



## SHAKE YOUR LIFE

Der Barmann – hier Titelheld – ist ein professioneller Coach, die Gäste sind überall auf der Welt gleich, und nach einigen Abenden am Tresen, vielen Drinks und zahlreichen Tipps zur Bewältigung des Alltags wird alles gut: Inspiriert von der Barszene und getränkemäßig beraten von den Cocktail-Profis aus dem Kölner „Shepherd“ hat Ralph Goldschmidt ein Buch über den richtigen Mix aus Karriere, Liebe und Lebensart geschrieben. „Ich habe auch ein wenig (wirklich wenig!) Erfahrung am Tresen, aber der Hauptgrund für das Buch war folgender: Ich will vor allem (vielbeschäftigte) Leute erreichen, die typischerweise keine klassischen Ratgeber lesen (das sind vor allem Männer), denen es aber gut täte, wenn sie ein wenig über sich und ihr Leben nachdenken würden.“ Tipp des Autors für eine bessere Work-Life-Balance: „Sich klar machen, was einem wirklich, wirklich wichtig ist im Leben, und sich immer wieder vor Augen halten, welchen Preis man dafür zahlen wird, wenn man sich dafür nicht die Energie und Zeit nimmt. Dann gilt es klare Ziele und Maßnahmen zu definieren, wie man das ändern wird.“

[www.shake-your-life.de](http://www.shake-your-life.de)

## MASSVOLL GESUND

Moderater Alkoholkonsum hat einen positiven Einfluss auf die Gesundheit bei älteren Menschen – das bestätigt eine neue Studie der University of Texas at Austin. Demnach haben ein bis zwei Drinks pro Tag bei Menschen zwischen 55 und 65 Jahren ein geringeres Sterberisiko zur Folge. Erstmals hat ein Forscherteam über

20 Jahre hinweg bei 1.824 Personen ausführliche Daten zu Alkoholkonsum und einer Vielzahl von Einflussfaktoren gesammelt und diese zum Sterblichkeitsrisiko in Beziehung gesetzt – mit erstaunlichen Ergebnissen: Bei Abstinenz lag das Risiko eines vorzeitigen Ablebens um 51 Prozent höher als bei Befragten mit

moderatem Alkoholkonsum. Erklärt wird dieser Effekt mit einem Rückgang von Herz-Kreislauferkrankungen. Positiven Einfluss hat jedoch nur ein Alkoholgenuss in Maßen. Bei starken Trinkern lag das Sterblichkeitsrisiko 45 Prozent über dem der moderaten Alkoholkonsumenten.

[www.bsi-bonn.de](http://www.bsi-bonn.de)

## DJS AM HERD

Die Macher der Berliner Party- und Musikszene sind am Herd einer Restaurantküche normalerweise eher selten vertreten. Vielleicht gerade deshalb stellen sich hauptstadtweit bekannte DJs, Booker und Labelmacher nun einer besonderen Herausforderung und wagen den Schritt an die Kochplatten. Die „Jungköche“ beim ersten Event des Projekts „Amuse Bass“: Tania Cappelluti (Playkula), Patricia Weil (Wilde), die Cosmic Cowboys (Clique Bookings), Holgi Star und Dragan (Kiddaz FM), Diana und Alex (Tresor Booking) sowie Alex Flitsch und Martin Henkel (Connaissance Recordings). Im Mittelpunkt der Kochorgie steht gutes Essen und nicht primär die Musik, wobei „ein plötzlich am Herd auftauchendes Turntable bei solchen Aktionen aber nie ausgeschlossen werden kann“, wie Timo Hoppert vom „Sage Restaurant“ weiß. Ähnliche Veranstaltungen sollen mindestens zwei Mal im Jahr steigen, wobei der Rahmen, etwa auch ein Outdoor-Barbecue, schon einmal etwas größer ausfallen kann.

[www.sage-restaurant.de](http://www.sage-restaurant.de)



## DINING EXPERIENCE

**FIZZ:** Ihre erste Catering-Kollektion 2011 wird als „Dining Experience“ präsentiert, was steckt dahinter?

**Kofler:** Nachdem wir unsere Kollektionen in der Vergangenheit ausschließlich einem exklusiven Kreis von Kunden präsentiert haben, wollen wir unser neues Angebot nun einem breiteren Publikum zugänglich machen. Die „Pret A Diner“-Präsentation ist daher 2011 erstmalig eine Mischung aus Event und Restauration – ein kurzer Moment mit bleibendem Eindruck: 35 Tage, wenige Plätze, ein trendorientiertes Kiez-Ambiente, schnörkelloses Design und Sterneküche. Damit zeigen wir, was für neue, spannende Formate wir entwickeln können. Bereits jetzt gibt es Anfragen großer Kunden.

**FIZZ:** Wie haben Sie das Event kommuniziert?

**Kofler:** Neben der klassischen Pressearbeit über unsere PR-Agentur „Ereignisbüro“ läuft die Kommunikation an die Zielgruppe über Social Media. Wir arbeiten mit Bloggern in Berlin zusammen und kooperieren mit Hosts wie Heinz „Cookie“ Gindullis, der unter dem Motto „Cookie geht fremd“ bei uns in Aktion tritt. Über seinen Verteiler werden auch Gäste informiert. Daneben nutzen wir natürlich unsere eigene Kundenbasis. Es funktioniert: Vier Tage vor dem

Opening war die erste Woche schon komplett ausgebucht.

**FIZZ:** Was sind die Highlights Ihrer neuen Kollektion?

**Kofler:** Unser aktuelles Programm heißt „Melting Pot“ und ist eine Interpretation der Regionalküche, sehr nah an der Natur und Wildnis mit stark vegetarischem Einschlag. Wir verwenden nur Zutaten, die regional und auch in dieser Jahreszeit wachsen. Wir leben in einer Welt der knapper werdenden Ressourcen und unser Ambiente vor Ort zeigt, dass man auch aus Dingen, die bereits existieren, etwas Neues schaffen kann. Statt Wasser aus Italien servieren wir aufbereitetes Berliner Wasser. Wir arbeiten mit drei jungen Sterneköchen zusammen, die das Essen auch servieren.

**FIZZ:** Wo liegen für Sie die Geschäftsfelder der Zukunft?

**Kofler:** Nicht mehr dort, wo sie momentan liegen. Verdrängungswettbewerb und Preiskampf haben eine Grenze erreicht. Zukünftig wird es darum gehen, eigene Formate zu entwickeln und sie zu verkaufen. Das Leistungsspektrum wird breiter werden und Event-begleitende Dienstleistungen wie z.B. Leistungen, die bisher Agenturen erbracht haben, werden zunehmen.

INTERVIEW



Zweimal im Jahr schickt der Catering-Spezialist Kofler & Kompanie seine neueste Kollektion über den roten Teppich. Mit dem Pop-up-Restaurant „Pret A Diner“ ([www.pret-a-diner.com](http://www.pret-a-diner.com)) in Berlin setzt das Unternehmen jetzt neue Maßstäbe. Klaus Peter Kofler über die Geschäftsfelder der Zukunft.



### KÜCHENSCHLACHT

Berlin, ein Hotspot für Hobby-Köche: Ähnlich wie das „Sage Restaurant“ (siehe S. 6) holt auch das „Rocky Ragazzo“ derzeit Kochlaien an den Herd, die bei einem Küchenturnier ihr kulinarisches Können unter Beweis stellen können. Gekocht wird ein Drei-Gänge-Menü, das von den Gästen kritisch unter die Lupe genommen und anschließend von ihnen bewertet wird. Professionalität und Kreativität sind gefragt, denn der erkochte Punktestand wird nach der Küchenschlacht für alle Gäste sichtbar auf der „Wall of Fame“ des Restaurants verewigt. Die Aktion findet Ende 2011 ihren krönenden Abschluss, wenn sich der bestbewertete Herdstürmer ausgiebig feiern lassen darf. Um einen Startplatz beim Küchenturnier können sich alle ambitionierten Hobbyköche bewerben, die überzeugt sind, exzellent für 60 Leute kochen zu können, zu Hause aber keinen Platz dafür haben. Das Team des „Rocky Ragazzo“ hilft bei der Planung und Umsetzung. Eine tolle Marketing-Idee, die Mund-zu-Mund-Propaganda garantiert und Gäste zu Team-Mitgliedern macht.

[www.rockyragazzo.com](http://www.rockyragazzo.com)

### ZIELGENAUE FORTBILDUNG

Die im Mai 2007 gestartete praxisorientierte Nachwuchsförderung der Hospitality Management School (HMS) stellt sich nach drei Jahren am Markt mit einem zielgruppengenauen, thematisch erweiterten Fortbildungsangebot für Geschäftsführer, Schichtleiter und motivierte Mitarbeiter neu auf. Das gemeinsame Projekt

der Leaders Club Deutschland AG, der FBMA-Stiftung sowie der Wirtschaftsschulen für Hotellerie und Gastronomie bietet zukünftig einen breiten Themenmix, der sofort umsetzbare Kompetenzen in den Bereichen Management, Leadership und Gastlichkeit vermittelt. Veränderte Anforderungen an Führungskräfte und

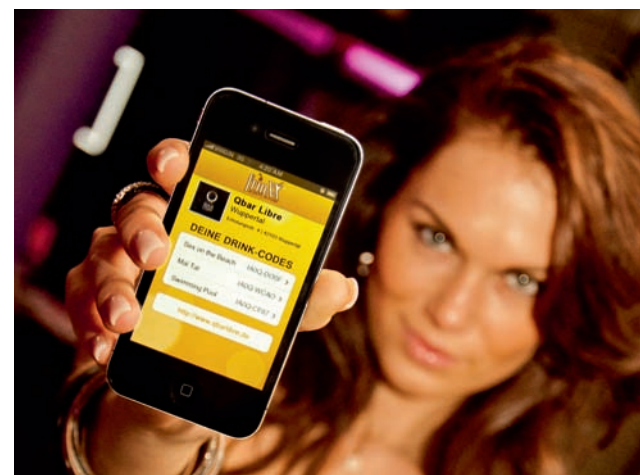
Mitarbeiter finden dabei durch neue Themen wie Social Media und Küchenmanagement Berücksichtigung. Das Angebot der HMS steht allen Unternehmen und Interessierten der Branche offen, unabhängig von der Mitgliedschaft in der FBMA oder dem Leaders Club.

[www.leadersclub.de](http://www.leadersclub.de)

### DIGITAL NACHGEFÜLLT

Online Drinkgutscheine einlösen und Freunde überraschen: Das ermöglicht der neue Gutschein-Service Frinxx. Der Dienst, der dieser Tage an den Start geht, funktioniert denkbar einfach. Der Nutzer sucht ein Getränk aus der Karte einer teilnehmenden Bar aus, bezahlt dieses direkt online per PayPal, Kreditkarte oder Sofortüberweisung und verschickt den Gutschein-Code an einen Freund. Der so Beschenkte legt dann den erhaltenen Code am Tresen vor und erhält, nach Datenabgleich mit dem anbieterseitig zur Verfügung gestellten Netbook, das Getränk. Der Service ist für die Nutzer kostenlos, da keine Grundgebühren oder Abonnementkosten anfallen. Frinxx erhält 25 Prozent Umsatzbeteiligung an jedem über den neuen Service verkauften Getränk. „Die teilnehmenden Betriebe erreichen mit Frinxx zum Beispiel Personen, die fremd in der Stadt sind und zur Gutschein-Einlösung gezielt in die Gastronomie kommen“, erklären die Geschäftsführer Christian Chzyk und Tim Lange. Auch eine direkte Social-Media-Anbindung ist Teil des Dienstes, da zusätzlich jeder Verschenk-Vorgang über soziale Netzwerke wie Facebook, Twitter oder die VZ-Netzwerke gestreut wird, sodass Freunde und Freundesfreunde darauf aufmerksam werden. Damit sind für Gastronomen gleichzeitig auch Marketing-Aktionen wie etwa Getränke-Specials möglich.

[www.frinxx.de](http://www.frinxx.de)



### STREITBAR

#### VERLÄNGERUNG EINER BEFRISTUNG: NEUE PROBEZEIT IST TABU!

Prof. Dr. jur. Burkhard Boemke, Chefredakteur des Urteilsdienstes „Arbeitsrecht Kompakt“, Bonn ([www.bwr-media.de](http://www.bwr-media.de))



Nina Neu\* war zunächst für ein Jahr befristet als Restaurantleiterin eingestellt worden. Kurz vor Ablauf wollte ihr Arbeitgeber die Befristung verlängern und schloss mit der Arbeitnehmerin einen weiteren befristeten Vertrag. Dieser erhielt allerdings erstmalig eine Probezeitvereinbarung. Die Arbeitnehmerin hielt die Befristung aus diesem Grund für unwirksam und erhob Klage.

Mit Erfolg: Das Arbeitsgericht Cottbus stellte fest, dass die Befristung unwirksam sei und fortan ein unbefristetes Arbeitsverhältnis bestehe. Die Probezeitregelung stehe einer bloßen Befristungsverlängerung entgegen. Der zweite Vertrag sei daher als Neuabschluss zu qualifizieren. Die Befristung verstoße daher

gegen das Anschlussverbot. ArbG Cottbus, Urteil vom 27.04.2010, Az.: 6 Ca 86/10

#### Ändern Sie immer nur die Laufzeitklausel!

Ein sachgrundlos befristetes Arbeitsverhältnis kann innerhalb von zwei Jahren bis zu drei Mal verlängert werden. Dazu ist eine schriftliche Vereinbarung über die Verlängerung der Laufzeit nötig. Ändern Sie bei der Verlängerung aber auch noch andere Regelungen, handelt es sich rechtlich um einen Neuabschluss. Dann ist aber wegen des sog. Anschlussverbots nach § 14 Abs. 2 Satz 2 TzBfG eine sachgrundlose Befristung unzulässig. Schließlich bestand mit der/m Mitarbeiter/in bereits unmittelbar zuvor ein Arbeitsverhältnis.

Die Folge: Die Befristung ist unwirksam und ein unbefristetes Arbeitsverhältnis kommt zustande. Beschränken Sie sich daher bei der Befris-

tungsverlängerung stets auf die Änderung der Laufzeitklausel. Auf sonstige Änderungen sollten Sie unbedingt verzichten.

#### Checkliste:

##### Wirksame Befristungsverlängerung

Beantworten Sie alle Fragen der nachfolgenden Checkliste mit „Ja“, ist die Befristungsverlängerung wirksam:

- Wurde die Verlängerung vor Ablauf der „alten“ Befristung vereinbart?
- Schließt der „neue“ Befristungszeitraum unmittelbar an den „alten“ an?
- Ist es noch nicht die vierte Verlängerung?
- Wurde außer der Laufzeit keine andere Vertragsklausel geändert?
- Ist die Gesamtdauer von zwei Jahren eingehalten?
- Wurde die Verlängerung schriftlich vereinbart?

\*Name frei erfunden