der Weinbau in Chile geht auf die spanischen Eroberer im 16. Jahrhundert zurück und bis heute spielt das europäische Engagement im Weinbau eine wichtige Rolle. Es spiegelt sich z. B. in Kooperationen wie der von Rothschild oder Torres wider.

Weinbaugebiete	blaue Rebsorten	weiße Rebsorten
Aconcagua Valle central Region del Sur	Cabernet Sauvignon Carignan Carménère Merlot Pinot noir	Chardonnay Sauvignon blanc Sauvignon vert Sémillon

Die drei wichtigsten Weinbaugebiete Chiles verfügen über weitere Unterregionen. Diese beginnen in der Regel mit der Bezeichnung „Valle“ (Tal). Im chilenischen Weinbau wird an einem Konzept der geschützten Herkunftsbezeichnungen gearbeitet.



Weinbau bei Mendoza



Weinbau im Valle Central



Wirtschaftsdienst

Housekeeping

14

Badreinigung



1. Badezimmer aufräumen,
Müll entsorgen



2. Neuen Müllbeutel einlegen



3. WC-Reiniger einwirken lassen



4. Fliesen reinigen



5. Duschwanne und Stöpsel
reinigen



6. Waschbecken und Rand
reinigen

A person is shown from the waist down, wearing a white, textured knit sweater with a large pocket. They are wearing dark blue jeans and black boots with a red and black paisley pattern. To their left is a red leather suitcase with black straps and a handle. The background is a plain, light-colored wall.

15

Empfang

15.4 Rechtliche Bestimmungen für die Beherbergung

15.4.1 Beherbergungsvertrag

Hotelzimmerbuchungen sind wie alle anderen verkäuferischen Vorgänge im Hotel- und Gaststättengewerbe vertraglich geregelt. Der Vertragsinhalt ergibt sich aus einem Beherbergungsvertrag.

Ein Vertrag bringt immer Rechte und Pflichten aller involvierten Parteien mit sich. So verpflichtet sich z. B. der Hotelier zur Überlassung des reservierten Hotelzimmers, der Gast im Gegenzug zur Bezahlung des vereinbarten Zimmerpreises.



Recht im Hotel

Elemente des Beherbergungsvertrags



Der Beherbergungsvertrag ist ein typengemischter Vertrag. Den Kern bildet der Mietvertrag. Insgesamt besteht er aus folgenden Verträgen:

- Mietvertrag (Hotelzimmer)
- Dienstvertrag (Reinigung)
- Kaufvertrag (Mahlzeiten)
- Werkvertrag (Bankett, Frühstück, HP, VP, All incl.)
- Verwahrungsvertrag (Hotelsafe)

Beherbergungsverträge werden geschlossen, wenn einem Gast Unterkunft gewährt wird (z. B. in Hotels, Pensionen, Jugendherbergen oder aber Privatunterkünften, die gewerblich angeboten werden (z. B. airbnb).

Der Beherbergungsvertrag benötigt wie alle Verträge zwei übereinstimmende Willenserklärungen: Angebot und Annahme.



Der Abschluss eines Beherbergungsvertrags erfolgt nach den allgemeinen schuldrechtlichen Regelungen. Der Vertrag kommt also durch zwei übereinstimmende Willenserklärungen (Antrag und Annahme) zustande. An den Vertrag sind beide Seiten gebunden. Eine Zimmerbuchung kann also nicht ohne Zustimmung des Hoteliers durch den Gast rückgängig gemacht werden. Die Art der Gründe spielt hierbei keine Rolle.

Das Angebot des Hotels und die Annahme durch den Gast erfolgen meistens schriftlich, per E-Mail oder per Fax. Bei kurzfristigen Buchungen, bei denen eine schriftliche Antwort nicht mehr möglich ist, findet in der Regel eine mündliche Annahme durch den Gast statt. Die Annahme muss nicht durch das Hotel bestätigt werden. Der Vertrag kommt auch ohne Annahmestätigung zustande. Dennoch ist es üblich, dass Hoteliers eine Bestätigung übermitteln.



15 Empfang

- 1 Empfängeranschrift
- 2 Datum
- 3 Betreffzeile
- 4 Anrede
- 5 Brieftext
- 6 Grußformel
- 7 Anlagenvermerk
- 8 Postskriptum (PS)
- 9 Firmenname, Adresse, Kontaktdaten, Internet, Geschäftsführung, Registergericht, Handelsregister, Umsatzsteueridentifikationsnummer



1 Herrn Thomas Fiedler
Sandweg 7
24306 Plön

2 6. Januar 20..

3 **Bestätigung Ihrer telefonischen Buchung vom 9.11.20..**

4 Sehr geehrter Herr Fiedler,

herzlichen Dank für Ihr freundliches Telefonat vom 9.10.20.. Gern bestätigen wir Ihnen Ihre Reservierung im Hotel exquisit wie folgt:

Name: Thomas Fiedler
Zeitraum: 14.03. – 17.03.20.. (3 Nächte)
Leistungen: 1 Klassik-Einzelzimmer (Nichtraucher)
Preis: 14.03.20.. – 15.03.20.. 90,00 € p. P./Nacht
15.03.20.. – 17.03.20.. 130,00 € p. P./Nacht (Messestafe)

5 Im Preis enthalten sind unser reichhaltiges Frühstücksbüfett sowie die aktuelle Mehrwertsteuer und das Bedienungsgeld.
Ihr Zimmer ist am Anreisetag ab 15:00 Uhr bezugsfertig. Wir bitten Sie, am Abreisetag das Zimmer bis 11:30 Uhr freizugeben. Ihre Reservierung wird am Anreisetag bis 18:00 Uhr gehalten. Falls Sie später anreisen möchten, teilen Sie uns bitte Ihre Kreditkartennummer mit Ablaufdatum und Prüzfiffer auf der anliegenden Rückbestätigung mit.
Im Anhang des Briefs erhalten Sie unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

Wir wünschen Ihnen bereits heute eine angenehme Anreise und stehen Ihnen für Rückfragen selbstverständlich gerne jederzeit zur Verfügung.

6 Mit freundlichen Grüßen
(Unterschrift)
Ada Melek
Reservierungsleiterin

7 **Anlagen**
Bestätigungsformular
Anfahrtsskizze
Allgemeine Geschäftsbedingungen

8 Besuchen Sie uns auch im Internet unter www.avanti-lichtenberg.de

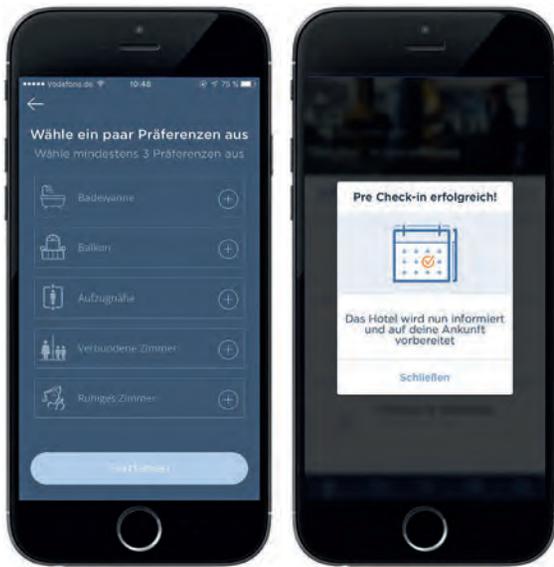
9  Sonnenwende 17 | 87356 Lichtenberg
Telefon 0799 - 33 66 99 | Fax 0799 - 33 66 90 | info@avanti-lichtenberg.de | www.avanti-lichtenberg.de
Geschäftsführung: Kai-Jurs | Registergericht: Amtsgericht Berlin | HRB 5250 | USt.-IdNr.: DE 118715903



AUFGABEN

- 1 | Nennen Sie verschiedene Arten von Gästekorrespondenz.
- 2 | Was verstehen Sie unter Textbausteinen?
- 3 | Beschreiben Sie die Vorteile von Textbausteinen.
- 4 | Erklären Sie die Funktion der DIN-5008-Norm.

15 Empfang



Pre-Check-in per Smartphone Übermittlung der Daten an das Hotel

Pre-Check-in

Immer mehr Hotels bieten einen ortsunabhängigen Pre-Check-in per Smartphone an. Mit dieser Funktion kann der Gast sowohl An- und Abreisedaten als auch Präferenzen dem Hotel vorab schon schicken. Das Meldeformular wird zudem auch automatisch mitgeschickt und das Hotel kann sich so ideal auf den Gast vorbereiten. Des Weiteren kann das Hotel die vom Gast hinterlegten Präferenzen einsehen und mit dem Gast ideal über sein Smartphone kommunizieren. Auch ein Check-out ist auf diese Weise möglich.

Rooming

In Hotels der Luxusklasse wird der Gast nach dem Check-in zum Hotelzimmer begleitet. Dabei erfährt er adressatengerechte Informationen für seinen Aufenthalt. Diese Dienstleistung wird Rooming genannt. Hotels der Mittelklasse und Budgethotels können diesen Check-in-Prozess nur in Teilen bzw. gar nicht anbieten. Die Automatisierung unterstützt häufig den Check-in-Prozess online oder durch einen Check-in-Automaten. Zudem sollte die Infrastruktur in der Hotelgarage oder der Hotelvorfahrt anreisefreundlich ausgestattet sein (siehe Kapitel 8.4.2).

Hauttiere

Hauttiere dürfen nur nach vorheriger Vereinbarung mitgebracht werden. Einige Hotels verlangen eine Gebühr hierfür.



Gastanreisen ohne Reservierung – Walk-in-Gäste

Auch in Zeiten von Smartphones und kurzfristigen Buchungen über Buchungs-Apps gibt es noch Walk-in-Gäste. Grundsätzlich verläuft der Check-in identisch wie bei Gästen mit Reservierungen. Unterschiede gibt es jedoch in der Anbahnung des Beherbergungsvertrags:

1. Anfrage des Gasts nach Übernachtungsmöglichkeit persönlich an der Rezeption. Empfangsmitarbeiter fragt Gast, ob er schon einmal im Hotel Gast war und überprüft die Gästekartei und die gewünschten Verfügbarkeiten im System.
2. Empfangsmitarbeiter bietet Verfügbarkeiten an und nennt verschiedene Kategorien und deren tagesaktuellen Bestpreis (Best available Rate, Daily Rate). Außerdem bietet der Empfangsmitarbeiter Zusatzverkäufe an, z. B. Frühstück, Garagenplatz. Gast willigt in das Angebot ein oder tritt in Nachverhandlung mit dem Empfangsmitarbeiter ein.
3. Nach Vertragsschluss füllt der Gast den Meldeschein aus. Empfangsmitarbeiter verlangt Deposit oder komplettes Prepayment. Gast wird zum Zimmer begleitet oder diesbezüglich eingewiesen. Empfangsmitarbeiter bearbeitet Gast im System.

In vielen Hotels sind die Mitarbeiter im Spätdienst oder in der Nacht in der Verantwortung, Zimmer bestmöglich zu verkaufen. Um eine hohe Belegung zu erreichen, werden häufig indirekte Rabatte durch Inkludierung (Einbeziehung) von regulär exkludierten (ausgeschlossen) Leistungen angeboten, um den zögernden Walk-in-Gast zum Bleiben zu gewinnen, z. B. Frühstück oder Late-Check-out.

Function Sheet

Veranstalter	Ansprechpartner	Veranstaltung
Straße	Telefon	Datum
PLZ / Ort	Fax	Veranstaltungsort
	E-Mail	Personenanzahl

Veranstaltungsräume	Gruppenräume
Personenanzahl pro Raum	Personenanzahl pro Raum

Garderobe <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	Bühne / Pult <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	Tanzfläche <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein
--	---	---

Bestuhlung	Technik
<input type="checkbox"/> U-Form <input type="checkbox"/> Block-Tafel <input type="checkbox"/> Parlamentarisch <input type="checkbox"/> Stuhlreihen <input type="checkbox"/> Runde Tische <input type="checkbox"/> Stuhlkreis <input type="checkbox"/> Karree <input type="checkbox"/> Fischgrät <input type="checkbox"/> Sonstiges	

Zeitplan	1. Tag	2. Tag	3. Tag	4. Tag	5. Tag
Datum					
Beginn					
Kaffeepausen					
Mittagessen					
Abendessen					
Ende					

Tagungspauschale	Kaffeepausenvariationen	Tagungsgetränke / Obst / Snacks
Business-Pauschale ganztags 36,00 € / Person	Vormittag	Vormittag
Komfort-Pauschale ganztags 43,00 € / Person	Nachmittag	Nachmittag
Superior-Pauschale ganztags 48,00 € / Person	Sonstiges	Sonstiges

Welcome Desk	Messages	Plakate
<input type="checkbox"/> in der Hotelhalle für ____ Personen <input type="checkbox"/> vor dem Hauptraum für ____ Personen <input type="checkbox"/> Blumengesteck <input type="checkbox"/> Sonstiges	<input type="checkbox"/> Message-Board vor dem Raum <input type="checkbox"/> in den Raum bringen <input type="checkbox"/> an der Rezeption hinterlegen	Anlieferung von Plakaten vor der Veranstaltung? <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein Anzahl ____ Anlieferfirma

Floristik	Rahmenprogramm	Entertainment
Art Anzahl Farbe Preis	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Organisation durch das Hotel <input type="checkbox"/> Organisation durch Veranstalter Beschreibung	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Organisation durch das Hotel <input type="checkbox"/> Organisation durch Veranstalter Beschreibung

Menü / Büfett	Wein	Empfang / Aperitif	Kaffee und Digestif
<input type="checkbox"/> Menü <input type="checkbox"/> Büfett <input type="checkbox"/> Imbiss <input type="checkbox"/> à la carte	Weißwein Rotwein	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein Welche Getränke?	Kaffee anbieten? <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> nur auf Wunsch Wenn ja, welche Kaffees? Digestifs anbieten? <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> nur auf Wunsch Wenn ja, welche Digestifs?

Hotelzimmer	Anzahl	Anreise	Abreise	Verpflegung	Preis
Einzelzimmer					
Doppelzimmer					
Sonstige					

Buchungsart	Rechnungslegung	
<input type="checkbox"/> Definitive Buchung <input type="checkbox"/> Abrufkontingent <input type="checkbox"/> Stichwort <input type="checkbox"/> Option bis		a conto Selbstzahler
	Tagungspauschale	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Mittagessen	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Abendessen	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Getränke zum Essen	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Getränke an der Bar	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Übernachtung	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
	Sonstiges	

Allgemeine Notizen

Bearbeitet von _____ am _____ Durchwahl _____

Verteiler

- | | | | |
|------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Direktion | <input type="checkbox"/> Bankett | <input type="checkbox"/> Bar | <input type="checkbox"/> Housekeeping |
| <input type="checkbox"/> Empfang | <input type="checkbox"/> Küche | <input type="checkbox"/> Roomservice | <input type="checkbox"/> Costcontroll |

17.3.2 Analyse der Zielgruppe

Unter einer Zielgruppe versteht man eine Gruppe von Menschen mit ähnlichen Bedürfnissen oder Wünschen. Bei den Bedürfnissen handelt es sich sowohl um bereits vorhandene Bedürfnisse als auch um solche, die erst geweckt werden müssen. Zielgruppen können anhand unterschiedlicher Merkmale beschrieben werden. Eine Übersicht vermittelt folgende Tabelle.

Fragen zur Zielgruppenanalyse

- Wer sind meine Gäste?
- Wodurch lassen sie sich charakterisieren?
- Was wollen sie?
- Wie verhalten sie sich?

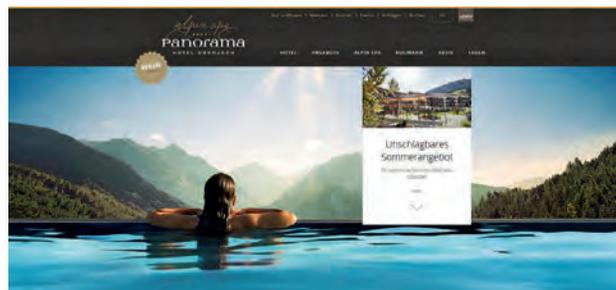
Merkmale von Zielgruppen

Demografische Merkmale	Sozioökonomische Merkmale	Psychografische Merkmale	Verhaltensorientierte Merkmale
<ul style="list-style-type: none"> ■ Familienstand ■ Alter ■ Geschlecht ■ Wohnort ■ Nationalität/Herkunft 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Bildungsstand ■ Beruf ■ Einkommen ■ Kaufkraft ■ Eigentumsverhältnisse ■ kulturelle Praxis 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Grundeinstellung ■ Bedürfnisse ■ Motivation ■ Erwartungshaltung ■ Interessen ■ Preisbewusstsein ■ Lebensstil ■ Statusbewusstsein 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Verhaltensmuster ■ Konsumverhalten ■ Kaufverhalten ■ Produktvorlieben ■ Markentreue ■ Preisbereitschaft

Die Abgrenzung der Zielgruppe, die für ein Unternehmen relevant ist, ist oftmals nicht ganz einfach. Sie ist aber erforderlich, um eine Marktsegmentierung und Positionierung des eigenen Unternehmens vornehmen zu können. Nur wer seine Zielgruppe kennt und sie möglichst genau beschreiben kann, kann ein auf ihre Bedürfnisse zugeschnittenes Produkt bzw. zugeschnittene Dienstleistung anbieten. Wichtig für ein Unternehmen ist es daher, möglichst belastbare Daten über „seine“ Zielgruppe zu bekommen. Dies geschieht mithilfe der Marktuntersuchung (siehe Kapitel 17.4).

Strukturdaten

Strukturdaten zu Deutschland findet man auf dem Statistikportal des Bundes und den Statistikportalen der jeweiligen Bundesländer.



Ansprache bestimmter Zielgruppen

Kennzahlen

Mithilfe computergestützter Revenue-Management-Programme kann der Revenue Manager des Hotels sekundenschnell nicht nur Prognosen, Belegung und Preisentwicklung ermitteln, sondern auch wichtige Kennzahlen ausarbeiten, die vor allem in großen Hotelkonzernen regelmäßig in Form von Reports (Berichten) an die Konzernzentrale übermittelt werden müssen.



Kennzahlen AVR, OCC und RevPar

Die folgenden Kennzahlen AVR, OCC und RevPar beziehen sich jeweils auf den Zeitraum von einem Jahr.

AVR

Average Rate
Durchschnittlicher Zimmerpreis

$$\frac{\text{Logisumsatz netto}}{\text{Anzahl der verkauften Zimmer}}$$

Beispiel Berechnung AVR

Das Hotel AVANTI hat im letzten Jahr 5.797.800 € Logisumsatz (netto) erzielt und 38 652 Zimmer verkauft. Daraus ergibt sich ein durchschnittlicher Zimmerpreis von:

$$\frac{5.797.800 \text{ €}}{38 652} = 150,00 \text{ €}$$

Der durchschnittliche Zimmerpreis wird häufig auch tagesbezogen errechnet und dann statt AVR als ADR (Average Daily Rate) bezeichnet.

OCC

Rooms Occupancy
Zimmerbelegung

$$\frac{\text{Anzahl der verkauften Zimmer} \cdot 100}{\text{Anzahl der verfügbaren Zimmer}}$$

Beispiel Berechnung OCC

Das Hotel AVANTI hat im letzten Jahr 38 652 Zimmer verkauft. Das Hotel hat 140 Zimmer und an 365 Tagen geöffnet. Insgesamt stehen also $140 \cdot 365 = 51 100$ Zimmer zur Verfügung. Daraus ergibt sich eine durchschnittliche Zimmerbelegung (Auslastung) von:

$$\frac{38 652 \cdot 100}{51 100} = 75,64 \%$$

In der Ferienhotellerie wird neben der Zimmerbelegung häufig auch die Bettenbelegung berechnet.

Den RevPar (*revenue per available room*) nutzt man immer dann, wenn man Hotels unterschiedlicher Größe, Angebotsstruktur, Anzahl Öffnungstage etc. miteinander vergleichen möchte. Aus aktuellen Studien lässt sich erkennen, dass durch Revenue Management der RevPar gesteigert werden kann.

In der Praxis lassen sich zwei grundlegende Trends erkennen:

1. Die Hotels, die einen besseren RevPar haben, arbeiten schon mit Revenue Management. Hotels, deren RevPar unter dem Vergleichsdurchschnitt liegt, arbeiten überhaupt nicht oder nur in geringem Maß mit Revenue Management.
2. Einige Hotels orientieren sich bei geringer Nachfrage an den Preisen der Mitbewerber. Wenn die Nachfrage zunimmt, greifen diese Hotels häufig auf die Vergangenheitsdaten in Bezug auf den Preis zurück.

Beim RevPar handelt es sich um den **Revenue per available room**, also den netto Logisumsatz (Beherbergungsumsatz). Beim RevPar wird ohne den Frühstückanteil und ohne die Mehrwertsteuer gerechnet.



LF 3.3 – Arbeiten im Marketingbereich

Think Green!

Sie sind Hoteldirektor eines Hotels in München mit 150 Betten, Restaurant, Terrasse und 5 Konferenzräumen à 100 m².

Die Hauptgästegruppen sind Millennials und junge Businessgäste, die häufig Städtereisen mit Jobaktivitäten kombinieren.

Anlässlich einer großen Umweltschutzaktion in der Stadt entwickeln Sie eine neue Marketingstrategie im Bereich der Nachhaltigkeit.



- 1 | Machen Sie detaillierte Vorschläge zur Einbeziehung des Leitgedankens „Think Green“ in den unterschiedlichen Abteilungen des Hotels.
 - a) Küche
 - b) Restaurant
 - c) Housekeeping
 - d) Rezeption
 - 2 | Wichtige Pfeiler der Marketingstrategie sind die Bereiche Werbung und Öffentlichkeitsarbeit.
 - a) Beschreiben Sie die beiden genannten Marketinginstrumente.
 - b) Entwickeln Sie Konzepte zur Verkaufsförderung und Öffentlichkeitsarbeit unter Berücksichtigung der unter Aufgabe 1 genannten Aspekte.
 - 3 | Regionalität ist ein wichtiger Bestandteil der Nachhaltigkeit.
 - a) Welche Anknüpfungspunkte gibt es für ein Hotel, mit Anbietern aus der Region zu kooperieren?
 - b) Das „Storytelling“ ist in Bezug auf Regionalität eine beliebte Marketingstrategie. Beschreiben Sie ein konkretes Beispiel.
-
- 4 | Damit die Gäste genau wissen, was sie erwarten können, informieren Sie sich über eine Zertifizierung im Bereich der Nachhaltigkeit (siehe Kapitel 16.3).
 - a) Recherchieren Sie, welche Anforderungen in den drei Bereichen Umweltfreundlichkeit, soziale Verantwortung und wirtschaftliche Rentabilität bestehen.
 - b) Stellen Sie Vor- und Nachteile einer Zertifizierung zusammen.
 - c) Halten Sie eine Zertifizierung für sinnvoll? Begründen Sie Ihre positive oder negative Entscheidung.
 - 5 | Nennen und beschreiben Sie Möglichkeiten zur Mitarbeiterschulung für das neue Marketingkonzept.
 - 6 | Ein Leitgedanke der neuen Marketingstrategie ist „nachhaltiges Personalmanagement“.
 - a) Informieren Sie sich, welche Idee hinter dieser Aussage steht.
 - b) Erläutern Sie zentrale Fragen für eine erfolgreiche Umsetzung im Hotel am Beispiel von CSR (Cooperate Social Responsibility).

Let's take a closer look at ... future food!

Have you ever heard about entomophagy?

No? Who wonders – because the term is a rather new one and it means: *The practice of eating insects as a source of nutrition including arachnids (tarantulas) and myriapods (centipedes).*



Why should we eat insects?

In former times insects have been a source of food for many centuries all over the world. Nowadays eating insects is quite rare in the developed world but common practice in many countries especially in Asia, Africa and South America and is increasing. Experts think that it is only a matter of time until western-oriented parts of the world, like the United States, Canada and Europe will join.

Nutritional facts

Insects are very nutritional; most of them are high in protein and low in carbohydrates and fat. See for example the following comparison between crickets and ground beef:

	100g crickets (raw)	100g ground beef Ø (raw)
protein	12.9 g	17 g
carbohydrates	5.1 g	0 g
fat	5.5 g	20 g
calories	121 kcal	254 kcal



Additionally they contain a lot of essential vitamins and minerals, such as thiamin (B1), riboflavin (B2), niacin, calcium, phosphorus and iron.

What kind of insects are in the focus of food markets?

There are an estimated 1,462 species of recorded edible insects according to the Food and Agriculture Organization of the United Nations. The majority of these insects could be divided into the following groups:

- crickets, grasshoppers, and locusts (orthoptera)
- the larva, caterpillars or/and cocoons of moths and butterflies (lepidoptera)
- the maggots of flies (diptera)
- beetles (coleoptera)
- ants, wasps and bees (hymenoptera)

plus:

- tarantulas and scorpions (arachnids)
- millipedes and certain worms (myriapods)

which do – strictly seen - not belong to the group of insects



Where do we get edible insects from?

In tropical countries insects are primarily harvested from nature, although that approach cannot be continued sustainably as the demand for edible insects grows. In Thailand, 20,000 cricket farms produced an average of 7,500 tonnes (16.5 million pounds) of insects in 2011 for home consumption and for the market. In the Western world, insects are still farmed mainly as pet food. However, some insect-rearing companies in the Netherlands have set up special production lines for human consumption; those insects are sold freeze-dried. For the consumer it is most important to purchase bugs from reliable and trusted sources.



Crickets are said to be one of the most popular insects to eat because they are relatively inexpensive to raise and easy to maintain. Furthermore they are easy to prepare. Mealworms and silkworms are also very popular.



Let's have a closer look at ... malt and hops!

Malt is a beer's basic ingredient.

However, malt is not a product of nature; malt has to be made by men.

This is easily done by soaking grain seeds in water and heating them up. This makes the grain seed sprout. During this process enzymes get activated and already a little bit of the starch is turned into fermentable sugars; but this sprouting process has to be stopped again as it would result in a new grain plant which is not wanted. This stopping is done by heat; basically you could say that the living organism "sprouting malt" is killed by roasting it: this process is called "kiln-drying".

The kiln-drying temperature determines the colour of the malt and through it the colour of the beer.

The colour of malt and thus of beer has been specified by the European Brewing Convention in numbers on the so called EBC scale: the higher the number, the darker the malt and the darker the beer.



Pilsner malt
EBC 3-5
for pale beer styles



Caramel malt
EBC 110-130
for dark beer styles

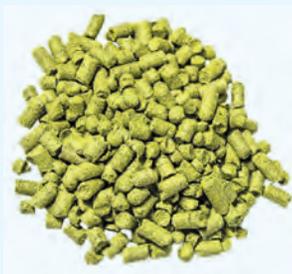


Colouring malt
EBC 1100-1200
for dark beer styles

Hops

- give bitterness and/or aroma to the beer.
- kill certain microorganisms.
- stabilize the froth.

The brewer can choose between various offers of hops on the market. *Raw hops* are just the dried seed cones of the plant. For *hop pellets* these are milled into a powdery substance and then pressed into little pellets which make it easier for the brewer to portion the amount of hops he must add to the wort. A third variety are *hop extracts* in a liquid, sirup-like form.



Hop pellets
variety: *Saaz*



Raw hops
variety: *Saaz*

Sometimes hops are added to the beer after the brewing process to add flavours which during the boiling phase have been destroyed: this is called dry-hopping (in German *Kalthopfen* or – with an older expression – *Hopfenstopfen*).



Hop farm

beer style	Biersorte
cone	Zapfen (botanisch)
dry-hop	hopfenstopfen, kalthopfen
fermentable	vergärbar
kiln-drying	darren
mill	mahlen
soak	einweichen
starch	Stärke