Zeitschrift: HTR Hotel-Revue

Herausgeber: hotelleriesuisse

Band: - (2011)

Heft: 46

Anhang: igeho

Autor: [s.n.]

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 09.12.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

igeho Nr. 46 / 17. November 2011





Die Mitarbeiterstruktur in Schweizer Hotels wird immer internationaler. Ob das ein Vorteil oder Nachteil ist, bleibt umstritten. Klar ist: Es gibt keine Alternative.

Die Hotellerie an der Igeho

Schweizer Mitarbeitende sind in Schweizer Hotels zunehmend Mangelware. Welche Auswirkungen hat das? Eines der Themen im Igeho-Forum am Tag der Schweizer Hotellerie.

GUDRUN SCHLENCZEK

epräsentieren ausländische Fachkräfte die Schweizer Hotellerie? Mit diesem polarisie-Mit diesem polarisie-renden Thema eröffnet hotellerie-suisse den Tag der Hotellerie am 22. November um 11 Uhr im Forum der diesjährigen internationalen Gastgewerbe-Messe Igeho in Basel. Mit dabei ist Peter B. Grossholz, Leiter Berufsbildung bei hotelleriesuisse. Es gebe zwar keine konkreten Zahlen, aber Hauswirtschaft und Service wür-Hauswirtschaft und Service wür-den heute wohl mehrheitlich mit ausländischen Mitarbeitenden abgedeckt. Martin Häfeli, Arosa Vetter Hotel, schätzt den Anteil ausländischer Mitarbeitender in der Aroser Hotellerie auf 50 Pro-zent, Kurt Baumgartner, Hotel Belvédère in Scuol, spricht für den Unterengadiner Ferienort gar von 80 bis 85 Prozent, im «Belvédère» selbst falle der Anteil mit 70 bis 80 Prozent etwas kleiner aus.

Gäste schätzen Schweizerdeutsch im Service Ob die hohe Zahl an landes-

fremden Fachkräften nun ein Nachteil für das Image der Schweizer Hotellerie ist, darübergehen die Meinungen allerdings auseinander. Für Christian Lien-hard, Hotel Hof Weissbad, verliert die Schweizer Hotellerie so auf jeden Fall an Authentizität: «Die

Grossholz ergänzt: «Swissness drückt sich durch hohe Qualität aus. Dies gilt auch bei der Rekru-tierung.» Mitarbeitende aus der Region können wichtig sein, wenn sich ein Hotel lokal verankern und positionieren will. Christian

Lienhard wird die Situation vor allem dann problema-tisch, wenn «aus-ländische und ausländisch sprechende Manager Schweizer Hotels führen.» Da bleibe

viel Wissen über die Schweiz, ihre Tradition und Kultur auf der Strecke. Kurt Baum-gartner rechnet zudem insbeson-dere bei den qualifizierten Positionen mit sinkenden Löhnen

Im Hotel Hof Weissbad sind von 185 Mitarbeitenden 150 Schweizer und «sogar 120 Appenzeller», betont Lienhard. «Die Gäste schätzen es sehr, beim Frühstück in Appenzeller Dialekt angesprochen zu werden», stellt der Hote-lier fest. Dass die Nationalität der Mitarbeitenden bei den Gästen ein Thema ist, zeigt auch die Erfahrung von Kurt Baumgartner im «Belvédère» in Scuol: Wenn in einem Unterengadiner Hotel 60 bis 80 Prozent der

Frontmitarbeiter nicht Schweizer-

deutsch reden,

«Problematisch ist, wenn ausländische Manager **Schweizer Hotels** führen.»

gartner lässt sich dadurch von seiner Personalpolitik nicht abbringen und zeigt wenig Verständnis für entsprechende Kritiken seitens der Gäste: Zum einen sei er schlicht auf die Mitarbeiter aus dem Ausland angewiesen. Zum anderen gebe es mit den vielen deutschen Mitarbeitern im Service jetzt wenigsten keine Sprachprobleme mehr. Im Gegensatz zu früher, als man sich die Servicemitarbeiter aus Italien holen musste. Für Baumgartner ist klar: Die Qualität der Serviceleistung muss ausschlaggebend sein und nicht die Nationalität. Conrad Meier, Steigenberger Area General Manager Schweiz und Direktor im Steigenberger Grandhotel Belvédère in Davos, bringt es auf den Punkt: «Professionalität, und Freundlichkeit hängen nicht von Nationalität oder Kultur ab.»

gäbe es natürlich Reaktionen sei-tens der Gäste. Doch Kurt Baum-Swissness mit Regionalprodukten und informierten Mitarbeitern

Im Gegensatz zu Lienhard meint Baumgartner, Swissness lasse sich auch gut mit ausländischen Mitarbeitern vermitteln. Entscheidend sei vielmehr die Verwendung regionaler Produkte und die Auseinandersetzung der Mitarbeitenden mit der Region. Für Martin Häfeli vom Arosa Vetter Hotel ist es deshalb neben-sächlich, ob ein deutscher Koch die Rösti gemacht hat oder ein Schweizer: «Wichtig ist, dass ich dem Gast eine gute bodenständi-ge Bösti gemieren kann » ge Rösti servieren kann.

Igeho 2011 800 Aussteller und ein Tag für die Hotellerie

Vom 19. bis 23. November 2011, täglich von 9 bis 18 Uhr, ist es wieder so weit: Die zu den grössten Gastgewerbe-Messen im deutschsprachigen Raum zählende Igeho in Basel erwartet mit 800 Ausstellern rund 80 000 Besucher. Eine der zahlreichen Begleitveranstal-tungen ist der Tag der Hotelle-rie von hotelleriesuisse am Messedienstag mit diversen Gesprächsrunden im Igeho Forum in Halle 2.2. Eine Dis-kussion ist dem Thema Innovation gewidmet, diskutieren wird die Chefredaktorin der htr hotel revue, Elsbeth Hobmeier, mit Gewinnern des Tourismus preises Milestone 2011.

Gute Nacht. Wir sorgen für den erholsamen Schlaf Ihrer Gäste.



roviva objects - Ihr Partner rund ums Schlafen.

Matratzen, Einlegerahmen, Betten, Individual-Lösungen und FullService kombiniert mit 260 Jahren an Erfahrung und Schweizer Wertarbeit sind Garant für höchsten Schlafkomfort Ihrer Gäste, roviva - Schlafqualität seit 1748.



roviva Matratzen- und Bettenfabrik

Spielerisch mit «4 gegen 4» das Wissen testen

Höhepunkt des Nachwuchspro-gramms Igeho U21 ist dieses Jahr das neue Wissensquiz «Jgeho 4 gegen 4», bei welchem jeweils zwei Viererteams in einer Spiel-arena gegeneinander antreten und Fragen über die Bereiche Hotellerie, Gastronomie und Tourismus beantworten. Eine Spielrunde dauert rund 15 Minuten, mitmachen können Schulklassen und Firmen. Igeho U21 wird von den Gastgewerbeverwird von den Gast bänden mitgetragen

«Journée romande» für Romands

Erstmals veranstaltet die Messe Schweiz an der Igeho in Basel einen «Journée romande» in Zu-sammenarbeit mit sechs Westschweizer Ausstellern. Am Mes-semontag offeriert die Messe drei Busrouten für Besucher aus der Romandie: Für 29 Franken kön-nen Gastronomen und Hoteliers aus den Regionen Genf, Lau-sanne und Wallis nach Basel und zurück reisen. In Basel erwartet die Westschweizer ein eigenes Programm, zum Beispiel eine Diskussion für Romands im Igeho-Forum in Halle 2.2.

Igeho-App zeigt Weg zu Ständen und Events

Die Igeho lancierte eine grafis App für iPhones sowie mobile Webseiten für Android und Blackberry. Wer mit einem Blackberry. Wer mit einem Smartphone die Messe besucht, profitiert über die App von Such-funktionen und findet so leicht Aussteller und Events. Der drei-dimensionale Hallenplan zeigt den Weg zu Tagesevents in Kocharena oder Forum. Per Knopfdruck kann man Aussteller per Mail kontaktieren. Die App ist gratis im Apple App-Store verfüg-bar. gsg

Vernetzen an der Messe

Frankenstärke und Konjunkturaussichten tangieren die Igeho 2011 nicht. Im Gegenteil: Die Messe begrüsst einige neue Aussteller.

GUDRUN SCHLENCZEK

Aussteller- und auch die Besucher-zahl der alle zwei Jahre im November in Basel stattfindenden internationalen Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie und Ausser-Haus-Konsum ist seit rund zehn Jahren konstant, stellt Igeho-Messeleiter Matthias Lagger fest: 800 Ausstel-lern aus rund 20 Ländern stehen 80000 Besucher gegenüber. Die Frankenstärke und negative Kon-junkturaussichten hätten sich auf die Igeho 2011 noch nicht ausge-

wirkt, konstatiert Lagger: «Die Igeho 2011 widerspiegelt die Situ-ation vor einem halben Jahr bis vor einem Jahr, also die Situation vor der Eurokrise.» Im Gegenteil: Lagger kann einige «namhafte Rückkehrer» an der Igeho 2011 begrüssen: Darunter United Cofe – mit den Kaffee-Brands Ros-Giger und Merkur, der Verpackungsspezialist Pacovis, Lieferant für Premium-Konditoreiprodukte Deliciel und Gastro-Planer Beck Design.

«Messe und Internetpräsenz

ergänzen sich gut»

Nicht weniger namhaft einige neue Aussteller, die sich für eine Präsenz an der Igeho 2011 ent-schieden haben: Zum Beispiel Nestlé Waters, Teo Jakob, Segafredo und Accor. Der Messeleiter ist überzeugt, dass die Messe im Zeitalter des Internets wieder an Beachtung gewinnt. «Viele haben erkannt, dass sich Messe und Internetpräsenz gut ergänzen.» In den Anfängen des Internet-Hype hätte mancher ein Ende der Messe prophezeit. «Nun wendet sich das Blatt», freut sich Lagger. «Wir spüren das Interesse der Aussteller.»

Für die Igeho rechnet man mit einem Null-Wachstum

Lagger erwartet für die Igeho jedoch in Zukunft, zumindest auf Ausstellerseite, kein Wachstum: Zum einen habe das Einzugsgebiet seine natürlichen Grenzen – die umliegenden Länder lockten mit eigenen gastgewerblichen Messen –, zum anderen ist auch bei den gastgewerblichen Betrie-ben keine Expansion zu erwar-ten. «Der Markt gibt nicht mehr her», meint Lagger.

Nur auf Besucherseite rechnet Nur auf Besucherseite rechnet Lagger mittelfristig mit einem Plus von 5 Prozent: Neue Interes-sengruppen erhofft er sich insbe-sondere aus dem Segment Facili-ty Management. Locken soll bei der Igeho 2013 zudem die neue 500 Meter lange Messehalle, wel-che den Ausstellern dank neuer Hallenhöhe eine attraktivere Prä-sentation ermöglicht.



Für die Igeho 2011 wird ein gleich grosser Besucherstrom erwartet wie 2009: Damals zählte man 80 000 Eintritte.

ANZEIGE

Accor sucht nach Frachisenehmern

Die Accor Hotellerie Schweiz wirbt an der Igeho für ihr Frachisekonzept. Im Franchise expandieren will man vor allem mit den Marken M Gallery, Mercure und der neuen Economy-Marke Ibis Style.

GUDRUN SCHLENCZEK

Als Franchisegeber tritt das Hotelunternehmen Accor das erste Mal an der Igeho in Basel auf. Zu fin-den ist Accor in einem separaten Raum in Halle 2, vis-à-vis vom Stand der Ecole hôtelière de Lausanne. Dort will man in einer diskreten Atmosphäre Interessier-ten die Vorteile eines Franchise-systems aufzeigen. «An der Igeho haben die Hoteliers Zeit», meint Walter Zueck, Direktor Franchise-Entwicklung Schweiz, der zusam-men mit Werner Stoller, Eigentümer des Hotel Stoller in Zürich Mercure-Franchisenehmer,

vor Ort ist.

Zuëck rechnet mit fünf bis zehn Gesprächsterminen pro Tag und hofft auf drei bis vier konkrete Anfragen, die im Anschluss der Messe dann geprüft werden kön-



Das Ibis in Bulle ist ein Franchise-Betrieb.

nen. Der Schweizer Franchise-Direktor hat seinen neu geschaffenen Posten seit einem Jahr inne. Der letzte Frachisevertrag wurde unlängst für das Ibis Bud-get in Leysin unterschrieben, das am kommenden ersten Dezem-ber eröffnet wird. Von 44 Accor-Hotels in der Schweiz sind heute sieben Franchise-Betriebe: Vier unter dem Brand Mercure, drei mit der Marke Ibis, neu hinzu kam dieses Jahr das Ibis in Bulle. International zählt Accor 700 Franchise-Betriebe unter seinen insgesamt 4200 Hotels in 90 Ländern. Zuëck gibt sich aber auch für den Schweizer Markt zuver-

sichtlich: Für die nächsten 12 Monate habe er bereits vier bis fünf neue Häuser in der Pipeline.

Ein Franchisevertrag bei Accor hat seinen Preis, neben der Einstiegsgebühr fällt eine laufende Franchise-Fee an. Wie hoch die Gebühren sind, will Zu

Gebühren sind, will Zu

Gebühren sind, will Zu

Gek nicht

verraten, das sei abh

ängig von

der Gr

össe des Betriebes, dem

Standort, der Marke. Aber der

Franchisenehmer erhalte daf

ür auch «eine 360-Grad-Dienstleis-tung», wirbt Zuëck für sein Pro-dukt: Kosteneinsparung durch zentralen Einkauf, weltweit bekannte Marke, globale Kommu-nikationsstrategie.

HALLE 1.1 - STAND B63 Gesteigerte Kellogg's Qualität Qualité Kellogg's° accrue

- innovative Produkte
- hochwertige Zutaten
- Geschmacksvielfalt
- attraktive Verpackung









- produits innovants
- ingrédients de haute qualité
- diversité des saveurs
- · emballages attrayants

Swiss Deluxe Hotels







Gibt es nun auch in Bio-Qualität: Flammkuchenböden mit Weizenmehl und Rapsöl aus kontrolliert ökologischem Anbau.

Nachhaltiger Gen

Die Liste der Igeho-Neuheiten ist lang. insbesondere im Food-Bereich. Auffallend: Immer mehr Firmen entdecken die Themen Bio und Gesundheit für sich.

GUDRUN SCHLENCZEK

ie Food-Branche widmet sich zunehmend den Bereichen Bio und Gesundheit, das zeigt ein Blick in die Neuheitenliste der Igeho. Dabei wird ökologisches Bewusstsein und Genuss gekonnt verbunden. So führt Howeg (Halle 1.1. Stand C27) den ersten Bio-Prosecco im Sorti-ment: den Vino Spumante Pro-secco DOC, Bioldo Bio aus dem secco DOC, Bioldo Bio aus dem Val d'Oca. «Wir entsprechen da-mit dem aktuellen Nachhaltig-keitstrend in der Gastronomie», ist Thomas Bürgisser von der Transgourmet Schweiz AG über-zeugt. Auf Bio setzt auch die Flammkuchenherstellerin Bon-



Neu auf dem Schweizer Markt: Fleisch vom Islandlamm.

flam aus Gossau (Halle 2.2, Stand C 81) mit ihren neuen Bio-Wei-zen-Flammkuchenböden, zertifiziert nach der EU-Bioverord-nung. Für diese stammt das verwendete Mehl und Rapsöl aus biologischem Anbau. Das Rezept sei zudem frei von Hefe, Konser-vierungsmitteln und Additiven, betont Marcel Erni von Bonflam. Der Bio-Markt wachse stetig und erschliesse sich nun auch dem Gastronomiebereich, stellt Erni fest. Zudem liege Bonflam die gelebte Nachhaltigkeit am Herzen: «Mit der Verwendung des Bio-Weizens setzen wir ein Zeichen

zur Vermeidung des Einsatzes von Pestiziden, Herbiziden und Fungiziden.»

Fungziden.»
Bio- und Körperbewusstsein verbindet die Biodrinks Ltd aus Murten (Halle 1.1, Stand A48) mit ihrer neuen Eisteelinie. Der «nIce TEA» ist ein echter Aufguss von Teeblättern aus biologischem Anbau, kombiniert mit Säften aus sizilianischen Bio-Zitronen oder Bio-Pfirsichen. Das Getränk ent-hält keinen Kristallzucker. Die Süsse stammt vielmehr aus dem kalorienfreien Extrakt des Honig-krauts Stevia Rebaudiana. «Dank Stevia ist es nun möglich, gesunde und umweltgerechte Getränke herzustellen und dabei nicht auf den Genuss verzichten zu müs-sen», freut sich Tino Schütz von Biodrinks. Das Getränk gibt's in der Halbliter-PET-Flasche ab sofort und ab diesem Winter zudem in der 33-cl-Glasflasche. Diese wird an der Igeho erstmals vorge-stellt. Der Gastro-Einkaufspreis der Halbliter-Flasche soll maxi-mal Fr. 1.75 betragen. Für Allergiker erweitert die

Migros-Bäckerei Jowa aus Vol-



Ein Eistee für Umwelt- und Kalorienbewusste, mit Stevia.

Sortiment: Unter der Marke Hutt-wiler wird eine glutenfreie Linie mit Broten, Kleinbroten, Cakes und Teigwaren vorgestellt. Ver-kauft wird Huttwiler Glutenfree ab 2012. Ganz den glutenfreien Produkten hat sich Josef Zehnder mit seiner Firma Zehnder Glu-tenfree aus Australien verschrieben. Nun will der Pionier Europa erschliessen, ab Februar 2012 will man mit einer Produktionsstätte im Kanton Solothurn starten

im Kanton Solothum starten. Testen kann man die Produkte in Halle 1.1, Stand D21. Nachhaltig will auch Urs Tho-mann das «Projekt Islandlamm» verstehen: Die Weidetiere er-nährten sich ausschliesslich von Gras, Kräutern, Beeren und Moos, das Klima mache Insektizide überflüssig, Hormone und Antibiotika seien verboten, das Schlachtverfahren sei schonend. Das garantiere nicht nur eine gute Fleischqualität: «Das Fleisch hat auch einen hohen Nährwert und enthält Omega-3-Fettsäuren», unterstreicht Urs Thomann. Exklusiv für die Schweiz vertreibt die Pernet Comestibles AG aus Zweisimmen die neue Fleisch-spezialität (Halle 1.1., Stand A 44).

Messe-News

Kulinarische Häppchen und neuer Kaffee



Am Stand von Cash&Carry Angehrn wird Patissierweltmeiste Rolf Mürner mit Max Gsell, neu er Fachberater Ernährung und Kochen bei CCA, kulinarische Leckerbissen kreieren. Zu degus-tieren gibt es zudem die neuen A-Kaffee-Sorten. CCA verlost am Messedienstag mit Linda Fäh die grüne Harley-Davidson, die seit Mai durch die CCAs tourt.

Halle 11 Stand R41

Kaffeemaschinen mit heisser **Schokolade**

Die Cafina AG aus Hunzenschwil bietet neu zur Cafina c35 einen Dispenser für heisse Schokolade. Zahlreiche Kombinationen mit Milch, Kaffee und Schokolade sind realisierbar. Thermoplan aus Weggis zeigt das «Choc-Modul» des Kaffeeautomaten Black des Kaffeeautomaten Black& White für heisse und kalte Trink-schokolade. Das Gerät soll 2012 in die Serienfertigung gehen.

Cafina AG: Halle 2.1, Stand G30 Thermoplan: Halle 2.1, Stand G14

Fleischanhieter mit frischem **Fisch**



Migros-Tochter Mérat führt neu Frischfisch im Sortiment: Dieses umfasst Süss- und Meerwasser-Fische, Lachs, Krustentiere und auch Labelprodukte wie Bio und MSC. Mérat & Cie AG wurde vor über 60 Jahren als Metzgerei in Bern gegründet. Seit 2010 – zu-erst nur als TK-Ware – bietet man auch Fisch und Seafood. gsg

Halle 1.1. Stand B06

Professional Aroma braucht Wasser. Wasser braucht BRITA® Besuchen Sie uns an **PURITY Quell ST** der Igeho in Basel! PURITY C Quell ST Optimale Wasserqualität und lange Lebensdauer für Kaffeemaschinen Halle 2.1, Stand G60!



Wenn Sie mit einem Grand Cru beginnen, enden Sie doch auch mit einem Grand Cru





Über 650 Sterneköche weltweit servieren Ihren Gästen Nespresso.

Gratisnummer: 0800 00 11 11 www.nespresso.com/pro

NESPRESSO

Die Seele des Kaffees

Schwestern mit Design im Blut

Jacqueline und Nathalie Felber übernahmen von ihrem Vater Urs das Möbel-Unternehmen Dietiker. Geerbt haben sie auch Innovationsgeist und Leidenschaft für Design.

KARL JOSEF VERDING

nsere Möbel sind für zeitgenössische High-End-Hotels bestimmt sowie für Projekte mit spezieller Handschrift», Jacqueline Felber: Ein Beispiel sei das Belvoir Hotel in Rüschlikon, dessen Innengestaltung von Pia Schmid entworfen wurde. Jacqueline ist seit Dezember 2010 die Kreativdirektorin, zuständig für Design und Innovation bei Dieti-Ihre Schwester Nathalie ist CEO des Familienunternehme Beide gehören auch dem Verwaltungsrat an.

Mehr feminine Optionen

für das Möbel-Design
«Es ist das erste Mal, dass Dietiker von Frauen geführt wird. Aber wir sehen uns als Entre-Aber wir sehen uns als Entre-preneurs, das Geschlecht ist kein Thema für uns», sagt Jacqueline Felber: «Allerdings finden – wie in anderen Berufsfeldern auch – demografische Veränderungen in der Design-Welt statt: Heute gibt es mehr weibliche Designer und Design-Meinungsbildner. Und die Fortschritte der Verarbeitungs-Technologie fördern eine Möbel-

gestaltung, die man deminin-nennen mag.» Wird also das Dietiker-Design nun «weiblicher» werden? «Unserer Meinung nach», antwortet Jacqueline Felber, «sind es nicht notwendigerweise die Gestalter oder die Hersteller, die das Design feminin oder maskulin machen. Sondern es ist die verbesserte Technologie, die neue Paradig-

men ermöglicht.» Zum ersten Mal könne das Holz-Furnier in ge-wölbte Formen gebogen werden. «Also könnte man argumentieren, dass es einen femininen Charakter gewinnt.» Ein gutes Beispiel sei der «Lamina»-Stuhl mit 3-D Furnier-Technologie von Dietiker: «Die technischen Durchbrüche der letzten Jahre ergeben wirklich viel mehr Freiheit und Gewandtheit für die Art und Weise, wie wir Formen schaffen.» Es ist auch die Stuhl-Produktfamilie «Lamina», deren Lancierung Jacqueline Felber für die Igeho-Messe ankündigt. Sie ist der letzte Beitrag des verstorbenen Schweizer Desig-ners Hannes Wettstein zum Dietiker-Programm.

CEO Nathalie Felber hat an der Universität in Tel Aviv Ökonomie studiert und verfügt über ein Executive MBA der Universität St. Gallen sowie der Rotman School of Business in Toronto. Sie ist für Dietikers Strategie verantwortlich.

Jacqueline Felber studierte Kunst am Central Saint Martins College in London und schloss 2006 ihren Master of Design an der Domus Academy in Mailand ab. Von 2008 bis 2010 leitete sie die Produkt-Entwicklung beim Design-Möbellabel Amici 55.

Dietiker – das sind insgesamt 133 Jahre Tradition in der Herstel-lung von Möbeln. Im 2001 kaufte Urs Felber die Dietiker AG der Migros ab. Der im Herbst 2010 ver-storbene Vater der beiden Felber-Schwestern war, wie es Jacqueline formuliert, «ein Industrieller mit Leidenschaft für Design». In den 1960er- und 70er-Jahren baute er den Möbelhersteller De

Sede zu einer internationalen Grösse auf. Nach seinem Doktorat in Design Management leitete er Vitra USA, den weltweit grössten Produzenten von Objektmöbeln. Er nahm Einsitz in den Verwal-tungsräten von Wilkhahn, Swiss-flex und Team by Wellis.

Ziel ist die Leader-Position für

«Wir glauben fest an die Vision unseres Vaters und an sein Be-kenntnis zu Innovation und Au-thentizität», erklärt Jacqueline Felber: «Ich würde sogar sagen, dass dies unser Familien-Motto ist. Und ich glaube, wir verfügen über die Mittel, um es international durchzusetzen. Unser erstes Ziel ist es, die führende Position für Design-Möbel in den mitteleuropäischen Ländern zu über-

nehmen.»
Die Kreativdirektorin betont:
«Im Grunde ist unsere Familie
im Möbel-Design verankert. Wir
wuchsen in dieser Welt auf, und
es ist natürlich, dass wir der Geschichte von Dietiker und der Familie folgen. Wir se milie folgen. Wir sehen das Potenzial, um die Geschichte Dietikers in eine neue Ära zu führen.

«Dietiker war nie von kurzzeitigen

«Oletiker war nie von kurzzeitigen Modetrends beeinflusst» Als Unternehmen habe sich Dietiker nie von kurzzeitigen Mo-detrends beeinflussen lassen: «Vielmehr versuchen wir, mit kreativen Produkten Einfluss zu gewinnen. Wir bieten High-End-produkten in innen adde aufweine. Produkte mit einem «added value» Das heisst, Verständnis für das Material und innovatives Den-

Bei Übernahme der Leitung durch die Geschwister Nathalie und Jacqueline Felber hat die Die-tiker AG weitere Mitglieder in das Management berufen. Die Ver-triebsleitung hat Michael Keck inne. Den Schweizer Markt be-treut Jürg Rusch. Daniel Reiser obliegt die Verantwortung für das operative Geschäft.

Dietiker an der Igeho: Halle 2.2, Stand H18



Wie eine Skulptur: Kalio Chair.



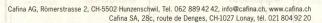
Relaxing-Sessel «Relounge».



«Ono»-Stühle von Dietiker im Restaurant Sonatina in Basel

Auf Knopfdruck.

Zur Cafina bar-cube und zur Cafina c35 gibt es jetzt einen Dispenser für heisse Schokolade. Ganz einfach per Knopfdruck können Sie Ihren Kunden und Gästen etwas ganz Besonderes bieten: unvergleichliche Schokolade, feinsten Schokoladen- und Macchiato-Kaffee, zubereitet mit frischer Milch, Mit zwei verschiedenen Sorten Schokolade lassen sich zahlreiche feine Kombinationen von Schokolade, Milch und Kaffee servieren. Verlangen Sie eine unverbindliche Beratung oder eine Vorführung bei uns. Und erfreuen Sie Ihre Kunden und Gäste mit der Schokoladenseite des Lebens.





Makes the difference.





BERNDORF LUZERN AG

Wedgwood / **Royal Doulton**



Nebst zahlreichen weiteren Neuheiten wird Berndorf die Vertretung einer neuen Porzellanmarke vorstellen, nämlich die des englischen Traditionshauses Wedgwood. Seit mehr als 250 Jahren schmück die Top-Hotels der Welt ihre Tische mit der bevorzugten Porzellanmarke der briti-schen Royals. Mit den höchsten Standards in Qualität und Design verströmt jede einzelne Serie Raffinesse, Charme und Stil. Insgesamt führt Berndorf 9 klassische bis moderne Serien aus besonders bruchsi-cherem und makellosem Bone China und gebräuchlichem Hartporzellan. Dabei sind die zahlreichen Teile hervorragend miteinander kombinierbar.

Als Highlight arbeiten die Briten Hand in Hand mit namhaften Designern wie Vera Wang und Jasper Conran. Zusammen mit ihnen versteht es Wedgwood optimal die zeitlose, klassische Schönheit mit modernen Materialien und Formen zu kombinie-ren. Jedes Teil ist Spülmaschinen-, Tief-kühl-, Mikrowellen-, und Ofenfest und ausserdem äusserst kratzresistent.

BERNDORF LUZERN AG

6203 Sempach-Station Telefon 041 259 21 41 Fax 041 259 21 42 info@berndorf.ch www.herndorf.ch

Igeho: Halle 2.1, Stand C50

BRECOM BETRIEBS AG

Energiekosten reduzieren!

> Garantierte **Reduktion Ihrer** Energiekosten

Entertainment auf Ihre Gäste zugeschnitten

Garantierte Reduktion Ihrer Energie-

- Sie wollen die Energiekosten (Strom, Wärme, Wasser) reduzieren
- Sie wollen keine Investitionen dafür
- Sie wollen kein Risiko tragen
- Sie wollen jederzeit über Ihren Energieverbrauch informiert sein

Wir haben die Lösung für Sie.

Entertainment auf Ihre Gäste zuge

- Sie wollen jederzeit die Senderauswahl auf Ihre Gäste individuell anpassen können. Sie wollen für Entertainment und
- TV- Dienste keine Zeit verwenden
- Sie haben keinen Platz für die zentrale

Wir haben die Lösung für Sie.

BRECOM BETRIEBS AG

8406 Winterthur Telefon 058 201 60 50 Fax 058 201 60 51 info@brecom.ch ww.brecom.ch

Igeho: Halle 2.1, Stand F09

CAFINA AG

Schweizer Kaffee-Kultur



Kaffee ist mehr als ein Getränk: Kaffee ist ein Lebensgefühl. Und seine Zubereitung eine Wissenschaft. Das Schweizer Unter-nehmen Cafina hat sich in jahrelanger Forschungs- und Entwicklungsarbeit mit der vollautomatischen Zubereitung von Kaffee auf höchstem Niveau auseinandergesetzt und produziert heute unter dem Motto «Top Quality - Swiss made» alle professio nellen Kaffeemaschinen der Melitta-Grup

An der IGEHO in Basel präsentiert Cafina eine eindrückliche Leistungsschau aller aktuellen Modelle. Passend zur Swissness steht in der Halle 2.1 am Stand G30 das neue Schokoladenmodul im Zentrum. Das Qualitätsmodul ergänzt die «Cafina c35» und die «Cafina bar-cube» und ermöglicht die einfache Zubereitung von köstlicher Schokolade, verführerischem Schokoladen-Kaffee und trendigem Macchiato.

CAFINA AG

Römerstrasse 2 5502 Hunzenschwil AG Telefon 062 889 42 42 Fax 062 889 42 89 info@cafina.ch www.cafina.ch

Igeho: Halle 2.1, Stand G30

CECCHETTO IMPORT AG

Intelligente Lösungen aus Italien



Die Cecchetto Import AG, Exklusivimpor teur des italienischen Kaffeemarktleaders Lavazza, bietet seit 25 Jahren Gesamtkon-zepte für die Gastronomie an. An der Igeho zeigen die Bülacher neben dem aktuelle Lavazza-Sortiment weitere interessante Produkte für die Gastronomie, wie etwa Eraclea (italienische Trinkspezialitäten und Desserts), gelato incanto (italienische gelati ohne Zusatzstoffe) sowie eine Auswahl exquisiter Weine. Weitere Innovationen: Die Profi-Kaffee-

maschine Wegaconcept der italienischen Edelmarke Wega zeichnet beispielsweise mittels spezieller Software ihre Auslastun-gen auf und richtet Leistung und Energieverbrauch selbstständig danach aus. Dank vorteilhaften Finanzierungsmodellen star-tet der Gastronom auf Wunsch ohne Anfangsinvestition mit dem energiesparenden Kaffeeausschank, Cecchetto stellt die Maschine inklusive Wartung und Service bereit, die Finanzierung erfolgt über den Verkauf des Qualitätskaffees von Lavazza.

CECCHETTO Import AG

8180 Bülach Telefon 043 305 03 03 Fax 043 305 03 37 info@lavazza.ch www.lavazza.ch

Igeho: Halle 2.1, Stand F11

CONVOTHERM

30 Jahre green efficiency



Schon seit Erfindung des «closed system» vor 30 Jahren beliefert Convotherm seine Kunden mit höchst energieeffizienten Kombidämpfern. Diese Technik wurde im Laufe der Jahre kontinuierlich verbessert und sorgt heute für bis zu 30% geringeren Energie- und Wasserverbrauch. Zum ACS gehören auch die schon legendären Gar-ergebnisse bei Voll- oder Mischbeschickung. Anspruchsvolle Köche schwören auch deshalb auf das ACS, weil es bei durchschnittlich 15% niedrigeren Gar-

raumtemperaturen besonders schonend gart und zusätzlich Zeit spart. In all den Jahren wurde oft versucht das System zu kopieren, jedoch ist es bis heute unerreicht und durch hohe Kundentreue bestätigt. Als Dankeschön für seine Kun-den hat Convotherm zur Feier von 30 Jah-ren green efficiency besondere Geburtstags-Pakete geschnürt. Detailierte Informationen erhalten Kunden bei Ihrem Convotherm-Fachhändler.

CONVOTHERM Elektrogeräte GmbH

D-82436 Eglfing Telefon +49 (0) 8847 67-0 Fax +49 (0) 8847 414 info@convotherm.d www.convotherm.de

Igeho: Halle 1.0, Stand A16

DUNI AG

Elegance Lily jetzt in Gala-Größe 48x48 cm



Erstklassige, große Servietten lassen den Tisch luxuriös und elegant aussehen. Mit Elegance Lily 48 cm gibt es jetzt eine moderne Alternative zur Stoffserviette, die viele Vorteile bietet und darüber hinaus viele Nachteile ausschließt. Jede Serviette kommt immer frisch und schrank- oder ta felfertig aus der Packung - keine ausgeblichene Farben und verzogene Kanten mehr. Das einzigartige Material überzeugt durch hohes Gewicht und stoffähnlichem Glanz jeden Gast. Optisch ist Elegance Lily dank der feinen Lily-Prägung kaum von Stoff zu unterscheiden, bietet dabei aber viele Vor-teile, zum Beispiel durch einfaches, zeit-sparendes Handling und ein Höchstmaß an Flexibilität. So entsteht auf dem Tisch eine exklusive Inszenierung, elegant und einzigartig. Praktisch: 40 Servietten vorgefaltet und platzsparend in der Packung. Mit Weiß, Champagne, Schwarz und Café sind derzeit vier attraktive Farben im Pro-gramm, mit deren Hilfe man von klassisch bis modern jede Tischeindeckung elegant

DUNI AG

rasse 11 6343 Rotkreuz Telefon 041 798 11 71 Fax 041 798 01 72 erland@duni.com

Igeho: Halle 2.1, Stand B18

EGRO COFFEE SYSTEMS AG

Xcelsius und die neue Classe 9



Die NEUE Classe 9 mit Xcelsius revolutioniert die Art und Weise, wie Baristas ihren Espresso zubereiten. Xcelsius ist die neu-este patentierte Technik zur Temperaturregelung aus dem Rancilio LAB, Das System überzeugt durch sein einzigartiges Wassersystem mit Zwei-Phasen-Heizung, die Konstruktion der Brühgruppe und die innovative Steuerelektronik.

Das zweifach patentierte System wurde ge-meinsam mit der renommierten Polytechnischen Universität Turin, einer der fühmenden Universitäten Europas, entwickelt. Mit Xcelsius können Sie jederzeit und überall die Stabilität und Präzision der Brühtemperatur regeln und gewährleisten. Ganz neu ist, dass man WÄHREND des Kaffee-Extraktionsvorgangs die Wasser-temperatur dynamisch ändern kann. Diese Technologie wird als TEMPERATUR-PROFILING bezeichnet. Xcelsius bietet sehr spezielle, hochgradig innovative Ele-mente: Flexibilität und Dynamik waren die Hauptkriterien bei der Entwicklung von

EGRO COFFEE SYSTEMS AG

Bahnhofstrasse 66 5605 Dottikon Telefon 056 616 95 95 Fax 056 616 95 97 info@egrocoffee.com www.egrocoffee.com

Igeho: Halle 2.1, Stand G20

FIDEVISION

Einfache Lagerbewirtschaftung



fideGastro gleicht der bewährten, auf AB-ACUS basierenden F&B-Lösung fideHotel www.fidehotel.ch von fidevision, ist aber einfacher, wesentlich günstiger und punktgenau auf die Bedürfnisse der Gastrono mie zugeschnitten. fideGastro eignet sich für Restaurants, Bars, Eventlokale oder auch Konzertveranstalter. Wer seine Lagerbestände jederzeit kennen muss, der hat mit fideGastro das richtige Tool in der

fideGastro bietet offene Schnittstellen zu Kassensystemen. Das bedeutet, dass sämt-liche Verkäufe von Wein, Bier, Mineralwas-ser oder anderen Getränken direkt am Lager abgebucht werden. Somit kann der Verantwortliche bei Bedarf sofort reagieren und rechtzeitig für Nachschub sorgen. Die kostengünstige Lösung umfasst: Schnittstelle zu Kassensystemen, Mustermandanten, Management-Informations-system, Anwenderhandbuch und eine Ins-tallationsanleitung. Sie kann als Ein- oder Mehrplatzversion eingesetzt werden.

FIDEVISION AG

Eichwatt 5 8105 Watt-Regensdorf Telefon 044 738 50 70 Fax 044 738 50 80 fidevision@fidevision.ch

Igeho: Halle 2.1, Stand DO2

FRANKE KAFFEEMASCHINEN AG

Mixgetränke heiss und kalt



An der diesjährigen Igeho in Basel zeigt Franke Coffee Systems, wie man eine un-glaubliche Vielfalt an Mixgetränken aus Kaffee, Milch/-schaum, Schokolade und Aromen per Knopfdruck entfacht. Die Franke Spectra Foam Master mit Flavour Station macht es möglich. So entstehen winterliche Spezialitäten mit und ohne Alkohol. Ein abwechslungsreiches Angebot in der Menükarte freut den Gast, macht neugierig, fördert die Gästebindung und bringt Zusatzumsätze

Die Vorzüge der Milchverarbeitung bei der Franke Spectra Foam Master liegen ganz klar in den verschiedenen Schaumkonsistenzen, die von fliessend cremig bis steif sahnig in jeder Nuance für jedes Produkt individuell programmiert werden können und dies kalt und warm!

FRANKE KAFFEEMASCHINEN AG

4663 Aarburg Telefon 062 787 32 07 Fax 062 787 30 31 nfo@franke.com

Igeho: Halle 2.1, Stand G50

HOTELINNOVATIV AG

Massgeschneiderte Lösungen



Als Exklusivpartner von OTRUM bietet Hotelinnovativ AG ganz neue Möglichkei-ten im Bereich des In-Room-Entertain-ments. Herausragende Eigenschaften machen die interaktiven OTRUM-Systeme zu ganzheitlichen Informations-, Kommuni-kations- und Unterhaltungslösungen. Mit dem modular aufgebauten OTRUM-Sys-tem ist es möglich, dem Hotel massgetein ist es mognet, dem roter massge-schneiderte Lösungen anzubieten, um ge-zielt die Bedürfnisse der anspruchvollen Hotelgäste abzudecken. Präsentieren Sie Ihr Hotel im besten Licht und nutzen Sie die TV Geräte in jedem Hotelzimmer als Kommunikations- und Werbeplattform für Ihr Hotel und seine Dienstleistungen. Sie sorgen nicht nur für das personalisierte Entertainment des Gastes, sondern haben mit den meuden OTRUM Enterprise jetzt mit dem neuen Ortow Enterprise Jetz mehr Möglichkeiten. Anstelle einer ein-heitlichen Ansprache aller Gäste können diverse Attribute individuell für jeden Gast zur maßgeschneiderten Kommunikation, Werbung, für Service Angebote und zur Preisgestaltung genutzt werden.

HOTELINNOVATIV AG

340 Baar fon 041 766 68 68 Fax 041 766 68 69 ome@hotelinnovativ.ch

Igeho: Halle 2.1, Stand D48

MASSIMO CERUTTI SA

Traditionskaffee für Geniesser



Ein echter Kaffee, welcher in Erinnerung bleibt! Das ist das Leitmotiv von Cerutti "Il Caffe", dem Familienberrieb mit mehr als 50 Jahren Erfahrung im Rösten von italienischem Kaffee. Dank der Auswahl der besten Rohkaffeesorten aus den Produktion ils den Arezendass geerntet werden, hat Cerutti "Il Caffe" seine erlesene und aromatische Mischung nach bester italienischer Röstradition aufgebaut.

Nach einer langsamen und delikaten Röstung entwickeln die Bohnen der sorgfältig ausgelesenen Sorten die besten Aromen, so dass jeder Gast ein Produkt von bester Qualität geniessen kann. Sein Geschmack ist voll und mild, weder bitter, noch sauer. Cerutti "Il Caffe" wird in der ganzen Schweiz angeboten. Er eignet sich für die traditionellen Espressomaschinen wie auch für die vollautomatischen Kaffeemaschinen.

MASSIMO CERUTTI SA

Via Casate 17-19
6883 Novazzano
Telefon 091 640 70 00
Fax 091 640 70 01
info@caffe-cerutti.ch

Igeho: Halle 1.1, Stand C64

ROMER'S HAUSBÄCKEREI AG

Kleine Naschereien verkaufen sich gut



Romer's Hausbäckerei AG fährt dieses Jahr mit einer geballten Ladung Neuheiten im Gepäck an die Igeho. Vor allem für das Dessertbuffet hat sich einiges getan. Da die Gesellschaft immer gesundheits- und fir nessbewusster wird, man sich aber trotzdem gerne etwas Gutes tun möchte, geht der Trend hin zu immer kleineren, dafür umso exklusiveren Naschereien. Darauf hat Romer's reagiert und stellt gleich vier neue Dessertkreationen im Kleinformat vor. Sie heissen Mohrenkopf (15 g), Cremeschnitte (30 g), Punschkugel (25 g) und Schwedentörtil (20 g).

All diese Produkte sind nicht nur im Mini-Format erhältlich, sie tragen auch ein «Mini» im Namen, sind auf Papierkapseln abgesetzt und in Tiefzugschalen verpackt. Für die ganz grossen Schleckmäuler hat die Bäckerei auch ein 95-grämmiges Schwedentörtli im Angebot.

ROMER'S HAUSBÄCKEREI AG

Igeho: Halle 1.1, Stand B26

SCHWOB AG

Kreative Tischwäsche



Erfrischend neue, kreativ gestaltete Tischwäsche-Kollektionen präsentiert Schwob an der IGEHO 2011. Die erste Neuhéit ist eine Eigenkreation von Schwob in modischem Anthrazit, kombiniert mit trendigen frischen Farben. Solche ausgefallenen Tischtücher passen natürlich nicht überall hin -richtig eingesetzt und geschmackvoll kombiniert können sie aber ein richtiger Hingucker sein und in einem Lokal ein einmaliges Ambiente schaffen.

Eine zweite neue Kollektion mit ganz verschiedenen modernen Jacquardmotiven in dezenten hellen Erdtönen wird ebenfalls an der IGEHO präsentiert. Sie stammt aus der Feder von Andrin Schweizer, dem bekannten Zürcher Architekten und Gestalter. Schwob zeigt mit solchen exklusiven Produkten, dass man mit Jacquard-Technik Tischkeider machen kann, die vom aktuellen Zeitgeist getragen sind, sehr chie sind und deshalb vom Gast beachtet werden

SCHWOB AG

Leinenweberei und Textilpflege

Kirchbergstrasse 19 3401 Burgdorf Telefon 034 428 11 11 Fax 034 428 12 22 contact@schwob.ch www.schwob.ch

Igeho: Halle 2.1, Stand C10

HAPPY AG

Innovationen bei Happy



Hotel Superior – HighClass-Federkern mit EvoPoreHRC und purotex®

Die neue Matratze Modell Hotel Superior, von happy für 4 bis 5 sterne Hotels empfohlen, ist hygienisch, klimaregulierend, dauerhaft formstabil, optimal durchlüftet. Der hochelastische High-Comfort-Schaumstoff-Kern aus EvoPoreHRC zeichnet sich durch eine hohe Punktelastizität und Alterungsbeständigkeit aus. Die obere und untere Matratzenhüllenseiten, konfektioniert mit purotex* Funktionsstoff, sind einzeln waschbar bis 60° C. Seitenborder sorgen für eine zusätzliche Durchlüfung.

EvoPoreHRC steht für die neueste Generation hochwertigster Matratzenwerkstoffe mit revolutionärer Klimabeständigkeit. Die bahnbrechende neuartige EvoPoreHRC-«Mischpore» (HRC = High Resilience Climate) zeichnet sich durch ihr sehr dynamisches, elastisches Verhalten und ihre äusserst hohe Beständigkeit aus.

HAPPY AG

Fabrikstrasse 7 Postfach 9201 Gossau Telefon 071 387 44 44 Fax 071 387 44 45 happy@happy.ch www.happy.ch

Igeho: Halle 2.1, Stand C13

HOTELPARTNER GMBH

Nachhaltiges Yield Management



Dynamische Preise werden gerade für Privathoteliers immer wichtiger. Das Yield Management entwickelt sich daher zu einem unverzichtbaren Instrument zur Umsatzontimierung.

Gerade in der Privathotellerie wird off mit starren Preisstrukturen gearbeitet. Dabei bieten die Hotels bereits Saisonpreise, Wochenendraten oder Firmensonderkonditionen an. Das Buchungsverhalten der Gäste hat sich in den letzten Jahren stark verändert. Geschäfts- oder Privatreisen werden immer kurzfristiger gebucht. HotelPartner entwickelte für die Privathötellerie eine Technologie, um das betriebswirtschaftliche Ergebnis deutlich zu verbessern. Dabei fallen für den Hotelier keine Einstiegskosten an. Eine Mindestvertragslaufzeit oder eine Kündigungsfrist ist ebenfalls nicht vorgesehen. HotelPartner arbeitet auf Basis eines für den Hotelier attraktiven Provisionsmodells.

HOTELPARTNER GMBH

Laupenstrasse 6 3008 Bern Telefon 031 388 08 08 Fax 031 388 08 09 info@hotelpartner.ch www.hotelpartner.ch

Igeho: Halle 2.1, Stand D49

Jowa AG Verführerische Konditionen



Von A wie Auswahl bis Z wie Zusatzleistungen, die JOWA bietet eine grosse Bandbreit en an Produkten und Serviceleistungen. Nutzen Sie die Gelegenheit und besuchen Sie die Grossbäckerei an der Igeho. Folgende Themen erwarten Sie:

Glutenfreie Produkte: Unter der Marke Huttwiller wird eine neue Linie mit Broten, Kleinbroten, Cakes und Teigwaren vorgestellt. Das Sortiment überzeugt durch seinen ausgewogenen Geschmack, welcher nicht nur bei Allergikern Anklang findet.

Cornetto dolce: Wenn italienischer Genuss mit Schweizer Qualität kombiniert wird, dann entstehen solch tolle Neuheiten wie der Cornetto dolce. Der leichts tüssliche Gipfel-Teig ist gefüllt und in den Varianten Kirsche, Aprikose und Vanille erhältlich Daneben wird ein breiter Querschnitt durch das vielseitige Sortiment der tiefgekühlten Backwaren, Frischteige und Teigwaren präsentiert. Schauen Sie rein und lassen Sie sich verführer.

JOWA AG

Erlenwiesenstrasse 9 8304 Volketswil Telefon 044 947 91 11 Fax 044 947 97 96 FGE@jowa.ch www.jowa.ch

Igeho: Halle 1.1, Stand B50

KADI AG

Innovation mit Genuss-Garantie



Seit über 60 Jahren steht KADI für Schweizer Qualitätsdenken sowie Genuss- und Produkte-Innovation. Exklusiv an der IGE-HO wird das KADI Rösti Tartelette präsentiert. Mit diesem Produkt hat KADI das beliebte Käsekichli neu interpretier: An-statt geriebener Teig, umhüllt ein knuspriger Röstimantel die harmonische Füllung aus Schweizer Bergkäse – dies in ansprechender neuer quadratischer Form.

Daneben verknuspert Sie KADI mit dem Triangolini Caprese – ein vegetarischer Knuspersnack mit harmonischer Tomaten-Mozzarella-Füllung. Oder entscheiden Sie sich für einen zeitlosen Klassiker wie Fish&Chips. Die bekannten KADI SUPER-Frites haben mit den neuen KADI Fischknusperli die Idealen Begleiter erhalten. Überzeugen Sie sich selbst und lassen Sie sich am Stand von KADI verführen.

KADI AG

Kühl- und Tiefkühlprodukte Thunstettenstrasse 27 4901 Langenthal Telefon 062 916 05 00 Fax 062 916 06 80 info@kadi.ch

Igeho: Halle 1.1, Stand C20

MIRUS SOFTWARE AGA ALIEVIS

L-GAV-konforme Arbeitszeitkontrolle



Mirus bietet Ihnen eine gesetzeskonforme Arbeitszeitkontrolle in Kombination mit einer biometrischen Zeiterfassung. Pro Stichtag ist für den Abteilungsleiter bzw. den Teamverantwortlichen der genaue Saldo von Tagen und Stunden eines jeden Mitarbeiters sofort ersichtlich. Somit arbeiten Sie mit einer effizienten Kontrolle über geplante und effektive Einsätze Ihrer Mitarbeiter. Die Mirus Personaleinsatzplanung ist direkt mit dem Mirus Mitarbeitermanagement verbunden. Das heisst, Sie nutzen ohne zusätzliche Eingaben den bereits erfassten Mitarbeiterstamm und die Daten der Arbeitszeitkontrolle werden danach direkt wieder für die Errechnung der Löhne weiterverarbeitet. Die Mirus Personaleinsatzplanung ist einfach zu handhaben und auch kompatibel zu den meisten Stempeluhren. Nutzen Sie die L-GAV-konforme Lösung der MIRUS Software AG in Kombination mit einer biometrischen Zeiterfassung.

MIRUS SOFTWARE AG

Tobelmühlestrasse 11 7270 Davos-Platz Telefon 081 415 66 88 Fax 081 415 66 78 info@mirus.ch www.mirus.ch

Igeho: Halle 2.1, Stand D20

SCHULTHESS MASCHINEN AG

Innovative Wäschereilösungen



Die Schulthess-Geräte-Linien «proLine», «topLine» und «industrial» sind die Leader im Gewerbe- und Industriebereich, dort wo die Ansprüche an hygienische und saubere Wäsche besonders hoch sind. Die Geräte werden diesen und weiteren Bedürfnissen mit ihrer innovativen Ausstattung spielend gerecht.

Die Spirit topLine-Waschmaschinen verfügen über ausgeklügelte Desinfektionsprogramme, die bereits bei 40° waschsenstible Textilien desinfizierend reinigen. Das macht Schulthess zur Markführerin. Damit aber nicht genug: Als weitere Neuheit können die Spirit topLine- und proLine-Waschmaschinen mit einem Dosierpumpen-Rack für Flüssigwaschmittel ergänzt werden. Dieses ist platzsparend direkt an der Waschmaschine angebaut. Die integrierte automatische Flüssigwaschmitteldosierung spart zudem Waschmittel, garantert höchste Prozesssicherheit und ist einfach zu bedienen.

SCHULTHESS MASCHINEN AG

Landstrasse 37 8633 Wolfhausen Telefon 0844 880 880 info@schulthess.ch www.schulthess.ch

Igeho: Halle 1.0, Stand A30

ROTOR LIPS AG

Neuheiten und Klassiker



An unserem Stand B15 in Halle 1 präsentieren wir Neuheiten und Klassiker von Rotor Lips. Zudem stellen wir auch drei Maschinen unserer neuen Schwesterfirma Feuma AG aus dem deutschen Gösnitz vor. Rotor Sanamat Inox – neu designte und komplett aus Inox gefertigte Saftzentrifuge garantiert eine maximale Saftausbeute von grossen und kleinen Früchten. Rotor Memory Blender 2 – kompakter,

programmierbarer Barmixer mit einer neu konstruierten Schallschutzhaube. Die Mixaufsätze mit High Power Messer sind erhältlich in Polycarbonat und Inox.

Feuma HUJozo und SUPRA 6e – leistungsstarke Allroundmaschine und kompaktes Universalgerät mit verschiedenen Ansteckgeräten und Aufsätzen - Feuma ASETSM-E – bewährte Apfelschäl-, -entkern-, -teil- und--schelbenschneidmaschine ist weltweit die Einzige dieser Grössenordnung. Wollten sie schon immer wissen, wie unsere Maschinen funktionieren und mit welcher Maschine man was und wie verarbeiten kann? Besuchen Sie uns!

ROTOR LIPS AG

Glütschbachstrasse 91 3661 Uetendorf Telefon 033 346 70 70 Fax 033 346 70 77 info@rotorlips.ch www.rotorlips.ch

Igeho: Halle 1.0, Stand B15

MINIBAR ENTREPRISES AG

Minibar der Maddos// Zukunft



Minibar Systems' - der führende Anbieter von Minibars und Zimmersafes - präsentiert die Minibar der Zukunft Die Profitabilität einer Minibar wird hauptsächlich durch die mit ihr verbundenen Lohnkosten und durch die eingeschränket Haltbarkeit der Produkte vermindert. Eine optimierte Handhabung der Minibar und der entsprechenden Abläufe kann dem Hotel eine bedeutende Gewinnsteigerung sichern. Smart Cube – die automatische Minibar ist die Lösung! Die fortschrittliche Infraort-Sensortechnologie kommuniziert über alle gängigen Datenwege und ist kompatibel mit PMS Systemen. Vorreilemindestens 60% weniger Arbeitskosten, Reduktion der Reklamationsverluste auf unter 3%, schnelles einfaches Check-Out und Optimierung des Minibar-Gewinns. Überzeugen Sie sich bei Ihrem Besuch unseres Messestandes davon, dasse se uns mit unserer neuen Generation von Minibars - der SmartCube - erneut gelungen ist, Bewährtes und Innovatives perfekt miteinander in Einklang zu bringen.

MINIBAR ENTREPRISES AG

Blegistrasse 9 6340 Baar Telefon 041 767 23 00 Fax 041 767 23 23 info@ch.minibar.ch www.minibar.ch

Igeho: Halle 2.2, Stand A45

alle Sinne

PRODEGA/GROWA

Weinkompetenz und Exklusivitäten



Prodega/Growa Cash+Carry legt den Schwerpunkt auf hre Weinkompetenz und stellt an die So Exklusivitäten aus Italien, Spanien und der Schweiz vor. Darunter befinden sich wahre Perlen, wie von Bodegas y Viñedos Tamaral, eine der höchstprämierten Bodegas der D.O. Ribera del Duero. Auch die Qualität der Baron de Ley Weine wurde mit dem höchsten in Spanien vergebenen Preis honoriert.

Die Familie Sensi produziert auf den eigenen 80 Hektaren Rebfläche ebenfalls hervorragende Weine. Dazu gehört der Sabbiato Bolgheri DOC, welcher an der
Expovina'l1 mit dem Silber-Diplom ausgezeichnet wurde. Alle Exklusivitäten können am Stand zu besonders attraktiven
Konditionen bestellt werden. Für gelegentliche Showacts sorgt das Prodega/GrowaMessesteam

PRODEGA/GROWA CASH+CARRY

Lochackerweg 5 3302 Moosseedorf Telefon 031 858 48 48 www.prodega.ch www.growa.ch

Igeho: Halle 1.1, Stand C45

HOTELWÄSCHE ERWIN MÜLLER

Starker Auftritt mit Partnermarken



Hotelwäsche Erwin Müller, Jobeline und VEGA präsentieren vor Ort aktuelle Trends, attraktive Neuheiten und innovative Ideen für die moderne Gastronomie und Hotellerie. Köche erhalten die Möglichkeit in die neue Kochjacke Challenge zu schlüpfen, die dank neuester 3XDRY-Technologie für noch mehr Tragekomfort soret.

sorgt.

Die innovative Porzellanserie Moonscape lädt zur Kreation noch nie dagewesener Buffetlandschaften ein. Mit der Tischwäsche Caja, die Funktionalität und Design verbindet, können sich Gastronomen wie Hoteliers vor Ort zur Gestaltung eines stil-vollen Ambientes inspirieren lassen. Modern und übersichtlich präsentieren sich die Webshops von Hotelwäsche Erwin Müller, Jobeline und VEGA. Der Bestellweg ist schnell und einfach. Genau das richtige für Gastroprofis, die so bequem rund um die Uhr an 365 Tagen im Jahr bestellen können. Reinschauen lohnt sich!

HOTELWÄSCHE ERWIN MÜLLER GMBH

Tramstrasse 7 9444 Diepoldsau Telefon 0848 803 080 Fax 0848 809 081 service@erwinmueller.ch www.erwinmueller.ch

Igeho: Halle 2.1, Stand B43

COLE & MASON

Hochstehende Salzund Pfeffermühlen



Cole & Mason, die führende Marke für Salz- und Pfeffermühlen, ist in diesem Jahr an der IGEHO am Stand von Hunkeler Gastro zu Gast.

1919 als Familienbetrieb gegründet, steht Cole & Mason heute für höchste Qualität, innovatives Design und hervorragende Leistung. Die attraktive und umfangreiche Produktpalette umfasst elektrische sowie manuelle Mühlen aus hochwertigen Materialien, stets ausgestattet mit effizienten Mahlwerken. Mit diesen Eigenschaften entspricht sie nicht nur den Bedürfnissen von Privathaushalten, sondern wird auch allen Ansprüchen im Gastronomie- und Hotelleriebereich gerecht. Bereits 1975 entwickelte Cole & Mason die legendäre Mühle «505», welche nach der erfolgreichen Lancierung über 15 Millionen Mal verkauft wurde. Für den Gastronomiebereich bietet Cole & Mason eine kleinere Variante (575) an, welche ideal auf die Tischgrösse in Restaurants abgestimmt ist.

DKB HOUSEHOLD SWITZERLAND AG

Eggbühlstrasse 28 Postfach 8052 Zürich Telefon 044 306 11 21 info@dkbrands.com www.dkbrands.com

Igeho: Halle 2.1, Stand C72 de 1.1 alle Hands

MIELE AG AT TYTORES ONLES

Beim Trocknen Strom sparen



Der Urknall in der Wäschereitechnik: Die weltweit ersten Profi-Trockner mit Wärmepumpe, die druch gewerblich kurze Laufzeiten überzeugen. Neben der ersten Miele eigenen Grossmangel für das perfekte Wäschefinish, werden in Basel die ersten gewerblichen Wärmepumpentrockner mit Füllgewicht von 6.5 kg bis 16 kg vorgestellt. Durch den geschlossenen Luftkreislauf im Wärmepumpentrockner wird eine Abhufleitung hinfällig. Da die Anschlusswerte weit unter denen eines vergleichbaren elektrisch beheizten Trockners liegen, kann der Wärmepumpen-Trockner vor allem dort eingesetzt werden, wo leistungsschwache Strometze bestehen oder Leistungspitzen durch Spitzenlastanwendungen vermieden werden müssen. Durch die hobe Energieeinsparung amortisieren sich die Mehrkosten für die Wärmepumpe bereits nach kurzer Zeit. Informationen zur Wäschedessinfektion umd dem WetCare Nassreinigungsverfahren erhalten Sie in fäglichen Live-Vorführungen gemeinsam mit dem Partner Prochema AG

MIELE AG

Limmatstrasse 4
8957 Spreitenbach
Telefon 056 417 27 51
Fax 056 417 24 69
info.mieleprofessional@miele.ch

Igeho: Halle 1.0, Stand A24

SCANA LEBENSMITTEL AG



Die Scana Lebensmittel AG ist als etablierter Aussteller und Hauptsponsor auch dieses Jahr an der Igeho vertreten. Auf zwei Etagen und rund 380 Quadratmetern in

der Halle 1.1 am Stand COI.

In einer speziellen Einkaufsmele lässt sich das Sortiment erkunden und erleben. Die Besucher erwartet ein grosser, bewegter Blickfang am Messestand. Hier gibt es die Produkte und Scana Werte zu entdecken. Von Trocken-, Frisch- und Tiefkühlprodukten über nichtalkoholische und alkoholische Getränke bis zu Non-Food-Artikeln: bei Scana gibt es das komplette gastronomische Angebot für Betriebe wie Restaurants, Spitäler, Heime oder Hotels. Wichtiger Bestandteil des Scana Services ist die online Informations- und Bestellplattform Scana INTEGRALE, welche am Stand ebenfalls live getestet werden kann. Mit Spieljetons, die zur Verfügung gestellt werden, kann man auf der oberen Etage sein Glück beim professionell begleiteten Roulette versuchen und einen von drei Hauptpreisen gewinnen.

SCANA LEBENSMITTEL AG

Althardstrasse 195 8105 Regensdorf Telefon 044 870 83 00 Fax 044 870 83 01 info@scana.ch www.scana.ch

Igeho: Halle 1.1, Stand CO1

HÄFELE SCHWEIZ AG

Alasept Beschläge schützen vor MRSA



Alasept Beschläge gewährleisten neben Privatspäre und Sicherheit zusätzlichen Schutz vor der Aufnahme von Bakterien bei Hautkontakt. Zertifiziert gemäss SOP der QualityLabe BT GmbH und von Häfele auf den Markt gebracht, handelt es sich bei Alasept um eine Spezialoberfläche auf Kupferbasis, die eine Übertragung von Bakterien auf den Nächsten, der den Beschlag anfasst, verhindert.

Die neuen Beschläge von Häfele mit antibakterieller oberflächenbeschichtung schitzen Tür- und Schubladengriffe, Handläufe und Flächen hocheffizient vor dem Befall von Bakterien wie MRSA. Diese Erreger sind besonders für Menschen mit geschwächtem Immunsystem eine potenziell tödliche Gefahr. Alasept vermeidet die Übertragung von Infektionen und leistet damit einen wichtigen Beitrag zur aktuellen Hygienediskussion. Die Wirksamkeit von Alasept wurde durch unabhängige Prüfinstitute nachgewiesen. Eine Zulassung als medizintechnisches Produkt der Klasse I liegt vor.

HÄFELE SCHWEIZ AG

Dammstrasse 29 8280 Kreuzlingen Telefon 071 686 82 20 Fax 071 686 82 82 dialock@haefele.ch www.haefele.ch

igeho: Halle 2.1, Stand F21

MIRUS SOFTWARE A DA ALIBVIR

Neue Produktekonzepte für Fruchtsaft



Die Rivella AG zeigt an der IGEHO Produktekonzepte der Marke Michel" für den Fruchtsaft Volumenbereich (ab ca. 3-4 Lister pro Tag). Eine absolute Neuheit ist die Produktereihe samart pack». Das Besondere an smart packs. Das Besondere an smart pack ist, dass das Konzentrat bei der Verarbeitung schonend in einen Standbeutel abgefüllt und sofort tiefgefroren wird. Dadurch müssen die Produkte weder pasteurisiert noch konserviert werden. Erst kurz vor dem Ausschenken im Gastronomiebetrieb wird das Konzentrat aufgetaut und mit Wasser angemischt. Durch dieses spezielle Verfahren kann eine einmalige Frische und ein vorzügliches Trinkgefühl des fertigen Fruchtsaftes oder -nektars gewährleistet werden. Dank der Tiefgefrierung erfolgt die Lagerung äussserst platzsparend und ohne Qualitätsverlust auch über längere Zeit. Bereits etabliert ist das Fruchtsaft-Dispenlass sessyssetellt wird. Die Volumenkonzepte werden durch die Rivella-Tochterfirma Fruchthof AG vertrieben.

RIVELLA AG

Neue Industriestrasse 10 4852 Rothrist Telefon 062 785 41 11 Fax 062 785 44 36 info@rivella.ch www.rivella.ch

Igeho: Halle 2.1, Stand H23

ROVIVA

Der Partner für Schlafkomfort



Sind Sie auf der Suche nach den geeigneten Hotelmatratzen oder Hotelbetten? Bei
uns an der Igeho in Basel finden Sie bestimmt was Sie suchen. Mit über 70m2
Stellfläche präsentiert Ihnen roviva diverse
Produkte rund ums Thema Schlafkomfort
im Hotel. Nebst unseren neuen Taschenfederkern-Matratzen und den dazugehörenden Boxspring-Betten, stellen wir auch
ein umfangreiches Sortiment am Duvets,
Kissen, Moltons und Encasings aus.

Überzeugen Sie sich von echter Schweizer Wertarbeit zu einem Topp Preis-/Leisrungsverhältnis. Zudem profitieren Sie während der Igeho und bis Ende November 2011 von einem einmaligen Sonderrabatt von zusätzlich 20% auf Ihre Objektkonditionen. Unser Expertenteam vor Ort
freut sich auf Ihren Besuch.

ROVIVA

Roth & Cie AG 3380 Wangen a/Aare Telefon 032 631 12 22 Fax 032 631 12 24 roviva@roviva.ch www.roviva.ch

Igeho: Halle 2.1, Stand H01

REBAG DATA AG

protel Hotel-Apps Mobile Lösungen



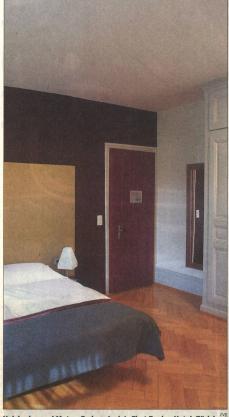
Flexibel und mobil sein, immer sofort ent-scheiden und handeln können, jederzeit alle Informationen zur Hand haben, ohne Zeitverlust reagieren – mit den mobilen Lösungen von protel ist das uneingeschränkt möglich. Mit unserer nativen protel for iPad-App erhalten Sie ein komplettes – Hotelmanagementsystem – zum Mitnehmen und arbeiten bequem und effektiv – wo auch immer Sie gerade sind. Und dank der protel mobile Web-Anwendungen erübrigt sich die Frage nach iOS oder Android.

Wählen Sie zwischen zwei mobilen Lösungen: protel Cockpit für Hotel-Manager mit zentralen Front-Office Funktionen und dem wichtigsten Reporting oder protel Voyager als Aufenthaltsmanagement für den aktiven Hotelgast. protel macht tatsächlich mobil! Besuchen Sie uns vom 19. bis 23. November 2011 in der Halle 2.1 am Stand D60.

REBAG DATA AG

noter management solution: Einsiedlerstrasse 533 8810 Horgen Telefon 044 711 74 10 Fax 044 711 74 29 info@rebag.ch www.rebag.ch

Igeho: Halle 2.1, Stand D60



Holzboden und Mut zu Farben: Lady's First Design Hotel, Zürich.

Weiblicher Stil: Was Frauen wollen

«Spannteppiche.

die muffig wer-

den, empfinden

Frauen als abstossend.»

Peter Eberhard Architekt

Die diesjährige World of Inspiration ist weiblichem Design gewidmet. Was das heisst, erzählt Peter Eberhard, emeritierter Professor der Zürcher Hochschule für Gestaltung.

GUDRUN SCHLENCZEK

Peter Eberhard. Sie haben mit der Messe Igeho die Sonder-präsentation World of Inspira-tion konzipiert, die diesmal dem weiblichen Hotelgast gewidmet ist: Wieso interes-sieren Sie sich für das Thema? Das Interesse begann bei mir schon während meines Architekturstudiums. Damals gab es noch wenige Studentinnen der Architektur. Mir fiel auf, dass diese aber ganz anders an das Thema Gestaltung heran-gingen. Ein gutes Beispiel ist für mich Tilla Theus, eine ehemalige Studienkollegin. Trotz gleichem Hintergrund hat sie einen ganz anderen Stil entwickelt als die männlichen

Wie gestalten denn Frauen? Männer orientieren sich an der Funktionalität. Der Benutzungsund Bedienungskomfort steht im Vordergrund. Frauen sind dagegen viel sensibler für die Atmosphäre, für die Farben, das Licht, die Sensorik überhaupt. Diese Sensorik hab Männer nicht.

Frauen leben zudem täglich eigenen Äusse ren. Wir Männer brillieren hier nicht mit Kreativität, ein passender Anzug, das war's dann oft.

Das heisst, wenn was Schönes entstehen soll, müssen Frauen mit am Werk sein? Wenn ein

Auftraggeber ein Designunternehmen auswählt, sollte er darauf achten, dass im Projekt-team mindestens eine Frau dabei ist. Das Gleiche gilt auf Unternehmensseite. Gemischte Teams können zwar zu mehr Diskussionen führen, das braucht Zeit, der Gewinn ist aber auch grösser.

Was ist Frauen im Hotelzimmer besonders wichtig?
Mit Sicherheit die Hygiene. Hier sind Frauen viel sensibler als Männer. Spannteppiche, die muffig werden, empfinden Frauen als abstossend. Deshalb ist ein Holzboden für ein Hotel.

das auch auf weibliche Gäste setzt, die bessere Wahl. Darauf ein schöner Teppich, natürlich mit fleckenfreiem Eindruck, auf dem die Frau ihre Gymnastik machen kann.

> Wie sollte ein weibliches Hotelzimmerdesign aussehen? Das fängt bei den Basics an: Wie die Türrahmen ausgebildet sind, ob alles scharf-

wenn man mit der Hand darüber fährt, es sich ange-nehm anfühlt. Man darf ein Zimmer nicht nur mit dem Auge gestalten, sondern auch, wie es haptisch wirkt. Das Gleiche gilt für die Möbel: Haben diese scharfe Ecken oder werden sie beim Anfassen als weich erlebt? Heute ist Architektur

und Design noch sehr männlich rational, darauf reagieren viele Frauen nicht positiv. Aber das wird sich ändern: Inzwischen studieren mehr Frauen als Männer Architektur und Design.

Und wie sieht eine weibliche

Farbwelt aus?
Eine Farbkomposition sollte wie Musik sein: Töne, die aufeinander abgestimmt sind und «klin-gen». Heute gestaltet man hin-gegen in Weiss und Beige und um irgendwelche Akzente zu setzen, wählt man grelle Far-ben. Vermeiden sollte man dunkle Flächen: Bei diesen ist schwer ersichtlich, ob sie wirklich sauber sind.

Wenn man die Zimmer den Frauen anpasst, kommen dann die männlichen Gäste noch? Auch wenn die Gästeschar in einem Business-Hotel zu 90 Prozent aus Wirtschaftsleuten besteht: Warum sollte man diesen nicht etwas Differenzier-tes anbieten? Ich bin überzeugt: Unter dem Einfluss von weiblicherem Design werden auch die Männer sensibler für Nuancen. Ich persönlich konnte dank meiner Frau, die Kunst-schaffende ist, mein Farbemp-finden stark weiterentwickeln.

World of Inspiration an der Igeho: Halle 2.2.





Bilanz eines **Bechers**

Wiederverwenden oder wegwerfen? Die Ansichten über die Umweltverträglichkeit von Partygeschirr sind kontrovers. Was Lieferanten und Wissenschaft heute meinen.

«Becher aus nach-

wachsenden

Rohstoffen brin-

gen keine ökologi-

schen Vorteile.»

Peter Gerber Bundesamt für Umw

olksfeste hinterlassen oft bergeweise Müll: Becher, Teller, Fla-schen. Die Entsorgung costet viel Geld. «Warum wegwerköstet viel Geld. «Warum wegwerfen, was zurückgegeben, gereinigt
und wieder gebraucht werden
könnte?», fragt Lorenz Meier. Vor
neun Jahren gründete der Baselbieter sein Unternehmen Cup
Systems, das er gern als «Schweizer Mehrwegpionier» bezeichnet.
Eine Million Becher, Cocktail- und
Bierdläser unffasts sein Sortiment Biergläser umfasst sein Sortiment,

Bierglaser umfasst s
16 Rappen kosten
Miete und Reinigung für ein Halbliter-Bierglas aus
dem Kunststoff
Polypropylen,
hinzu kommt ein
variabler Zuvariabler Zu-schlag für den Transport.

«Mehrwegbecher werden bis zu 150 Mal einge-setzt. Sie belasten die Umwelt um ein Vielfaches weniger als Einweg-becher», schreibt Meier im Nachhaltigkeitsstate-

ment für die Igeho. Ernst Brunner von Cups&More bläst ins gleiche Horn: «Der eingesparte Abfall schont nicht nur die Umwelt, sondern auch das Budget des Veranstalters.» Dies, obwohl der Einwegbecher im Einkauf bis zu 60 Prozent günstiger sei. Der Verpackungs- und Gastro-

spezialist Pacovis bietet dagegen nur Einweggeschirr an – auch aus ökologischen Erwägungen, wie Pressesprecher Michael Eser er-klärt. «Die Energierechnung beklärt. «Die Energierechnung beginnt beim Transport», sagt er. «In einer Kiste, die 1000 Einwegbecher fasst, haben nur 200 Mehrwegbecher Platz.» Für eine bessere Ökobilanz beim Wegwerfbecher hat Pacovis eine Speziallinie aus Polylactiden (PLA) im Angebot, in die das Unternehmen viel Forschungs- und Werbegeld investiert. PLA wird aus Mais gewonnen. Die Pflanze bewirtet Bakterien, welche die Grundlage Bakterien, welche die Grundlage für den Kunststoff produzieren. PLA ist biologisch abbau- und da-mit kompostierbar. «Der Rohstoff basiert, im Gegensatz zu Polypro-pylen, nicht auf Erdöl,» sagt Eser.

Das Bundesamt für Umwelt rühmt

den Mehrwegbecher

«Der Anbau von Mais ist energieintensiv und unden Weitbelastend», gibt jedoch Peter Gerber vom Bundesamt für Umwelt (BAFU) zu bedenken. Es brauche viel Wasser und Pestizide, zudem gingen Waldflächen oder Land verloren, das für

die Nahrungsmit-telproduktion geon ge-werden nutzt könnte. Dagegen sei die Verarbei-tung von Massenkunststoffen wie Polypropylen heu-te so weit opti-miert, dass sie nur

wenig Energie ver-brauche. Gerber betreute eine Studie, die das BAFU zusammen mit dem öster-reichischen Umweltministerium anlässlich

Fussball-Europameisterschaft 2008 lancierte. Das Forschungs-ziel: die Ökobilanz von Einwegund Mehrwegbechern verglei-chen, Untersucht wurden unter anderem Einwegbecher aus den Kunststoffen PET und Polystyrol, solche aus PLA und Karton s die Mehrwegvariante aus Poly-



propylen. Die Forscher berechneten für jedes Produkt Umwelt-belastungspunkte, die durch Bereitstellung der Grundmaterialien, Verarbeitung, Reinigung, Transport und Entsorgung anfal-len. Am besten schnitt der Mehr-wegbecher aus Polypropylen ab, am meisten Umweltbelastungspunkte kassierte der Einwegbe-cher aus Polystyrol, gefolgt vom PLA- und dem PET-Becher. «Becher aus nachwachsenden Roh-stoffen», sagt Gerber, «bringen also keine ökologischen Vorteile.

Dies bezweifelt Pacovis. 2004 beauftragte das Unternehmen die

Behauptung, wonach Wegwerfgeschirr aus PLA ökologisch bedenklich sei.

Wie oft wird der Mehrwegbecher

Wie oft wird der Mehrwegbecher wirklich wiederverwendet?

Der Umweltprofessor Roland Scholz monierte, dass der entscheidende Punkt für den Vergleich Einweg-Mehrweg die Wiederverwendungsquote der Mehrwertbecher sei. Die werde für ubenk angesetzt Studien aus oft zu hoch angesetzt: Studien aus Dänemark hätten ergeben, dass ein Becher nicht 150, sondern oft nur 5 bis 10 Mal gebraucht würde. Was die Wiederverwendungs-quote betrifft, habe man für die

Euro-08-Studie verschiedene Szenarien berechnet, sagt Physiker und Mitautor Fredy Dinkel. «Selbst wenn der Mehrwegbecher nur sieben- bis zehnmal ge-braucht wird, ist er jeder Einweg-variante ökologisch überlegen.»

Bei Pacovis ist man dennoch überzeugt, dass Alternativen zu fossilen Brennstoffen die Zukunft sind. «PLA ist ein junger Werkstoff und sein Entwicklungspotenzial gross», sagt Eser. «Vielleicht gelingt es bald, Milchsäurebakterien aus dem Mais nachzuzüchten. Dann brauchen wir die Pflanze als Rohstoff nicht mehr. Wir glauben

Igeho EcoCircle Bekenntnis zur **Nachhaltigkeit**

Rund 20 Aussteller beteiligen sich beim Igeho EcoCircle und haben in diesem Rahmen ein Nachhaltigkeitsstatement abgegeben. Die Firmen sind mit dem grünen EcoCirle-Punkt markiert. Mit dabei sind neben Cup Systems und Cups&More namhafte Firmen wie Dyhrberg, Duni, Nestlé,

«I wett i hett es happy-Bett.»

Hotel Superior

HighClass-Federkern mit EvoPoreHRC und purotex®

- · Hygienisch, klimaregulierend, dauerhaft formstabil, optimal Durchlüftet
- EvoPoreHRC für eine hohe Punktelastizität und Alterungsbeständigkeit
- Matratzenhülle mit purotex® Funktionsstoff
- Empfohlen für 4 bis 5 Sterne Hotels

Die Hotel Superior und weitere happy-Innovationen an der igeho 2011 in Basel, Halle 2.1 am Stand C13.







happy AG | Fabrikstrasse 7 | Postfach|CH-9201 Gossau SG | Telefon +41 (0) 71 387 44 44 Fax +41 (0) 71 387 44 45 | happy@happy.ch | www.happy.ch





Qualität in neuer Dimension

Mit Elegance Lily 48 cm gibt es jetzt eine moderne Alternative zur Stoffserviette, die viele Vorteile bietet und darüber hinaus viele Nachteile ausschliesst. Ausgeblichene Farben, verzogene Kanten, Falten und Knicke sind von gestern. Oualität in neuer Dimension.

- · Sieht aus und glänzt wie Stoff
- · Neue Gala-Grösse 48 x 48 cm
- · Kein Waschen, Bügeln, Stärken
- · Immer top in Form, nie verzogen
- · Kein Ausbleichen der Farben
- · Kosteneffizient und hygienisch



Sie finden uns an der IGEHO 19. - 23. Nov 2011 Halle 2.1 Stand B 18

Duni AG · Lettenstrasse 11 · 6343 Rotkreuz · Tel. 041 798 01 71 info switzerland@duni.com

Mit Blick auf den Schlern: Das Alpina Dolomites ist das zweite 5-Sterne-Hotel auf der Seiser Alm oberhalb von Bozen.

Von Luxus bis Bio

Südtirol ist Gastregion an der Igeho 2011. Die hotel revue stellt drei Südtiroler **Hotels vor: Ein** Luxus-, ein Designund ein Biohotel.

GUDRUN SCHLENCZEK

«Meine Vorgabe

war nur, dass die

Künstler selbst in

den Zimmern

wohnen könnten.»

Alfred Strohmer Hotelbesitzer in Meran

ie Seiser Alm, östlich von Bozen, ist die grösste Hochalm Europas. Seit rund einem Jahr bietet sie mit «Alpina Dolomites» das zweite 5-Sterne-Hotel, Inhaber sind Cinzia und

Hugo Bernardi, die bereits in St. Ulrich ein führen. Zielgrup-pe sind in erster Linie Geniere 5-Sterne-Haus denn die Seiser Alm bietet mit einer Höhe zwi-schen 1600 und 2300 Metern eher leichte Pisten, aber gute Voraussetzungen für Langlauf, Wan-dern und Biken. Ein Wellness-Bereich mit Innen-

cken, fünf Saunen, Fitnessraum und Anwendungen gehören zum Hotelprogramm. Mit Zimmerpreisen pro Person inklusive Halbpension ab 129 Euro (2012 ab 164 Euro) ist der 5-Sterne-Luxus hier günstig zu haben. Teurer wird's in der Weihnachtswoche: Da kostet das gleiche 50-m²-Zimmer 340 Euro, also mehr als das Doppelte. An die 70 Mitarbeiter kümmern sich dann um die Gäste – je 40 Prozent aus Deutschland und Italien - der 56 Zimmer. Allerdings ist das Lohnniveau tiefer als in der Schweiz: Gemäss dem Südtiroler Hoteliers- und Gastwirteverband beträgt beispielsweise der Brutto-Tariflohn für einen Chef de Rang in Jahresstelle im Monat 1437

Besonders klein und fein präsentiert sich das im Juni eröffnete 4-Sterne-Design-Hotel garni Im-perialart im Zentrum von Meran: 14 Zimmer zählt das Haus, jedes

mit einem eigenen Stil, gleich drei ver-schiedene Künstler liess Inhaber Alfred Strohmer wirken. 1,5 Mio. Euro verschlang das Pro-

Für jeden Gast das

passende Design
«Meine Vorgabe
war nur, dass die
Künstler selbst in
den von ihnen gestalteten Zimmern wohnen könnten», so Alfred Strohmer, dem in Meran be reits das 3-Sterne

Hotel Europa Splendid gehört. Krönung im «Imperialart» ist das Dachzimmer mit Dachterrasse, Jacuzzi und der Möglichkeit, über



Individuelles Design bietet das neue «Imperialart» in Meran.



4-Sterne-Superior und Bio: «Theiner's Garten», Gargazon.

den Dächern von Meran die Nacht zu verbringen. Hotelmanagerin Barbara Meraner verteilt die Zimmer bei Ankunft persönlich, pas-send zum Stil des Gastes. Die Zim-merpreise für Übernachtung mit Frühstück bewegen sich zwischen 240 und 380 Euro. Das Frühstück nimmt man in der separat geführ-ten Cafébar im selben Haus ein.

Ein Bio-Hotel kostet in der Erstellung 20 Prozent mehr Ein Vorzeigebetrieb Südtirols in

Sachen Nachhaltigkeit ist das Bi Hotel Theiner's Garten in Garga-

zon. «Wir wollen zeigen, dass ein 4-Sterne-Superior-Standard und Bio vereinbar ist», betont Stefan Hütter, Schwiegersohn der Inhaber, zuständig für Verwaltung und Verkauf. Entstanden ist das 57-Zimmer-Haus mit 1000 m² Wellnessanlage aus einem Deme-ter-Landwirtschaftsbetrieb. Noch heute wird auf 7 Hektar bio-dyna-misch gewirtschaftet. Ein Bauen mit Öko-Materialien koste rund 20 Prozent mehr, investiert wur-den 14 Mio. Euro. Hütter gibt ein Beispiel: Die Fenster wurden ohne Leim nach einer alten Schwalben-

schwanzmethode konstruiert.

Die Preise pro Person und
Nacht inklusive erweiterter Bio-Halbpension liegen zwischen 115 und 180 Euro. Die Auslastung lie-ge aktuell bei 75 Prozent, das Durchschnittsalter der Gäste beträgt 44 Jahre, 60 Prozent kommen aus Deutschland, 15 Prozent aus der Schweiz.

Halle 2.2, Stand H30 und Halle 1.1, Stand D55

Der Saft aus dem Bergapfel

Nur über einen Mehrwert kann man in der Landwirtschaft dem Preisdruck entgehen, das gilt auch für Südtiroler Bauern. Einer von ihnen ist Thomas Kohl, der seine Bergäpfel sortenrein presst und wie Wein kredenzt.

GUDRUN SCHLENCZEK

Südtirol ist die Apfelkammer Italiens: 50 Prozent der italienischen Apfelproduktion stammen von hier. Das meiste Kernobst gedeiht in den Seitentälern, aber es gibt auch Bauern, die den Anbau in der Höhe versuchen, mit Erfolg. Die Äpfel von Thomas Kohl gedeihen oberhalb von Bozen zwischen 875 und 925 Meter über Meer. Ab einer Höhe von 750 Metern spricht man vom Bergapfel. Thomas Kohl veredelt diesen zu Bergapfelsaft. Nicht zu irgendeinem, seine Spezialität ist seit 2007 der sortenreine, der kredenzt und verkostet wird wie Wein: Jonagold, Pinova, Graven-steiner, Rubinette, Elstar, abgefüllt



in 0,75-Liter-Weinflaschen, mit einem Verkaufspreis von 2.40 Euro pro Flasche. Daneben gibt es eine Plus-Linie, angereichert mit ande-

Saftproduktion entfällt heute auf die Gourmetlinie, Abnehmer sind Feinkostläden und die gehobene Gastronomie. Zu kaufen gibt es den Saft auch im Südtiroler Ge-nussmarkt «Pur» in Meran. Das Spezialitätengeschäft bezieht die Südtiroler Produkte von 150 Lieferanten. Verstehen will Ulrich Wall-nöfer den Markt aber nicht als Tou-rismusshop: Die Hälfte der Kunden seien Einheimische. Denn darüber ist man sich in Südtirol einig: Au-thentizität braucht die Akzeptanz der Bevölkerung vor Ort.

Beide Artikel dieser Seite entstanden im Rah-

Micha Schärer tritt an der Igeho-Kocharena mit viel Show an. Mit Entertainment und trendigem Lifestyle will er seine Idee einer gesunden Küche verbreiten.

GUDRUN SCHLENCZEK

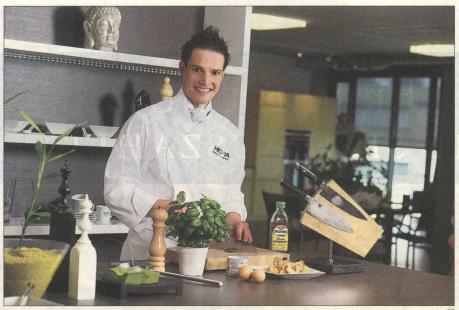
Sie kommen an die Kocharena mit vier Miss-Schweiz-Fina-listinnen und von DJ Scaloni passend zu den Gerichten gemischter Musik. Braucht Essen so viel Inszenierung? Zum einen: Kochen können viele. Zum anderen: Kochen ist nicht mehr nur einfach Kochen. Kochen hat für mich viel mit Lifestyle zu tun. Das will ich mit der Show ausdrücken. Als junger Koch darf ich so etwas Freches noch wagen.

Lenkt das nicht vom eigent-Das kann schon sein ... Diese Provokation ist von mir aber gewollt. Ich stehe sowieso fast lieber vor als hinter dem Herd. Mein persönliches Ziel ist nicht, in irgendeiner Gourmet-Küche Koch zu sein, sondern im Entertainment-Bereich.

Sie arbeiten gern mit Promi-



Fair-Trade-Gericht von Micha Schärer, Max-Havelaar-Botschafter: atene Entenbrust in Dattel-Honig-Kruste auf Quin



Der 22-jährige Micha Schärer holte schon viele Koch-Preise und gilt als Shooting-Star der Schweizer Kochszene.

Entertainment für gesunde Küche

auch die Promis im Fokus Mit 22 Jahren kann ich ja nicht schon ein Buch mit eigenen Rezepten herausbringen, das träfe wohl auf wenig Akzeptanz bei meinen Koch-Kollegen. Zudem wird über Prominente immer gern gelesen, das zeigt die Akzeptanz der Schweize

Denken Sie jetzt schon an das nächste Buch? Tatsächlich. Das ist bereits in Produktion. Und diesmal mit eigenen Rezepten. Es wird

stand die Idee für

Sie wollen vor statt hinter dem Herd stehen: Was sind Ihre konkreten Pläne? Gegenwärtig erstelle ich ein Konzept für eine eigene Kochshow zu den Themen Fitness und Wellness Mehr

im Frühiahr erscheinen.

gewesen, dass ich irgendetwas im Bereich Lifestyle machen wollte, und die Prominenten-

welt interessiert mich. So ent

Gesunde Ernährung scheint

wichtig, dass man sich Gedanken macht über das, was man isst: Was tue ich meinem Körper eigentlich an, mit dem

«Es soll für die Jungen «cool» werden, sich gesund zu ernähren.»

Micha Schärer

was ich esse wissen zwar heute, was gesund ist, aber sie wissen nicht warum. Das will ich allem der

jungen Generation, und zeigen. wie man einfach und schnell gesund kocht.

Und die junge Generation wollen Sie über Ihre geplante Kochshow erreichen?

Nicht nur. Andere Kanäle sind Social Media oder zum Beispiel meine Kolumne beim «Blick am Abend.» Es soll für die Jungen «cool» werden, sich gesund zu ernähren. Deshalb ist EnterDenn oft geht das Wichtigste vergessen: Zum eigenen Körper zu schauen. Das Leben ist zu kurz, die Gesundheit zu wichtig.

Sie empfehlen eine ausgew gene Vollwert-Ernährung: Das entspricht aber nicht dem, was man heute in der Gastro-nomie aufgetischt bekommt. Die Gäste konsumieren das. was sie gerne haben, und der Wirt richtet sein Angebot danach aus. Deshalb will ich auch auf Konsumentenseite etwas bewegen. Damit dann über die Nachfrage nach Gesundem das Angebot sich anpasst.

Denken Sie, dass sich das je in der Gastronomie durchsetzt? Auf jeden Fall. Gewichtsproble-me sind ein Dauerbrenner, und immer mehr Menschen leiden an Allergien. Das wird ein Umdenken bewirken.

Messe-News

Fairer Handel an der Igeho 2011

Max Havelaar ist mit einem eige Max Havelaar ist mit einem eige-nen Stand und auf diversen Events und Sonderplattformen präsent. Am Stand stehen die Dienstleistungen der Stiftung für die Gastronomen im Mittel-punkt. In der Kocharena in Halle 1.0 zeigen am Montag und Diens-tag Kiche, was man mit Fairtra. tag Köche, was man mit Fairtra-de-Zutaten alles kreieren kann. Im Igeho-Forum in Halle 2.2 berichten Gastronomiepartner, warum sie auf Fairtrade setzen. Und auf der Sonderplattform «Kaffee» in Halle 2.1 kann man Fairtrade-Kaffees degustieren.

Halle 1.1. Stand DO5

Für dieses Dessert stand das Basler Läckerli Pate



Das neue Dessertpulver der Ag-rano AG aus Allschwil besteht zu 40 Prozent aus gemahlenem ori-ginal Basler Läckerli aus dem «Läckerli Huus». Das Pulver er-gibt nach einem vierminütigen Aufschlagen mit Milch und Rahm ein Mousse. Bis zum Servieren muss das **Basler Läckerli-Mousse** 3 Stunden kühl gestellt werden. Zielgruppe ist primär die Gastronomie. Mit der Igeho startet Agrano die Markteinführung. Der Preis wird erst kurz vor der Igeho feststehen. Degustationsmuster gibt es am Stand

Stand BO3, Halle 1.1

Würzig: Heukräuter aus den Alpen

Unter der Marke Swiss Alpine Herbs kreiert die Narimpex AG Produkte aus Kräutern und Bli-ten in Bio-Qualität aus dem Schweizer Alpenraum. Die Heu-blumen-Mischung besteht aus Malven, Stockrosen und Peter-silie. Bei den Heublumen han-delt es sich um Blütenkelche. Die Alpen-Heublumen eignen

sich zum Beispiel für Zubereitung von Suppen, Brot oder auch Bein-schinken. gsg





Prominente Köche in der Arena

«Wir wollen

den Menschen hinter dem

Kochtopf

zeigen.»

Der Koch als Mensch steht in der Kocharena im Mittelpunkt, Die Live-Show läuft der kalten Kochkunst an der Igeho immer mehr den Rang ab. Trotzdem: Ganz verzichten will man auf diese nicht.

GUDRUN SCHLENCZEK

Die Igeho-Kocharena in Halle 1 am Stand von Menu System ist Kochen live. Das Programm erin-nert an erfolgreiche TV-Kochsen-dungen: Ein bekannter Koch bereitet ein Menü zu, ein Moderator führt durch die Show. Im Gegensatz zur TV-Sendung kann das Fachpublikum die Speisen im An-

schluss degustieren. Dieses Jahr überrascht der Schweizer Kochverband als Organisator das Publikum mit noch mehr Programm: Statt bis anhin drei zeigen diesmal täglich vier Vertreter der Schwei-zer Kochszene ihr Können und plaudern dabei mit

Moderator Waldemar Schön über ihre Passion. Eine ganze Stunde dauert jeweils die Show, bei welcher der Koch seine Fähigkeiten und seine Karriere präsentiert. «Wir wol-

hinter dem Kochtopf zeigen», erklärt Norbert Schmidiger, Geschäftsführer des Schweizer Kochverbands. Man wolle die ganze Breite der Schweizer Kochkunst zeigen: Von molekular bis urchig, vom erfahrenen Gourmet-Koch bis zum jungen Shooting-Star. Die Liste der Antretenden liest

sich teilweise auf jeden Fall wie ein Who-is-who der Kochszene: Mit von der Partie

sind zum Beispiel Peter Knogl, Koch des Jahres 2011 und Küchenchef im Hotel Les Trois Rois in Ba-sel; Urs Messerli, Restaurant mille privé in Kirch-dorf: Kurt Röösli

vom Fünfsterne-hotel Waldhaus Sils-Maria. Die Ausstellung der kalten Kochkunst erfolge dieses Jahr da-gegen in kleinerem Rahmen, er-

klärt Norbert Schmidiger: Trotzdem: Täglich werden auf dem Stand der Hotel & Gastro Union Schautische mit Arbeiten von Regionalteams, nationalen Kochmannschaften und Einzelausstel-lern präsentiert. Für vier Regionalteams geht es dabei bereits um eine mögliche

Nomination als künftige Schweizer Kochnationalmannschaft: Für den Cercle des chefs de cuisine Zürich, den Cercle des chefs de cuisine Luzern, die Aargauer Kochgilde und die Gilde etablier-ter Schweizer Gastronomen ist die Igeho 2011 der Start ins Rennen um den begehrten Platz. In die Ausscheidungsbewertung geht neben der kalten Präsentation an der Igeho jene an der Intergastra in Stuttgart ein. Ihr Können in der warmen Küche

müssen die Bewerber an der nächsten «Zagg» in Luzern beweisen, die letzten Punkte sam-meln sie schliesslich an der Olympiade der Köche in Erfurt im Oktober 2012. Anhand der vier Auswertungen wählt dann der Kochverband die neue Koch-nationalmannschaft.

Richtig aufleben wird die kalte Kochkunst an der Igeho 2013: Nach 2005 findet der international bedeutende Kochkunstwett-bewerb «Salon Culinaire Mon-dial» im Jahr 2013 wieder an der Igeho in Basel statt. Zehn der weltbesten Nationalmannschaften und Teilnehmer aus über 30 Ländern werden dann vom 23 bis 27. November 2013 in Basel in verschiedenen Kategorien um Auszeichnungen und Punkte für die Weltrangliste kochen.



Erfahrung, die sich auszahlt.



igeho

HALLE 2.1./STAND D20



NWW.HOTELA.CH





Waschen ist nicht nur arbeits- sondern auch energieintensiv. An der Igeho zeigen Maschinenhersteller Lösungen.

Waschen mit weniger Aufwand

Weniger als zwei Franken könnte das Kilo Wäsche den Hotelier kosten. Sparen setzt voraus, dass Produktivität und Energieverbrauch optimiert werden.

KARL JOSEF VERDING

die Wäscherei in der Hotellerie? «Das Wichtigste sind schnelle Prozesse», antwortet Robert Kocher, Verkaufsleiter Gewerbe Schweiz des Waschma-schinen-Herstellers Schulthess: «Nur wenn der Materialfluss über möglichst kurze Programme ge-steigert wird, gibt es optimale Produktivität und somit tiefe Kos-ten. Hier sehen wir unsere Haupt-aufgabe: eine Wäscherei auf die Organisations- und Kostenziele abzustimmen.» Die Antwort von Markus Beeler, Leiter Business Unit Professional bei der Miele AG in Spreitenbach, geht in die gleiche Richtung: «Es wird immer

lebigen Maschinen mit ökonomi-schen Verbrauchswerten den Betreiber bei der Optimierung

von Arbeitsabläufen, Bedienauf-wand und Kosteneinsparungsmöglichkeiten der Inhouse-Wäsche-reien beraten kön-

Und wie teuer darf Waschen sein? «Mit Schult-

hess kostet die Wäsche weniger als zwei Franken pro Kilo», wirbt der Hersteller aus Wolfhausen. Was steckt in diesen Franken? «In den zwei Franken sind sämtliche.

wortet Robert Kocher: also die Kosten für Maschinen, Unterhalt, Löhne, Wasser, Waschmittel,

Energie, Raum-kosten, Innen-«Nur bei mögausstattung und weitere. Trocklichst kurzen weitere. ITOCknen eingeschlossen. Die Kosten
könnten aber
durchaus auch
weniger als zwei
Franken pro Kilo
Wäsche betragen Programmen gibt es optimale Produktivität.»

Robert Kocher Verkaufsleiter Gewerbe, Schulthess

Wäsche betragen. Kocher: «Die zwei Franken stellen einen gewichteten Mittelwert dar.» Es gäbe in der Regel drei Arten von Wäsche: mit Handfaltung wie Frotteetücher, kostet

1 bis 1.50 Franken, Bügelwäsche wie Hemden, 2.70 bis 3 Franken, und Mangelwäsche wie Tischtücher, 1.50 bis 1.90 Franken.» Bei Miele Professional ermittelte Werte bewegen sich um die zwei Franken pro Kilo Wäsche. Markus Beeler von Miele relativiert dabei: «Wäschereikostenberechnungen werden unter Berücksichtigung der Gegebenheiten beim Kunden durchgeführt und sind somit sehr durchgefuhrt und sind somit sehr unterschiedlich.» Berücksichtigt würden dabei Faktoren wie Gerä-tekosten über eine definierte Laufzeit, Personalkosten, Ener-gieverbrauch an Wasser und Strom, sowie Waschmittelkosten.

Der bisher hohe Energieverbrauch der Trockner wird optimiert Trockner gehören zu den grössten Energieverbrauchern einer Wäscherei. Die neuen Wär-mepumpentrockner von Miele Professional «verbrauchen bis zu 60 Prozent weniger Energie», sagt Markus Beeler. Sie sind in den Füllgewichten 6,5 kg, 10-13 kg und 13-16 kg erhältlich. Konkurrent Schulthess bietet

zentrale Wärmerückgewinnungen für Luft und Wasser bei den gewerblichen Trocknern an. «Der gewerblichen Irocknern an. «Uber Vorteil», so Verkaufsleiter Robert Kocher, «sind getrennte, von der Lebenserwartung der Trockner unabhängige Systeme. Diese Wärmerückgewinnung hält über Jahrzehnte.» Zudem werden die grossen Luftströme von mehr als 1300. Kubikmetern pro Stunde 1300 Kubikmetern pro Stunde nicht mehr axial, sondern quer durch den Trockner geführt. «Der hohe Luftstrom durchströmt die Wäsche so, dass auch bei niedrigen Temperaturen sehr schnell viel Feuchte entzogen wird und im grossen Trommelvolumen praktisch ein Vorfinish im Glätteprozess entsteht

Dosierpumpen für die Wäsche, neue grosse Mangeln fürs Finish Miele zeigt auf der Igeho seine neuen grossen Mangeln erstma-lig live: mit Arbeitsbreiten 210, 250, 300 und 350 cm. Die Geräte werden in drei verschiedenen Be-heizungsarten – Elektro, Gas und Dampf – verfügbar sein. Schult-hess liefert die Maschinen von 8 bis 16 kg Waschvolumen neu mit vorbereiteten Flüssigdosier-pumpen: vorteilhaft für Hoteliers bei engen Platzverhältnissen in der Wäscherei.

Miele Professional AG: Halle 1.0, Stand A24; Schulthess Maschinen AG: Halle 1.0, A30

Messe-News

Pizza, die keine Verpackung braucht

Diese Pizza hat System: Sowohl Automat als auch Boden und Fül-lung kauft man gleich als Ge-samtpaket. In der Schweiz ver-treibt Easy Food Solutions SA aus Bussigny das Konzept aus Frank-reich, bei der die handliche Pizza in Hörnchenform (185 g) auch ohne Verpackung direkt über die Gasse verkauft werden kann

Halle 1.1, Stand B07

Ein Tablett, das Bakterien den **Garaus** macht

Die Capro GmbH präsentiert an der Igeho das neue Serviertablett mit integriertem Hygieneschutz von Microban. Die Silbertechno-logie in dem Polyester-Verbundmaterial verhindert zwischen den Reinigungszyklen Wachstum und Vermehrung von gefährli-chen Bakterien wie beispielsweizwischen se E. coli. Zielgruppe sind zum Beispiel Spitäler und Heime.

Halle 2.1. Stand H28

Die Pasta, die in 90 Sekunden im Becher ist

Das Liechtensteiner Unternehmen Spaghettissimo Internatio-nal AG überrascht mit einem Pasta-Kochautomaten, der neu auch mit Münzeinwurf funktioniert. Der Kunde kauft Becher und Münze und wählt seine Sauce. Der Kochprozess dauert 90 Sekunden, dann ist die Pasta



werden Pasta und Sauce im Becher preis: bis Fr. 9.-. gsg

Sie haben die Hotelgäste, wir die passende IP-TV-Lösung. www.hotelinnovativ.ch

notelinnovati





Das «Acqua» in Basel verbindet gekonnt Industrie-Chic mit Gemütlichkeit. Wo ehemals ein Wasserwerk stand, wird heute italienischer Wein kredenzt.

Zu den ältesten gastronomi-schen Einrichtungen in Basel ge-hört die «Safran Zunft», deren Inhaber noch immer die Zunft mit gut 300 aktiven Mitgliedern ist. 1345 wurde das Lokal als Trinkstube für Gewürzhändler erstmals erwähnt. Neben dem eigentlichen Restaurant bieten grosszügige Räumlichkeiten in dem histori-schen Gebäude Platz für Veranstaltungen und Caterings.

st-Food-Dauerbrenn ersten Stunde: Brötli-Bar

Sozusagen ein Fast-Food-Kon-zept der ersten Stunde ist die «Brötli-Bar» im Hotel Stadthof. In Vitrinen werden die diversesten Canapés präsentiert, die gut ge-füllten Vitrinen erzeugen den nö-



Panasiatisches Trend-Konzept: «Lily's» an der Rebgasse.



Im «Consum» Käse und Wurst aus dem Puschlav serviert.

tigen Warendruck. Das Konzept basiert auf Vertrauen: Der Gast holt sich seine «Brötli» selbst und zahlt erst nach dem Genuss. Seit 1906 gibt es die Brötli-Bar, die Nachfrage scheint ungestillt. Allein der Mayonnaise-Verbrauch für die schmackhaften Happen

Fortsetzung Seite 16

Gastro-Tour durch Basel

Lust auf Basler Gastronomie? Die Igeho veranstaltet neu an jedem Messetag eine Trendtour, bei der Interessierte Klassiker und Trendsetter der Basler Gastronomie erleben.

GUDRUN SCHLENCZEK

seplatz in Basel, also auf der anderen Seite des Rheins vom Stadtzentrum aus gesehen. Guide durch die Basler Gastro-Szene ist Fredy Angst von der B&N Service AG, der seit Jahren mit Erfolg Trendtouren für Fachleute der Gastgewerbebranche in Zürich veranstaltet. Begleitet wird er von Thomas Schichan, gelernter Koch und heute Inhaber der Cookin Chefwear AG. Erste Station: «Lily's Stomach

Supply» an der Rebgasse. Schon durch die Fensterfronten von aussen ist ersichtlich: Hier haben Trendkonzepte wie das Londoner Wagamama Pate gestanden. Alleran den europäischen Markt, wie Fredy Angst betont. Während Franchisenehmerin SV Schweiz mit Wagamama in der Schweiz nun mit dem zweiten Standort ihr Glück versucht, hat die Gasometer AG aus Zürich mit ihrem auf den hiesigen Markt zugeschnittenen Fast-Casual-Konzept mit panasia-tischer Küche nach dem Pilot in Zürich in Basel bereits den zwei-Zurich in Basel preus den zwei-ten funktionierenden Standort vorzuweisen. Mit den für dieses Segment typischen Erfolgsfakto-ren: schneller Service, günstige Preise, A-la-minute-Küche, Ver-zicht auf Convenience. Allerdings ist der Platzuwerkzir, in Besel ein ist der Platzumsatz in Basel ein anderer als im Zürcher Stammlo-

Platz fünfmal besetzt, so liegt in Basel das Maximum bei dreimal. «Der Basler sitzt länger», schmunzelt Fredy Angst.

Tapas mit Salami und Käse aus dem Puschlav

Spanische Tapas-Kultur mit ori-ginal Schweizer Produkten aus dem Puschlav kredenzt man im «Consum». Die Kleinbasler Bar gehört zum schräg gegenüber gelegenen Hotel Krafft, ist aller-dings outgesourct. Ins «Consum» kommt man zu Wein mit Käse und Salami. Die Spezialitäten aus dem südlichen Tal des Kantons Graubünden liegen in einer gläsernen Vitrine zum Aussuchen bereit, Sa-

iami nangt in grossen Stucken hinter dem Tresen.

Der Schwerpunkt der Basler Gastro-Trendtour liegt jedoch auf der anderen Seite des Rheins, dort befindet sich auch das eigentliche Stadtzentrum. Direkt am Rhein zu Finden finden ist das Luxus-Hotel Les Trois Rois. In der Hotelbar mit Blick aufs Wasser mixt ein Schwei-zer Meister, Thomas Huhn, ausgezeichnet sowohl von der Schweizer Barkeeper Union als auch vom Wirtschaftsmagazin Bilanz. Die Bar muss hervorragend laufen: 18 Mitarbeiter zähle man, weiss Fredy Angst. Der Erfolg motiviert an-scheinend zu mehr: Geplant sei eine zweite Bar im Untergeschoss - für Raucher.

Jetzt noch raffinierter.

protel Air

Einfach. Besser. Buchen.

Webbasiert und sehr flexibel. Entdecken Sie die Hotelsoftware der nächsten Generation!

rebagdata

8813 Horgen • Phone +41 44 711 74 10 • www.rebag.ch



Besuchen Sie uns an der

IGEHO, 19. - 23.11.11 Halle 2.1 / Stand D60





Fortsetzung von Seite 16

Ein Highlight ist das «Kohl-manns» am Steinenberg, Insbe-sondere auch deshalb, weil es zum Basler Gastronomieunternehmen Gastrag gehört, das mit standardisierten Gastro-Konzepten wie Papa Joe's und Mister Wong nicht gerade mit Individua-lität glänzt. Doch das «Kohl-manns» ist ganz anders, schon durch die Geschichte, die dahintersteckt: Die Küche basiert auf einem Kochbuch von Johannes Kohlmann, Urgrossvater von Barbara Engler, Frau des Gastrag-Inhabers Richard Engler. Der Che-miker und Gourmet Kohlmann stammte aus einer süddeutschen Köhlerfamilie. Diese Historie wi-derspiegelt das Konzept: Beim Betreten des Restaurants empfängt den Gast flackerndes Feuer, wird der Feuerkuchen, eine Flammkuchen, gebacken.



Von der Kirche zur Bar: Sakrale



Holz dominiert Einrichtung und

Gastrag-Konzept mit viel Authentizität: «Kohlmanns».



Frankreich und Italien zu Besuch in Basel: Im «Pane con Carne» kommt Ferienstimmung auf. Das Konzept ist eine Mischung aus Feinkostladen und Gastronomie.

Ein Restaurant mit internationalem Format, ist Thomas Schi-chan überzeugt, sei das «Noohn» an der Henric-Petri-Strasse. Denn schon allein was die Grösse be-trifft, ist das «Noohn» für Schwei-zer Verhältnisse alles andere als gewöhnlich. Auf 800 Quadratmetern werden gleich mehrere Konzepte parallel angeboten: Ein bedienter und ein unbedienter Restaurantteil, eine grosszügige Sushi-Bar in dezentem Licht, Bar und weitläufiger Lounge-Bereich, der vor allem am Wochenende die Basler zum Chillen locke, so Schichan. Die Speisekarte der euro-asiatischen Küche wird per Bea-mer an die Wand projiziert. Die Preise sind moderat: Lamm an indischer Sauce mit Wok-Gemüse und Reis gibt's für 19 Franken.

Mediterrane Ferienstimmung im

Pane con Carne
Spontan verliebt hätten sie sich,
so Fredy Angst und Thomas Schi-

chan, in das Lokal «Pane con Carne». Verspielt französisch-italie-nisch mit viel Weiss präsentiert sich das Interieur. Der Untertitel des Namens sagt, was die Ge-schäftsinhaber mit ihrem Outlet bieten wollen: Espressobar – wie Ferien. Doch «Pane con Carne» ist viel mehr als eine Bar. An den unterschiedlich hohen Sitzgelegenheiten kann man essen, was die mediterrane Küche so bietet. Die Spezialitäten des Mittelmeerraums können aber auch für zu Hause erworben werden: Die ge-samte Rückseite des Lokals ist dem Verkauf gewidmet. Gemäss Mit-Geschäftsinhaberin Miryam Probst entfällt jeweils die Hälfte des Umsatzes auf Retailbereich und Gastronomie. Basel ist nicht der einzige Standort des Tages-konzepts: Das erste Outlet eröffnete man in Liestal, ein weiteres

ist in Muttenz zu finden.
Erst im Sommer aufgemacht
hat die Bar «Zum Kuss». Auch die-

ses Outlet hat Geschichte. Wo heute Cappuccino getrunken und Cocktails gemixt werden, da war früher ein Totenhaus.

Die Bar Zum Kuss in der

hemaligen Elisabethenkirche Die Bar steht mitten auf dem ehemaligen Städtischen Friedhof. in der früheren Elisabethenkirche. Dass diese lange Zeit Lagerstätte für Tote war, daran erinnert man mit der Tassenbeilage zum Kaffee: ein Gebäck in Form eines Toten-beins. Die Stadt suchte einen gast-ronomischen Betreiber für die Friedhofskirche und fand diesen in Markus Engler. Finanziert wur-de der Umbau mit privaten Darlehen, die sich Engler über rund 70 Freunde sicherte. Der Sommer lief gut, der Härtetest steht mit dem Winter der täglich bis in die Nacht hinein geöffneten Bar aber noch bevor: Denn die 50, bis in den Herbst hinein auch abends gut besetzen, Aussenplätze stehen

nur 24 Innenplätzen gegenüber. «Wir überlegen uns, noch Barho-cker für die Theke anzuschaffen», meint deshalb Barkeeper Steffen Hmielorz.

Ein weiteres Highlight haben sich Fredy Angst und Thomas Schichan für den Schluss der Schichan für den Schluss der Trendtour aufgespart: Das Res-taurant «Acqua». Der Name ist dem Standort abgeschaut: Hier im Südwesten Basels stand ein ehemaliges Wasserwerk. Statt Wasser gibt's nun italienischen Wein. Der Industrie-Chie wird ge-konnt mit Gemütlichkeit verbun-den. Auf nur 14. Ongetametern den. Auf nur 14 Quadratmetern Küche wird frisch gekocht. Im Winter wird das «Acqua» durch das «Baracca Zermatt» ergänzt: Hier serviert man Fondue in allen Variationen – in Zermatter Berg-hütten-Ambiance, welche die Handschrift des Architekten Heinz Julen trägt.

Anmeldung: www.igeho.ch/go/id/iyx/





Für einen rundum effizienten Energieeinsatz: unser branchenspezifisches Energie-Benchmark-Tool und die modular aufgebaute Energieberatung. **Besuchen Sie uns in der Halle 1.0/Stand D50.**

BKW®

Dieses Sortiment MUUUUUSS man kennen lernen.



COOH präsentiert Ihnen heute – neben den bereits bekannten ultra-frischen Produkten Butter, Milch, Rahm, Joghurt und Frischkäse – ein breites Käse-Sortiment.

Diese von COOH mit höchstem Anspruch und viel Leidenschaft zusammengestellten Produkte erfüllen alle Ihre Anforderungen an Qualität und Frische und bezaubern die Geschmacksnerven Ihrer Kunden. Ganz zu schweigen vom exzellenten Preis-/Leistungsverhältnis, das unser gesamtes Sortiment auszeichnet.

COOH ist frisch, ist gut, ist frischlich gut.



vom 19. bis 23. November 2011, am Scana Stand C01, Halle 1.1.

Besuchen Sie uns an der IGEHO,

ELSA MIFROMA

Ist frischlich kuhl!



gen das Orginal der neuen Gesundheitsschuhwelle. An der Igeho 2011 ist MBT erstmals mit einem Stand vertreten. So wie die Weiterentwicklung Kyboot.

GUDRUN SCHLENCZEK

jeder zwei-te Erwerbstätige in der Gastronomie leidet gemäss Seco-Gesundheitsbefragung regelmäs-sig an Rückenbeschwerden. René Graf Grandits, der zusammen mit seiner Frau und Spitzenköchin Tanja Grandits das mit einem Mi-chelin-Stern gekrönte Restaurant Stucki in Basel führt, kann ein Lied davon singen. Obwohl er anfangs den «klotzigen» Schuhen gegenüber sehr skeptisch war, hat er sich vor rund acht Monaten doch für einen MBT-Schuh ent-

begeistert, dass er sich als Botschafter für den Gesundheits-schuh im Gastgewerbe versteht. René Graf Grandits: «Seitdem ich den Schuh trage, habe ich viel, viel weniger Rückenprobleme.» Denn René Graf Grandits legt täglich Kilometer zurück. Während seine Frau kocht, leitet er den Service. Gerade im Sommer, wenn es gilt all die Gäste auf der weitläufigen Terrasse zu bedienen, entlaste das Laufen mit dem MBT-Schuh deutlich den Rücken. Neben ihm tra-

Gästen falle die neue Schuhmode im Hause Graf Grandits auf, registriert der Gastgeber: «Ich werde von den Gästen auf meine Schuhe ange-

Für die neuen MBT- Modelle stand ein Modedesigner Pate Für René Graf Grandits ist klar:

«Lieber ein Schuh, der nicht ganz so ästhetisch ist, dafür geht es meinem Rücken gut.» Für ihn ist bei der Schuhwahl inzwischen klar: «Man sollte sich für den Körper entscheiden.» Aber auch er weiss, dass es insbesondere im

gehobenen Gastronomiebereich Grenzen bei der Ästhetik gebe: «Für Mitarbeiterinnen im Service, die einen Jupe tragen, könnte eine Kombination mit einem MBT-

Schuh schwierig sein.»

Doch bei MBT hat man das
Manko bei der Ästhetik inzwischen entdeckt und hat gemeinsam mit dem Mailänder Mode-designer Alberto del Biondi eine fashion- und busi-

messtaugliche MBT-Kollektion entworfen, die sich sehen lassen kann. Das Äussere eines MBT-Schuhs ist jedoch nicht die einzige Hürde: Das Laufen mit dem Schuh will gelernt sein. «Ich habe drei bis vier Tage gebraucht, bis ich die richtige Balance hatte,» blickt René Graf

Grandits zurück.
Denn der MBT
ist nicht einfach
ein Schuh – Bea Miescher, Marketingleiterin der Swiss Masai Ver-trieb AG in Winterthur will ihn sogar als Trainingsgerät verstehen. Darin sieht sie auch die gros se Chance für den Gastronomie-alltag: «Der MBT hilft dem Körper on the Job - ohne Arbeitsausfallzeiten.» Die dritte Hürde ist wohl der Preis: Das in der Gastronomie bei den Männern beliebte Modell Bia kostet 339 Franken, das Frauen-Modell Sirima 329 Franken. Preisreduktionen für den B2B-Markt sind in Planung. Preislich vergleichbar ist der Kyboot (280 bis 310 Franken), die zweite Inno-vation des MBT-Erfinders Karl Müller.



«Bei der Wahl des Schuhs sollte man sich für den Körper entscheiden.»

Renè Graf Grandits Restaurant Stucki, Basel

Bei Kyboot läuft

man auf Luft
Im Gegensatz
zur abrollenden Sohle des MBT-Schuhs, der das Gehen am Sandstrand imitiert, basiert der Kyboot mit seinem weichelastischen Luft-polster auf dem so genannten walk-on-air-Prinzip. Die positiven Auswirkungen auf die Gesundheit sind ähnlich, allerdings

entfällt ein anfängliches Lauftraining, wie es der MBT erfordert. Mit dem Kyboot kann man sozu-

MBT: Halle 2.1. Stand D09

PURI IREPORTAGE

Der neue Schweizerhof in Bern arbeitet erfolgreich mit Mirus Programmen «Mirus ist die perfekte Lösung für unser Hotel»

Mirus ist der unbestrittene Marktleader in der Schweiz, wenn es um Programme in der Hotel-Administration geht. Viele renommierte Hotels arbeiten mit der Software von MIRUS. Zum Beispiel auch die QDHP-Hotelgruppe (Zug), die in der Schweiz das Bürgenstock Resort (in der Bauphase), das Hotel Savoy in Lausanne und das so-eben neu eröffnete Hotel Schweizerhof Bern betreibt. Ein Gespräch mit Frauke Hansen (HR & Finance Mana-ger) und Michael Thomann (General Manager Hotel Schweizerhof Bern) über den Alltag mit Mirus Produkten.

Michael Thomann, Sie haben jahrelang in Davos, dem Hauptsitz der Firma Mirus, als Hotelier gearbeitet. Hatten Sie in Davos eine besondere, direkte Beziehung zu Mirus? Michael Thomann: Durch die Nähe zum Haupt sitz war natürlich eine sehr intensive und persönliche Geschäftsbeziehung möglich. Bei Mi-rus ist man eben nicht nur ein Kunde, sondern man wird als Person mit seinen Ansprüchen wahrgenommen! Aufgrund der Praxisnähe der Geschäftsführer und der Mitarbeiter konnten wir spezifische und massgeschneiderte Lö-sungen im Controlling zusammen entwickeln.

Was schätzen Sie vor allem im Umgang mit der Mirus Software?

Michael Thomann: Die Programme sind spe-zifisch auf die Bedürfnisse und Prozesse der Hotellerie und Gastronomie abgestimmt und daher sehr benutzerfreundlich und technisch überladen. Unsere Kadermitarbeiter (ohne Vorkenntnisse) konnten die Mirus Personaleinsatzplanung innert kürzester Zeit effizient nutzen und so die Produktivität wesentlich

Viele Hoteliers sagen, die Mirus Programme führten zu wesentlich mehr Effizienz in der Personaladministration. Haben Sie dank Mirus tatsächlich mehr Zeit fürs eigentliche Geschäft?

Michael Thomann: Dies empfinden wir ebenfalls so. Diese Software ist für uns ein Hilfsmit-tel und eine grosse Unterstützung in der Perso-naladministration und im täglichen Controlling. Da viele Prozesse automatisch von Mirus ausgeführt werden, können wir uns in der Tat auf andere Arbeiten konzentrieren.

Ist die Personaleinsatzplanung dank Mirus einfacher und effizienter?

Michael Thomann: Die Planung ist in einem Schichtbetrieb oft sehr kompliziert und komplex. Die Mirus Personaleinsatzplanung ist daher ein wichtiges Hilfsmittel und kann für die Planung optimal eingesetzt werden. Dank dieser Planung können sämtliche Zeitguthaben der Mitarbeiter von unseren Abteilungsleitern täglich kontrolliert und analysiert werden und bilden so die Datengrundlage für unser Daily

Was macht die Mirus Produkte so einzigartig? Frauke Hansen: Ich bin sehr zufrieden mit der kompetenten Hotline, mit der Freundlichkeit und dem Einsatz der Mitarbeiter. Mirus ist sehr anwenderfreundlich und übersichtlich. Es gibt eine direkte Schnittstelle zur Hotela, um Sozialabgaben abzurechnen. Mirus ist ausserdem spezialisiert auf die Hotellerie, was die Verständigung in Problemfällen doch sehr

Michael Thomann: Das spezifische Branchen-Know-how der Mirus Geschäftsleitung und der Mirus Mitarbeiter hat einen grossen und positiven Einfluss auf die gesamte Software. Deshalb ist diese so gut auf die Bedürfnisse unserer Branche abdestimmt!

auch mit der biometrischen Zeiterfassung von Mirus. Wo liegen die Vorteile gegenüber traditionellen Zeiterfassungssystemen?

Frauke Hansen: Karten oder Batches müssen zuerst erstellt werden. Ebenfalls können diese beschädigt werden oder verloren gehen. Bei der biometrischen Zeiterfassung genügt ein einmaliger Fingerabdruck. Diese neuwertige Zeiterfassung kann unter anderem auch vor Missbrauch vorbeugen.

Stichwort L-GAV. Wie bewähren sich da die

Mirus-Programme? Frauke Hansen: Die Mirus Programme bewähren sich sehr gut, da diese auf den L-GAV angepasst und zugeschnitten sind.

Michael Thomann: Mit Mirus bin ich als Ge samtverantwortlicher auch sicher, dass wir alle Gesetzesbestimmungen einhalten. In meiner Direktionszeit in Davos hatten wir verschiedene L-GAV Kontrollen und nie eine einzige Beanstandung! Dies ist unter anderem auch Mirus zu verdanken, da die komplexen Bestim-mungen unseres L-GAV bei Mirus komplett

SOFTWARE



Gesucht: neue Einrichtung

Gefunden: www.hotelmarktplatz.ch



marktplatz.ch

Eine Dienstleistung von hotelleriesuisse