

Gastro News

TITELSTORY / MANAGEMENT-RECHT

KI muss sich zeigen

Chatbot, Stimme, Bild oder Video: An diesen vier Gästekontaktpunkten brauchen Hotels und Restaurants verständliche Hinweise.

AB SEITE 04

VISUELLER AUFTAKT

Was Gäste nach dem Check-in
ausgeben SEITE 03

KURZ NOTIERT

Am Sammelpunkt zählt der Status,
nicht die Zimmernummer SEITE 06

KURZ NOTIERT

Alkoholfreies Fassbier sauber
ausschenken SEITE 06

DIE WOCHE IM BLICK

Diese Woche: Ideen, Entscheidungen und Werkzeuge für die Praxis.

30/2026

26. Juli 2026

12 SEITEN

03

VISUELLER AUFTAKT

Was Gäste nach dem Check-in ausgeben

04

TITEL UND TRANSPARENZ

KI-Hinweise an vier Gästekontaktpunkten

06

KURZ NOTIERT

Am Sammelpunkt zählt der Status, nicht die Zimmernummer

06

KURZ NOTIERT

Alkoholfreies Fassbier sauber ausschenken

06

KURZ NOTIERT

U16-Check für Energy-Drinks

06

KURZ NOTIERT

EU-Produktpass ohne Scan-Marathon

07

KARTE UND KALKULATION

Weinkarte nach Verkaufstagen kalkulieren

08

FLÄCHE UND GÄSTEFLUSS

100 Quadratmeter für Lieferung und Abholung

09

TECHNIK VOR VERTRAG

Storno-Test vor dem Hotelsoftware-Vertrag

10

STANDORT UND NUTZUNG

Vor dem Hotelvertrag kommt der Nutzungsplan

11

FLÄCHE UND GÄSTEFLUSS

Das Essensfenster zwischen zwei Spielen



TECHNOLOGIE

Was Gäste nach dem Check-in ausgeben

Eine Wochenkennzahl verbindet PMS, POS, Folio und Buchhaltung. So wird der zurechenbare Netto-Nebenumsatz je belegter Zimmernacht sichtbar.

Text: Redaktion GastroNews, nach Destatis und HSMAL | Bild: GastroNews

Die Schlüsselkarte ist übergeben, das Zimmer ist als Umsatz bereits erfasst. Danach beginnt der Teil des Aufenthalts, der in vielen Reports nur als Summe auftaucht: Frühstück, Parkplatz, Drink an der Bar, Spa-Termin oder ein Upgrade. Für den Betrieb liegen diese Daten selten an einem Ort. Das PMS verwaltet Buchung und Aufenthalt, das POS die Verkäufe am Tresen, das Folio die belastbaren Gastposten und die Buchhaltung den Gesamtumsatz. Ein wöchentliches Blatt kann diese Quellen so verbinden, dass eine praktische Frage beantwortbar wird: Verändert sich das Ausgabeverhalten der Hausgäste.

Destatis meldete für Mai im deutschen Gastgewerbe real 2,0 Prozent weniger Umsatz als im April; Hotels und sonstige Beherbergungsunternehmen lagen real 0,9 Prozent darunter. Das beschreibt weder Belegung noch Rate eines einzelnen Hauses. Es ist aber ein Anlass, die Zeit nach der Anreise nicht aus dem Blick zu verlieren. Dafür eignet sich eine eigene Kennzahl: zurechenbarer Netto-Nebenumsatz einer Woche geteilt durch belegte Zimmernächte derselben Woche. Belegte Zimmernächte sind tatsächlich genutzte Zimmer pro Nacht. 4.200 Euro zurechenbarer Netto-Nebenumsatz bei 280 belegten Zimmernächten ergeben 15 Euro je belegter Zimmernacht.

Die Kennzahl ist nicht mit HSMALs Ancillary Revenue Per Room gleichzusetzen. HSMAL verwendet für den gesamten Nicht-Zimmer-Umsatz verfügbare Zimmer als Nenner. Hier stehen dagegen Ausgaben tatsächlich beherbergter Gäste im Mittelpunkt. Beide Werte können nützlich sein, dürfen aber nicht unter demselben Namen im Report landen.



E-ZINE: ARTIKEL OEFFNEN
gastronews.org/r/26w30/LT2XRQF



Text: Redaktion GastroNews, nach Leitlinien der Europäischen Kommission und EU-AI-Act. | Bild: GastroNews

TITELSTORY / MANAGEMENT-RECHT

KI-Hinweise an vier Gästekontaktpunkten

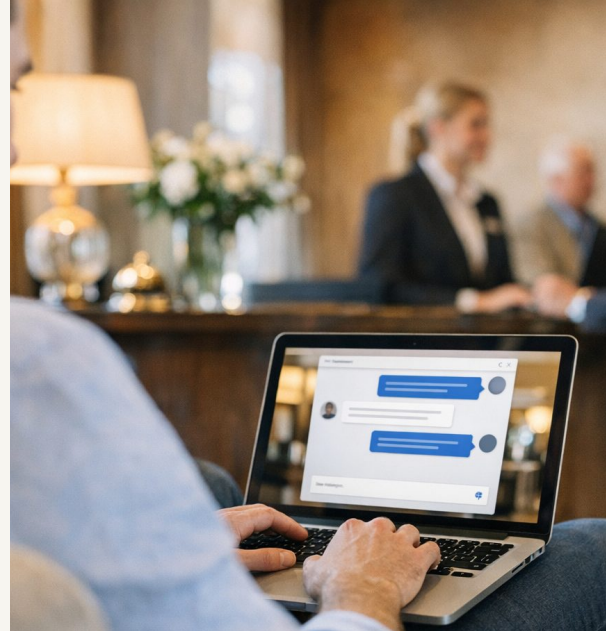
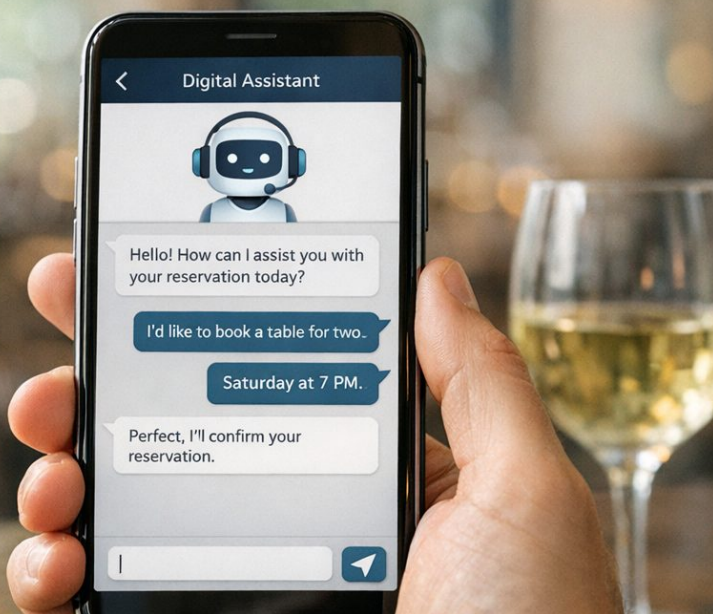
Die Leitlinien der EU-Kommission zu Artikel 50 des AI Act machen Transparenz im Gästekontakt konkret. Entscheidend ist der Hinweis dort, wo Menschen einer KI begegnen.

Ein Gast schreibt nachts im Website-Chat nach glutenfreiem Frühstück und erhält sofort Antwort. Am nächsten Morgen nimmt ein natürlich klingender Reservierungsassistent den Anruf entgegen. Im Social Feed zeigt ein Zimmerfilm möglicherweise Licht und Räume, die mit einem Bildtool entstanden sind. Solche Kontaktpunkte sind im Hotel- und Restaurantalltag greifbar. Die Leitlinien der Europäischen Kommission zu Artikel 50 des AI Act geben dafür eine einfache Richtung vor: Menschen sollen erkennen können, wann sie mit KI interagieren oder künstlich erzeugte beziehungsweise manipulierte Inhalte sehen.

Für Betriebe beginnt die Arbeit mit einer Rollenfrage. Anbieter entwickelt ein KI-System oder lässt es entwickeln und stellt es unter eigenem Namen bereit; Betreiber nutzt es im eigenen Ablauf. Diese Zuordnung folgt nicht automatisch daraus, dass ein Hotel Software einkauft. Vertrag, Konfiguration, Außenauftritt und tatsächlicher Einsatz zählen mit. Beim Dienstleister sollte daher geklärt werden, wie die Anforderungen aus Artikel 50 umgesetzt werden. Den sichtbaren Hinweis, die Freigabe und die Wahrheit der veröffentlichten Inhalte muss der Betrieb dennoch selbst im Blick behalten.

Beim Chat gehört die Information an den Anfang des Kontaktwegs. Ein Satz am Widget wie „Sie chatten mit unserem digitalen Assistenten“ erreicht Gäste rechtzeitig; ein Hinweis im Impressum tut das nicht. Bei einem telefonischen Reservierungsassistenten sollte die Ansage vor der Abfrage von Termin, Uhrzeit oder Personenzahl kommen. Ein klarer Übergang zu einer Person bleibt wichtig, gerade bei Beschwerden, komplexen Wünschen oder Missverständnissen. Intern reichen Produktname, Anbieter, Freischaltdatum, verantwortliche Person, sichtbarer Hinweisort und Eskalationsweg für eine belastbare Ablage.

Besonders deutlich wird die Pflicht bei Deepfakes, also künstlich erzeugten oder manipulierten Bild-, Audio- oder Videoinhalten, die real wirken können. Ein Rundgang durch ein nicht existentes Zimmer oder eine täuschend echte Ansage eines Küchenchefs, die er nie aufgenommen hat, braucht einen sichtbaren Hinweis am Beitrag oder im Video. Vor der Veröffentlichung helfen vier Fragen: Passt das Gezeigte zur buchbaren Kategorie, stimmen Ausstattung und Angebot, ist die künstliche Erzeugung erkennbar und wer hat freigegeben. Transparenz ersetzt keine wahrheitsgemäße Werbung.



Text: Redaktion GastroNews, nach Leitlinien der Europäischen Kommission und EU-AI-Act. | Bild: GastroNews

TITELSTORY / FORTSETZUNG VON SEITE 04

Für Anbieter generativer Systeme sieht Artikel 50 zusätzlich technische Aufgaben vor.

Für Anbieter generativer Systeme sieht Artikel 50 zusätzlich technische Aufgaben vor. Synthetische Audio-, Bild-, Video- und Textausgaben sollen, soweit technisch machbar, maschinenlesbar als künstlich erzeugt oder manipuliert markiert sein. Für den Betrieb ersetzt diese technische Ebene den sichtbaren Hinweis nicht. Beide Fragen gehören in das Gespräch mit dem Dienstleister: Welche Markierung liefert das System, und wie erscheint die Information für Gäste an der konkreten Kontaktstelle. Der freiwillige Code of Practice der Kommission ist dabei keine zusätzliche Pflicht, kann aber als praktische Hilfe für Kennzeichnung und technische Markierung dienen.

Nicht jeder KI-vorformulierte Werbesatz verlangt automatisch ein Label. Artikel 50 betrifft KI-generierte oder manipulierte Texte zur Information der Öffentlichkeit über Angelegenheiten von öffentlichem Interesse. Eine Ausnahme gilt, wenn ein Text menschlich geprüft oder redaktionell kontrolliert wurde und eine natürliche oder juristische Person Verantwortung trägt. Ein Satz zum Drei-Gang-Menü ist damit nicht automatisch kennzeichnungspflichtig. Preise, Zutaten, Verfügbarkeiten und Leistungsversprechen müssen unabhängig davon stimmen.

Ein kleiner Ordner schafft mehr Sicherheit als eine abstrakte KI-Richtlinie. Darin stehen Website, Buchungsmaschine, Messenger, Telefon, Social Media und Newsletter mit Tool, Zweck, Zielgruppe, Hinweistext, Hinweisort, Freigabe und nächstem Prüftermin. Die Information soll klar und unterscheidbar spätestens bei der ersten Interaktion oder Exposition erscheinen; Barrierefreiheit gehört mit auf die Liste. Der AI Act verlangt kein Namensschild an jedem digitalen Werbesatz. Wo ein Assistent mit Gästen spricht oder künstliche Inhalte wie Wirklichkeit aussehen, gehört der Hinweis aber dorthin, wo Gäste ihn sehen oder hören.

ABLAUF IN DER SCHICHT

01

Für Anbieter generativer Systeme sieht Artikel 50 zusätzlich technische Aufgaben vor.

02

Nicht jeder KI-vorformulierte Werbesatz verlangt automatisch ein Label.

03

Ein kleiner Ordner schafft mehr Sicherheit als eine abstrakte KI-Richtlinie.



E-ZINE: ARTIKEL OEFFNEN
gastronews.org/r/26w30/ZVTSSJE

Kurz notiert

MANAGEMENT-RECHT

Text: Redaktion GastroNews, nach DHA, ASR A2.3 und britischer Leitlinie für Beherbergungsbetriebe. | Bild: GastroNews

Am Sammelpunkt zählt der Status, nicht die Zimmernummer

Eine Belegungsliste ist im Alarmfall nur der Anfang. Entscheidend ist ein offline nutzbarer Status, der Einsatzkräfte schnell informiert.

Text: GastroNews-Redaktion | Bild: GastroNews



WEITERLESEN UNTER:

gastronews.org/r/26w30/9RRLY7Z

TECHNOLOGIE

Text: Redaktion GastroNews, nach University of Arkansas, Fachstudie, Deutschem Brauer-Bund und DIN 6650-11. | Bild: GastroNews

Alkoholfreies Fassbier sauber ausschenken

Die Qualität beginnt nicht erst am Hahn. Anschlagdatum, Kühlung, Durchsatz und Reinigung gehören bei NoLo-Fassbier in einen gemeinsamen Ablauf.

Text: GastroNews-Redaktion | Bild: GastroNews



WEITERLESEN UNTER:

gastronews.org/r/26w30/LRM6GZU

MANAGEMENT-RECHT

Text: Redaktion GastroNews, nach britischer Regierung und EU-Lebensmittelinformationsverordnung. | Bild: GastroNews

U16-Check für Energy-Drinks

Englands geplanter Verkaufsstopp ist kein DACH-Recht. Als freiwilliger Systemtest zeigt er, ob eine Altersregel in jedem Verkaufskanal hält.

Text: GastroNews-Redaktion | Bild: GastroNews



WEITERLESEN UNTER:

gastronews.org/r/26w30/69RR344

NACHHALTIGKEIT

Text: Redaktion GastroNews, nach Europäischer Kommission, ESPR und ESPR-Arbeitsplan 2025-2030. | Bild: GastroNews

EU-Produktpass ohne Scan-Marathon

Das DPP-Register ist gestartet, doch Pflichten entstehen erst je Produktgruppe. Ein kleiner Pilot macht Beschaffung und Reparatur schon heute besser.

Text: GastroNews-Redaktion | Bild: GastroNews



WEITERLESEN UNTER:

gastronews.org/r/26w30/YVGKS4D

ANZEIGE

BOOKZUCK

RESERVATION | TICKETING | VOICEAI

Digitales Reservierungssystem für Restaurants und Bars.



KUECHE-TRENDS

Weinkarte nach Verkaufstagen kalkulieren



Text: Redaktion GastroNews, nach Vinarius und Gambero Rosso. | Bild: GastroNews

Die italienische Marktdiskussion ist kein Ruf nach pauschal billigeren Flaschen. Für Betriebe zählen Deckungsbeitrag, Umschlag und ein sauber gerechneter Offenausschank.

Die Weinkarte liegt auf dem Tisch, der Gast bleibt bei einer bekannten Flasche hängen und kann Handelspreise per Smartphone vergleichen. Pauschale Aufschläge werden dadurch erklärungsbedürftiger. Gambero Rosso berichtet über eine italienische Debatte zu Aufschlägen und den Appell von Vinarius. Der Verband beschreibt die Nachfrage mit „weniger Menge, mehr Wert“: Herkunft, Qualität und bewusste Auswahl gewinnen an Gewicht. Daraus folgt keine allgemeine Forderung nach niedrigeren Restaurantpreisen in DACH.

Eine importierte, gelagerte und servierte Flasche folgt einer anderen Kosten- und Leistungslogik als der Erzeugermarkt. Die Rechnung beginnt mit dem tatsächlichen Einstand aus Flasche, Fracht, Lieferkosten und unmittelbar zurechenbaren Beschaffungskosten. Der Deckungsbeitrag je Flasche ist Nettoverkaufspreis minus direkt zurechenbare variable Kosten. Ein Prozentaufschlag bleibt eine Beobachtungsgröße, sollte aber nicht zum Autopiloten werden. Eine höherpreisige Flasche kann bei geringerem Prozentaufschlag mehr Euro zum Deckungsbeitrag beitragen als ein günstiger Wein mit stark erhöhtem Faktor.

Auf das Kalkulationsblatt gehören deshalb auch erwartete Verkaufstage, Bestandsmenge, Lagerort und Ausschankart. Beratung, Kühlplatz, passende Gläser oder Dekantieren sind eigene Entscheidungsfelder. Eine Preisleiter braucht zugängliche Einstiege, damit Service und Gäste einen sicheren ersten Vorschlag haben. Die mittlere Zone trägt häufig den laufenden Deckungsbeitrag; kurze Stilbeschreibungen helfen dort mehr als lange Herkunftstexte. Premiumpositionen dürfen teuer sein, wenn ihre Rolle, ihr erwarteter Umschlag und ihr Beitrag zum Haus klar sind.

Bei bekannten Etiketten ist nur vergleichbar, was wirklich gleich ist: Jahrgang, Gebinde, Herkunft, Verfügbarkeit und steuerliches Umfeld. Eine Handelsaktion ist keine Restaurantkalkulation. Trotzdem sollte die Preisposition plausibel wirken. Beim Offenausschank entscheidet sich viel am letzten Rest. Theoretische Glaszahl und tatsächliche Ausbeute unterscheiden sich durch Überausschank, Probeschlucke, Oxidation, Bruch, Restmengen und Fehlbuchungen. Jeder offene Wein braucht feste Ausschankmenge, Glasform, Haltbarkeitsregel nach Öffnung und Abverkaufsplan.

Ein offener Wein kann den Flaschenverkauf fördern, ersetzt aber keine Verlustdokumentation. Wenige Positionen mit klaren Rollen sind oft besser steuerbar als eine lange Reihe angebrochener Flaschen.

ANZEIGE



Herstellerunabhängige POS- und IT-Beratung.

Kassensysteme. 365-Tage-Service.

till-one.de



E-ZINE: ARTIKEL OEFFNEN
gastroneews.org/r/26w30/NSKEEZ4

LONGREAD / KONZEPTE-BUSINESS

100 Quadratmeter für Lieferung und Abholung

Ein Standort ohne Gastraum spart nicht einfach Fläche. Er braucht präzise Wege für Produktion, Verpackung, Fahrer und Direktabholung.



Text: Redaktion GastroNews, nach KFC Romania. | Bild: GastroNews

Die Tasche steht fertig am Pass, daneben warten zwei Fahrer und ein Click-and-Collect-Gast sucht seine Bestellnummer. In einem Restaurant ohne Gastraum ist das kein Randmoment, sondern der Kern des Geschäfts. KFC Romania nennt für seinen Standort in Popești-Leordeni rund 100 Quadratmeter, tägliche Öffnung von 10 bis 23 Uhr und mehrere Bestellwege. Investition und Beschäftigungsmöglichkeiten sind Angaben des Unternehmens für diesen Standort, keine Rechengröße für DACH-Projekte.

Entscheidend ist die Flächenfrage: Was geschieht, wenn Sitzplätze wegfallen. Ein Delivery-only-Format spart möglicherweise Einrichtung und Servicefläche, doch die Fläche wandert an Verpackungspass, Abholregal, Fahrerwartebereich und die Wege dazwischen. Küche und Verpackung brauchen eine direkte Verbindung. Der Verpackungsplatz liegt nahe am Pass und Küchenmonitor, ohne heiße Produktion zu blockieren. Jede Bestellung benötigt Platz für Tasche, Getränke, Beilage, Bon und gegebenenfalls Siegel.

Fahrer brauchen einen eindeutigen Zugang und einen Punkt, an dem sie auf „bereit“ warten. Direktabholer brauchen einen sichtbaren Eintritts- und Wartebereich. Wer Sitzplätze streicht, sollte diese Wege vorab einzeichnen. Eine gemeinsame Theke löst selten alles. Bei knapper Fläche helfen getrennte Übergabepunkte, Einbahnwege und ein Statusregal oft mehr. Die Schlange darf nicht nur vom Gastraum in den Eingang umziehen.

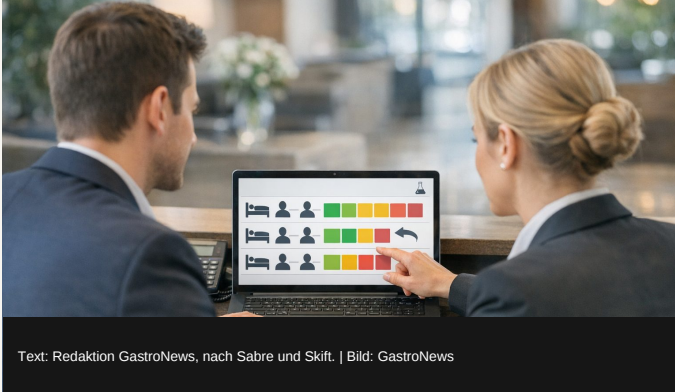
Ein Abholregal ist keine Ablage für alles, was aus der Küche kommt. „Bestellt“ und „in Produktion“ bleiben im System. Erst eine vollständig verpackte und geprüfte Bestellung kommt auf das Regal. „Bereit“ bedeutet: richtige Bestellung, alle Komponenten vorhanden, Getränke dabei und Tasche geschlossen oder gesichert. Fehlende Beilagen gehören nicht zwischen fertige Taschen. Für Fahrer und Direktabholer reichen Bestellnummer oder Code meist besser als offen sichtbare Namen.

Bestellungen je Viertelstunde zeigen Spitzen besser als ein Tagesdurchschnitt. Gemessen werden eingehende Bons, Produktions- und Verpackungszeit, Zeit bis „bereit“, Abholung und Standzeit fertiger Taschen. Eine hohe Zahl bereitstehender Bestellungen ist keine Reserve, sondern ein Risiko für Verwechslung, Temperaturverlust und Reklamationen. Warmhaltezeit ist je Produkt eine Qualitätsgrenze. Die Wirtschaftlichkeit wird deshalb pro Kanal gerechnet: Bestellumsatz minus Wareneinsatz, Provision, Gebühren, Verpackung, Rabatte, Personal, anteilige Raumkosten und Reklamationen.

Vor Eröffnung oder Umbau hilft ein Peak-Probelauf mit simultanen Plattform-, Direkt- und Abholbons. Das Team prüft Fahrerwartebereich, Staging, Vollständigkeitskontrolle, Statussetzung und Reklamationsweg. Ein guter kleiner Standort ist kein Mini-Restaurant ohne Stühle, sondern eine Produktions- und Übergabeeinheit, in der jeder Bon seinen Weg kennt.



Storno-Test vor dem Hotelsoftware-Vertrag



Text: Redaktion GastroNews, nach Sabre und Skift. | Bild: GastroNews

Eine Demo zeigt den Idealweg. Vor der Abnahme muss das Hotel auch Storno, Änderung, Fehlermeldungen und Ausfall sicher durchspielen können.

01 Die neue Buchungsmaske sieht gut aus, die Rate erscheint und die Bestätigung kommt prompt. Dann fragt die Reservierung: Was passiert, wenn ein Gast um 23 Uhr storniert, die Anreise verschiebt und der Channel Manager nicht antwortet. In Software demos bleibt diese Frage oft unsichtbar. Dort läuft alles wie vorbereitet. Im Hotelalltag beginnen die interessanten Fälle meist erst nach dem ersten Klick.

02 Sabre stellte für einen Voice-AI-Hackathon Schnittstellen, MCP-Zugang und eine Sandbox bereit. Laut Sabre sollten Teilnehmende darin Reise-, Buchungs- und Zahlungsszenarien erproben. Skift berichtete, die Demonstrationen seien mit simuliertem Checkout gelaufen und hätten keine Live-Buchungen berührt. Das ist kein Produktstart für DACH-Hotels. Es erinnert jedoch daran, dass kein Gast zum Testkunden werden sollte, weil ein Anbieter vor Vertragsabschluss nur gute Bildschirmbilder zeigt.

03 Eine Demo gehört zum Verkauf, eine Sandbox ist eine vom Live-Betrieb getrennte Testumgebung. Dort kann das Hotelteam eigene Eingaben, Wiederholungen und misslungene Versuche durchführen. Testzugänge und Beispieldaten müssen von produktiven Buchungen, echten Zimmerkontingenten und Zahlungsdaten getrennt bleiben. Nicht jede Funktion muss vollständig nachgebildet sein. Der Anbieter soll aber offenlegen, was funktioniert und was simuliert wird. Vor dem Test muss außerdem feststehen, welche Systeme verbunden sind: PMS, CRS, Channel Manager, Booking Engine, Zahlungsdienst, CRM oder Revenue-System.

04 Fünf Fälle machen eine Schnittstelle prüfbar: Verfügbarkeit, Rate, Storno, Änderung und Systemausfall. Bei Verfügbarkeit müssen Belegung, Aufenthaltsdauer und Restriktionen in angeschlossenen Systemen übereinstimmen. Bei Rate zählen Steuern, Frühstück, Währung, Kanal und Mindestaufenthalt. Das Storno prüft Gebühr, Rückkehr der Verfügbarkeit, Bestätigung und Übergabe. Bei Änderungen zählen Preisneuberechnung, Zahlungsdifferenz und Kommunikation. Ein Ausfalltest muss Fehlermeldung, Wiederholungslogik, manuellen Ersatzweg und spätere Synchronisierung sichtbar machen.

05 Grenzfälle wie Doppelaufwurf, abgelaufene Zahlung, nicht verfügbare Rate, abweichende Zeitzone oder nicht zustellbare Bestätigung gehören ins Protokoll. Dokumentation soll Datenfelder, Fehlercodes, Antwortzeiten, Wartungsfenster, Limits und Supportweg erklären. Bei KI- oder Agentenoberflächen muss zusätzlich klar sein, welches System bei widersprüchlichen Angaben zu Preis, Verfügbarkeit oder Buchungstatus führt und wann ein Mensch übernimmt.

06 Testzugang gehört ins Leistungsblatt: Zeitraum, Testnutzer, Schnittstellen, Beispieldaten, Dokumentation, Support und Abnahmekriterien.



LONGREAD / MANAGEMENT-RECHT

Vor dem Hotelvertrag kommt der Nutzungsplan

Málagas Moratorium ist ein Prüfimpuls für Projektentwickler. Vor Kaufpreis und Betreibervertrag müssen Nutzung, Verfahren und Genehmigungsstatus belegt sein.



Text: Redaktion GastroNews, nach Stadt Málaga, El País und andalusischem LISTA-Gesetz. | Bild: GastroNews

Meerblick im Exposé, die Lobby schon im Kopf, der Kaufvertragsentwurf fast unterschiftsreif. Dann liegt im Datenraum ein Plan, auf dem schlicht „Wohnen“ steht. Das ist kein Detail für die letzte Seite, sondern kann das gesamte Hotelprojekt drehen. Málagas Beschluss, die automatische touristische Beherbergung auf Wohnbauland zu begrenzen, liefert dafür einen klaren Prüfimpuls.

Der Stadtrat von Málaga beschloss am 16. Juli die Begrenzung. Bislang konnte Beherbergung im örtlichen PGOU unter Voraussetzungen als alternative oder compatible Nutzung zum Wohnen zulässig sein. Die städtische Mitteilung nennt Hotels, Hotel-Apartments, Hostels, Pensionen, touristische Apartments und weitere Unterkunftsformen. Auf Wohnbauland sollen sie künftig nicht mehr automatisch neben oder anstelle der Wohnnutzung entstehen können. Die Maßnahme ist befristet, bis die Planänderung endgültig beschlossen ist, maximal drei Jahre, und soll mit Veröffentlichung des Erstgenehmigungsbeschlusses im BOP wirksam werden.

Das ist kein pauschales Verbot aller touristischen Projekte der Stadt. Tertiär ausgewiesene Flächen fallen laut El País nicht unter diese wohnbezogene Begrenzung. Daraus folgt aber nicht, dass dort jedes Projekt ohne weitere Prüfung genehmigungsfähig wäre. Für Betreiber und Investoren in DACH liegt die Lehre nicht im spanischen Paragraphenwerk, sondern in der Reihenfolge der Fragen: Welche Nutzung ist auf diesem konkreten Grundstück heute zulässig, und welche Nutzung soll der Betrieb tatsächlich ausüben.

Wohnen, Gewerbe, tertiäre Nutzung, Mischgebiet und Sondergebiet sind nicht austauschbar. Auch Hotel, Apart-Hotel, touristisches Apartmenthaus, Serviced Apartment und reguläre Vermietung können planungs- und genehmigungsrechtlich verschieden behandelt werden. Ein Exposé ersetzt weder Bauleitplan noch Genehmigungsakte noch konkrete Nutzungsbeschreibung. Wer ein Haus als hospitality-ready kauft, sollte wissen, welcher Behördenbescheid diese Behauptung trägt.

Málagas Beispiel zeigt zudem, dass nicht eine Ankündigung den Stichtag setzt, sondern die Veröffentlichung eines Beschlusses. Für mögliche Übergangsfragen zählen Einreichnachweis, Datum, Aktenzeichen, vollständige Unterlagen und genauer Gegenstand eines Antrags. Ein laufendes Verfahren ist keine Genehmigung. Brandschutz, Zugang, Lärm, Denkmalschutz oder Stellplätze können offen bleiben. Der andalusische LISTA-Rahmen ersetzt ebenso wenig die lokale Prüfung des einzelnen Projekts.

Kaufpreis, Pachtbeginn, Finanzierung und Betreibervertrag sollten deshalb unterscheiden, ob ein Wohnobjekt, ein genehmigter Beherbergungsbetrieb oder ein Umnutzungsprojekt mit offenem Ausgang erworben wird. Vertragsklauseln brauchen Bedingungen für Genehmigung, Verzögerung, Zimmerzahl und Nutzungsart. Vor der Unterschrift zählen Planfestsetzung, Genehmigungsakten, Einreich- und Veröffentlichungsnachweise sowie ein Plan B mehr als zehn Renditefolien.



KONZEPTE-BUSINESS

Das Essensfenster zwischen zwei Spielen



Text: Redaktion GastroNews, nach Nation's Restaurant News und Level99. | Bild: GastroNews

Die Gruppe steht am Check-in, eine Person sucht noch die Einverständniserklärung auf dem Handy, zehn Minuten später beginnt der Spielslot. Dazwischen wünschen sich alle etwas zu trinken; später vielleicht Essen, aber niemand will den besten Moment im Spiel verpassen. Nation's Restaurant News berichtete über weitere 50 Millionen US-Dollar Investition von Act III in Level99. Mangels veröffentlichter Primärquelle bleibt diese Summe eine Angabe des Fachmediums. Für DACH-Betriebe ist wichtiger, wie Ticket, Ankunft, Check-in, Spiel, Bar und Küche einen Besuch formen.

Ein Spielticket erzeugt keine gleichmäßig verteilte Nachfrage. Gruppen treffen in Wellen ein, brauchen Orientierung, Accounts oder Teilnahmebedingungen und werden dann eingeteilt. Level99 empfiehlt Account und Verzichtserklärung vor dem Besuch, um den Check-in zu beschleunigen, und nutzt RFID-basierte Velobänder. Das konkrete US-Modell ist kein DACH-Rezept; Datenschutz, Haftung und Jugendschutz müssen lokal geprüft werden. Die Betriebslogik bleibt übertragbar: Was vor dem Eingang erledigt wird, nimmt Druck aus der ersten Welle.

Gäste bestellen nicht irgendwann. Vor dem Spiel passen schneller Drink oder Snack, in der Pause eine verlässliche Ausgabe, nach dem Slot eine Barzone oder ein Tisch für längeren Aufenthalt. Der Standort in Disney Springs umfasst laut Level99 63 Challenges auf zwei Etagen, eine zweigeschossige Bar, Küchenfenster und Getränkewagen. Mehrere Übergabepunkte verkürzen Wege, verlangen aber klare Status: offen, in Arbeit, abholbereit und übergeben. Ein Getränk, das während einer Challenge fertig wird, aber auf seinen Gast wartet, zeigt den Bruch zwischen Bestellweg und Spielrhythmus.

Erlebnisgastronomie entsteht aus Wellen von Ankunft, Spiel, Pause und Rückstrom. F&B braucht dafür verlässliche Übergaben statt bloßer Warteflächen.

Für Gruppen können vorbestellbare Platten, Barpakete und feste Abholfenster sinnvoll sein. Level99 bietet solche Optionen laut seiner Eventseite an; das ist kein allgemeiner Standard. Übertragbar ist die Zeitlogik: Küche, Service und Gruppe müssen wissen, wann produziert, abgeholt und gegessen wird. Individuelle Bestellungen bleiben möglich, lösen dann aber keine überraschende Welle aus.

Eine verlorene Bestellung braucht eine klare Definition: abgebrochener Vorgang, nicht abgeholtes Getränk, verpasste Pause oder Ausstieg wegen Wartezeit. Sichtbar werden diese Fälle über Zeiten von Ankunft bis Check-in, Check-in bis Zugang, Bestellung bis Ausgabe und Ausgabe bis Tisch. Der F&B-Bon pro Spieler trennt Ticket- und Gastronomieumsatz. Umsatz pro Gaststunde verbindet beide Seiten: Ticketumsatz plus F&B-Umsatz geteilt durch die Summe individueller Aufenthaltsstunden.

Walk-ins erhalten nur klar definierte Restkapazität, ehrliche Wartezeit und einen sinnvollen Zwischenaufenthalt. Eine Bar ist kein Wartezimmer für Überbuchung. Ein gutes Essensfenster gibt der Gruppe einen Grund zu bleiben, ohne die nächste Runde zu verpassen.





All-in-one HR: Dienstplan, Zeit und Lohn.

Mehr Netto. Lohnkosten im Griff.

MEHR ERFAHREN

neolohn.de

