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: 23.08.2025

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

igeho
htr hotelrevue
Nr. 46 / 17. November 2011

Gastregion
Südtirol ist dieses Jahr Gast an der Igeho. Der Apfel ist für die Region typisch.
Seite 12

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

Alain D. Boillat

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

Repräsentieren ausländische Fachkräfte die Schweizer Hotellerie? Mit diesem polarisierenden Thema eröffnet hotelleriesuisse 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 würden heute wohl mehrheitlich mit ausländischen Mitarbeitenden abgedeckt. Martin Häfeli, Arosa Vetter Hotel, schätzt den Anteil ausländischer Mitarbeitender in der Aroser Hotellerie auf 50 Prozent, 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 landesfremden Fachkräften nun ein Nachteil für das Image der Schweizer Hotellerie ist, darüber gehen die Meinungen allerdings auseinander. Für Christian Lienhard, Hotel Hof Weissbad, verliert die Schweizer Hotellerie so auf jeden Fall an Authentizität: «Die Swissness geht verloren, und wir werden austauschbar.» Peter B. Grossholz ergänzt: «Swissness drückt sich durch hohe Qualität aus. Dies gilt auch bei der Rekrutierung.» Mitarbeitende aus der Region können wichtig sein, wenn sich ein Hotel lokal verankern und positionieren will.

Für Christian Lienhard wird die Situation vor allem dann problematisch, wenn «ausländische und ausländisch sprechende Manager Schweizer Hotels führen.» Da bleibe viel Wissen über die Schweiz, ihre Tradition und Kultur auf der Strecke. Kurt Baumgartner rechnet zudem insbesondere bei den qualifizierten Positionen mit sinkenden Löhnen.

> **«Problematisch ist, wenn ausländische Manager Schweizer Hotels führen.»**
> **Christian Leinhard**
> Hotel Hof Weissbad

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 Hotelier 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 Schweizerdeutsch reden, gäbe es natürlich Reaktionen seitens der Gäste. Doch Kurt Baumgartner 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.»

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 nebensächlich, ob ein deutscher Koch die Rösti gemacht hat oder ein Schweizer: «Wichtig ist, dass ich dem Gast eine gute bodenständige 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 Begleitveranstaltungen ist der **Tag der Hotellerie von hotelleriesuisse** am Messedienstag mit diversen Gesprächsrunden im Igeho Forum in Halle 2.2. Eine Diskussion ist dem Thema Innovation gewidmet, diskutieren wird die Chefredaktorin der **htr hotel revue,** Elsbeth Hobmeier, mit Gewinnern des Tourismuspreises Milestone 2011. gsg

www.igeho.ch

ANZEIGE

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 OBJECTS

roviva Matratzen- und Bettenfabrik
3380 Wangen a.A., www.roviva.ch

Messe-News

Spielerisch mit «4 gegen 4» das Wissen testen

Höhepunkt des Nachwuchsprogramms Igeho U21 ist dieses Jahr das neue Wissensquiz «Igeho 4 gegen 4», bei welchem jeweils zwei Viererteams in einer Spielarena 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 Gastgewerbeverbänden mitgetragen.

Halle 1.1

«Journée romande» für Romands

Erstmals veranstaltet die Messe Schweiz an der Igeho in Basel einen «Journée romande» in Zusammenarbeit mit sechs Westschweizer Ausstellern. Am Messemontag offeriert die Messe drei Busrouten für Besucher aus der Romandie: Für 29 Franken können Gastronomen und Hoteliers aus den Regionen Genf, Lausanne 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 gratis App für iPhones sowie mobile Webseiten für Android und Blackberry. Wer mit einem Smartphone die Messe besucht, profitiert über die App von Suchfunktionen und findet so leicht Aussteller und Events. Der dreidimensionale 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 verfügbar. gsg

www.igeho.ch

Vernetzen an der Messe

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

GUDRUN SCHLENCZEK

Die Aussteller- und auch die Besucherzahl 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 Ausstellern aus rund 20 Ländern stehen 80 000 Besucher gegenüber. Die Frankenstärke und negative Konjunkturaussichten hätten sich auf die Igeho 2011 noch nicht ausgewirkt, konstatiert Lagger: «Die Igeho 2011 widerspiegelt die Situation 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 Coffee – mit den Kaffee-Brands Rosca, Giger und Merkur, der Verpackungsspezialist Pacovis, der 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 entschieden 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 Betrieben keine Expansion zu erwarten. «Der Markt gibt nicht mehr her», meint Lagger.

Nur auf Besucherseite rechnet Lagger mittelfristig mit einem Plus von 5 Prozent: Neue Interessengruppen erhofft er sich insbesondere aus dem Segment Facility Management. Locken soll bei der Igeho 2013 zudem die neue 500 Meter lange Messehalle, welche den Ausstellern dank neuer Hallenhöhe eine attraktivere Präsentation ermöglicht.

zvg

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

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 finden 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 Interessierten die Vorteile eines Franchisesystems aufzeigen. «An der Igeho haben die Hoteliers Zeit», meint Walter Zuëck, Direktor Franchise-Entwicklung Schweiz, der zusammen mit Werner Stoller, Eigentümer des Hotel Stoller in Zürich und 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 können. Der Schweizer Franchise-Direktor hat seinen neu geschaffenen Posten seit einem Jahr inne. Der letzte Frachisevertrag wurde unlängst für das Ibis Budget in Leysin unterschrieben, das am kommenden ersten Dezember 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 zuversichtlich: 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 Zuëck nicht verraten; das sei abhängig von der Grösse des Betriebes, dem Standort, der Marke. Aber der Franchisenehmer erhalte dafür auch «eine 360-Grad-Dienstleistung», wirbt Zuëck für sein Produkt: Kosteneinsparung durch zentralen Einkauf, weltweit bekannte Marke, globale Kommunikationsstrategie.

zvg

Das Ibis in Bulle ist ein Franchise-Betrieb.

ANZEIGE

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

Bilder zvg

Nachhaltiger Genuss

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

Neu auf dem Schweizer Markt: Fleisch vom Islandlamm.

Die 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 Sortiment: den Vino Spumante Prosecco DOC, Bioldo Bio aus dem Val d'Oca. «Wir entsprechen damit dem aktuellen Nachhaltigkeitstrend in der Gastronomie», ist Thomas Bürgisser von der Transgourmet Schweiz AG überzeugt. Auf Bio setzt auch die Flammkuchenherstellerin Bonflam aus Gossau (Halle 2.2, Stand C 81) mit ihren neuen Bio-Weizen-Flammkuchenböden, zertifiziert nach der EU-Bioverordnung. Für diese stammt das verwendete Mehl und Rapsöl aus biologischem Anbau. Das Rezept sei zudem frei von Hefe, Konservierungsmitteln 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.»

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 enthält keinen Kristallzucker. Die Süsse stammt vielmehr aus dem kalorienfreien Extrakt des Honigkrauts Stevia Rebaudiana. «Dank Stevia ist es nun möglich, gesunde und umweltgerechte Getränke herzustellen und dabei nicht auf den Genuss verzichten zu müssen», 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 vorgestellt. Der Gastro-Einkaufspreis der Halbliter-Flasche soll maximal Fr. 1.75 betragen.

Für Allergiker erweitert die Migros-Bäckerei Jowa aus Volketswil (Halle 1.1, Stand B50) ihr Sortiment: Unter der Marke Huttwiler wird eine glutenfreie Linie mit Broten, Kleinbroten, Cakes und Teigwaren vorgestellt. Verkauft wird Huttwiler Glutenfree ab 2012. Ganz den glutenfreien Produkten hat sich Josef Zehnder mit seiner Firma Zehnder Glutenfree aus Australien verschrieben. Nun will der Pionier Europa erschliessen, ab Februar 2012 will man mit einer Produktionsstätte im Kanton Solothurn starten. Testen kann man die Produkte in Halle 1.1, Stand D21.

Ein Eistee für Umwelt- und Kalorienbewusste, mit Stevia.

Nachhaltig will auch Urs Thomann das «Projekt Islandlamm» verstehen: Die Weidetiere ernährten 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 Fleischspezialität (Halle 1.1., Stand A 44).

Messe-News

Kulinarische Häppchen und neuer Kaffee

zvg

Am Stand von Cash&Carry Angehrn wird Patissierweltmeister **Rolf Mürner** mit Max Gsell, neuer Fachberater Ernährung und Kochen bei CCA, kulinarische Leckerbissen kreieren. Zu degustieren 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 1.1, Stand B41

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& White für heisse und kalte Trinkschokolade. Das Gerät soll 2012 in die Serienfertigung gehen.

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

Fleischanbieter mit frischem Fisch

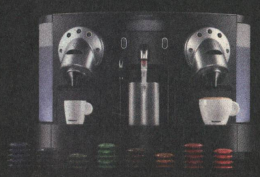
zvg

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 – zuerst nur als TK-Ware – bietet man auch Fisch und Seafood. gsg

Halle 1.1, Stand B06

ANZEIGE

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

Unsere Möbel sind für zeitgenössische High-End-Hotels bestimmt sowie für Projekte mit spezieller Handschrift», sagt 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 Dietiker. Ihre Schwester Nathalie ist CEO des Familienunternehmens. 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 Entrepreneurs, 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 Möbelgestaltung, die man ‹feminin› 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 Paradigmen ermöglicht.» Zum ersten Mal könne das Holz-Furnier in gewölbte 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 Designers 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 Herstellung von Möbeln. Im 2001 kaufte Urs Felber die Dietiker AG der Migros ab. Der im Herbst 2010 verstorbene 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 Verwaltungsräten von Wilkhahn, Swissflex und Team by Wellis.

Ziel ist die Leader-Position für Design-Möbel in Mitteleuropa

«Wir glauben fest an die Vision unseres Vaters und an sein Bekenntnis zu Innovation und Authentizität», 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 übernehmen.»

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 sehen das Potenzial, um die Geschichte Dietikers in eine neue Ära zu führen.»

«Dietiker war nie von kurzzeitigen Modetrends beeinflusst»

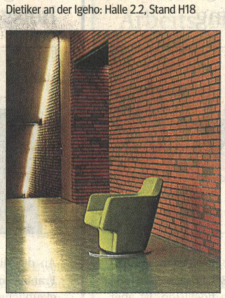
Als Unternehmen habe sich Dietiker nie von kurzzeitigen Modetrends beeinflussen lassen: «Vielmehr versuchen wir, mit kreativen Produkten Einfluss zu gewinnen. Wir bieten High-End-Produkte mit einem ‹added value›: Das heisst, Verständnis für das Material und innovatives Denken.»

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

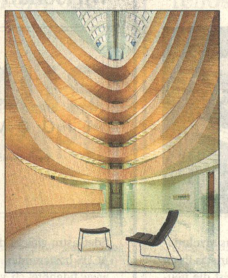
Dietiker an der Igeho: Halle 2.2, Stand H18

Bilder zvg

Jacqueline Felber (li.), Kreativdirektorin, und Nathalie Felber, CEO der Dietiker AG in Stein am Rhein.



Wie eine Skulptur: Kalio Chair.



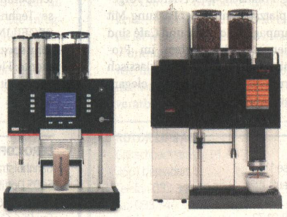
Relaxing-Sessel «Relounge».

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

ANZEIGE

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.



IGEHO Halle 2.1, Stand G30

Cafina AG, Römerstrasse 2, CH-5502 Hunzenschwil, Tel. 062 889 42 42, info@cafina.ch, www.cafina.ch
Cafina SA, 28c, route de Denges, CH-1027 Lonay, tél. 021 804 92 20

cafina
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 schmücken die Top-Hotels der Welt ihre Tische mit der bevorzugten Porzellanmarke der britischen 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 bruchsicherem 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 kombinieren. Jedes Teil ist Spülmaschinen-, Tiefkühl-, Mikrowellen-, und Ofenfest und ausserdem äusserst kratzresistent.

BERNDORF LUZERN AG
Industriestrasse 15
6203 Sempach-Station
Telefon 041 259 21 41
Fax 041 259 21 42
info@berndorf.ch
www.berndorf.ch

Igeho: Halle 2.1, Stand C50

BRECOM BETRIEBS AG

Energiekosten reduzieren!

Garantierte Reduktion Ihrer Energiekosten

Entertainment auf Ihre Gäste zugeschnitten

Garantierte Reduktion Ihrer Energiekosten

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

Wir haben die Lösung für Sie.

Entertainment auf Ihre Gäste zugeschnitten

- 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 Hardware.

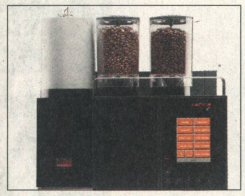
Wir haben die Lösung für Sie.

BRECOM BETRIEBS AG
Neumühlestrasse 42
8406 Winterthur
Telefon 058 201 60 50
Fax 058 201 60 51
info@brecom.ch
www.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 Unternehmen 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 professionellen Kaffeemaschinen der Melitta-Gruppe.

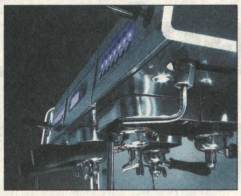
An der IGEHO in Basel präsentiert Cafina eine eindrückliche Leistungsschau aller aktuellen Modelle. Passend zur Swissness steht in der Halle 2.1 am Stand G30 das neue Schokoladenmodul im Zentrum. Das Qualitätsmodul ergänzt die «Cafina c35» und die «Cafina bar-cube» und ermöglicht die einfache Zubereitung 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, Exklusivimporteur des italienischen Kaffeemarktleaders Lavazza, bietet seit 25 Jahren Gesamtkonzepte für die Gastronomie an. An der Igeho zeigen die Bülacher neben dem aktuellen 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-Kaffeemaschine Wegaconcept der italienischen Edelmarke Wega zeichnet beispielsweise mittels spezieller Software ihre Auslastungen auf und richtet Leistung und Energieverbrauch selbstständig danach aus. Dank vorteilhaften Finanzierungsmodellen startet 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
Kaffeestrasse 10
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 Garergebnisse bei Voll- oder Mischbeschickung. Anspruchsvolle Köche schwören auch deshalb auf das ACS, weil es bei durchschnittlich 15% niedrigeren Garraumtemperaturen 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 Kunden hat Convotherm zur Feier von 30 Jahren green efficiency besondere Geburtstags-Pakete geschnürt. Detailierte Informationen erhalten Kunden bei Ihrem Convotherm-Fachhändler.

CONVOTHERM Elektrogeräte GmbH
Talstrasse 35
D-82436 Eglfing
Telefon +49 (0) 8847 67-0
Fax +49 (0) 8847 414
info@convotherm.de
www.convotherm.de

Igeho: Halle 1.0, Stand A16

DUNI AG

Elegance Lily jetzt in Gala-Größe 48x48 cm

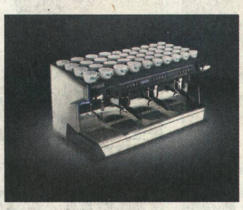
Erstklassige, große Servietten lassen den Tisch luxuriös und elegant aussehen. Mit Elegance Lily 48 cm gibt es jetzt eine moderne Alternative zur Stoffserviette, die viele Vorteile bietet und darüber hinaus viele Nachteile ausschließt. Jede Serviette kommt immer frisch und schrank- oder tafelfertig aus 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 Vorteile, zum Beispiel durch einfaches, zeitsparendes 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 Programm, mit deren Hilfe man von klassisch bis modern jede Tischeindeckung elegant inszenieren kann.

DUNI AG
Lettenstrasse 11
6343 Rotkreuz
Telefon 041 798 11 71
Fax 041 798 01 72
info_switzerland@duni.com
www.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 neueste 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 gemeinsam mit der renommierten Polytechnischen Universität Turin, einer der führenden 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 Wassertemperatur dynamisch ändern kann. Diese Technologie wird als TEMPERATUR-PROFILING bezeichnet. Xcelsius bietet sehr spezielle, hochgradig innovative Elemente: Flexibilität und Dynamik waren die Hauptkriterien bei der Entwicklung von Xcelsius.

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

fidevision
Betriebswirtschaftliche Lösungen

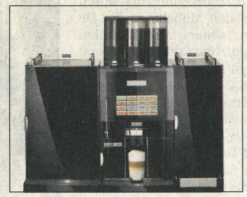
fideGastro gleicht der bewährten, auf ABACUS basierenden F&B-Lösung fideHotel www.fidehotel.ch von fidevision, ist aber einfacher, wesentlich günstiger und punktgenau auf die Bedürfnisse der Gastronomie zugeschnitten. fideGastro eignet sich für Restaurants, Bars, Eventlokale oder auch Konzertveranstalter. Wer seine Lagerbestände jederzeit kennen muss, der hat mit fideGastro das richtige Tool in der Hand.
fideGastro bietet offene Schnittstellen zu Kassensystemen. Das bedeutet, dass sämtliche Verkäufe von Wein, Bier, Mineralwasser 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-Informationssystem, Anwenderhandbuch und eine Installationsanleitung. 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
www.fidevision.ch

Igeho: Halle 2.1, Stand D02

FRANKE KAFFEEMASCHINEN AG

Mixgetränke - heiss und kalt



An der diesjährigen Igeho in Basel zeigt Franke Coffee Systems, wie man eine unglaubliche 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
Franke-Strasse 9
4663 Aarburg
Telefon 062 787 32 07
Fax 062 787 30 31
info@franke.com
www.franke.com

Igeho: Halle 2.1, Stand G50

HOTELINNOVATIV AG

Massgeschneiderte Lösungen

Als Exklusivpartner von OTRUM bietet Hotelinnovativ AG ganz neue Möglichkeiten im Bereich des In-Room-Entertainments. Herausragende Eigenschaften machen die interaktiven OTRUM-Systeme zu ganzheitlichen Informations-, Kommunikations- und Unterhaltungslösungen. Mit dem modular aufgebauten OTRUM-System ist es möglich, dem Hotel massgeschneiderte Lösungen anzubieten, um gezielt 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 dem neuen OTRUM Enterprise jetzt mehr Möglichkeiten. Anstelle einer einheitlichen Ansprache aller Gäste können diverse Attribute individuell für jeden Gast zur maßgeschneiderten Kommunikation, Werbung, für Service Angebote und zur Preisgestaltung genutzt werden.

HOTELINNOVATIV AG
Ruessenstrasse 5a
6340 Baar
Telefon 041 766 68 68
Fax 041 766 68 69
welcome@hotelinnovativ.ch
www.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 Caffè", dem Familienbetrieb mit mehr als 50 Jahren Erfahrung im Rösten von italienischem Kaffee. Dank der Auswahl der besten Rohkaffeesorten aus den Produktionsländern, die nach einer alten Tradition in den «Fazendas» geerntet werden, hat Cerutti "Il Caffè" seine erlesene und aromatische Mischung nach bester italienischer Rösttradition 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 Caffè" 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
www.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 fitnessbewusster 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 Schwedentörtli (20 g).

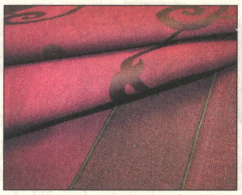
All diese Produkte sind nicht nur im Mini-Format erhältlich, sie tragen auch ein «Mini» im Namen, sind auf Papierkapseln abgesetzt und in Tiefzugschalen verpackt. Für die ganz grossen Schleckmäuler hat die Bäckerei auch ein 95-grämmiges Schwedentörtli im Angebot.

ROMER'S HAUSBÄCKEREI AG
Neubruchstrasse 1
Postfach 55
8717 Benken
Telefon 055 293 36 36
Fax 055 293 36 37
info@romers.ch
www.romers.ch

Igeho: Halle 1.1, Stand B26

SCHWOB AG

Kreative Tischwäsche



Erfrischend neue, kreativ gestaltete Tischwäsche-Kollektionen präsentiert Schwob an der IGEHO 2011. Die erste Neuheit 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.

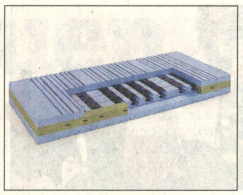
Eine zweite neue Kollektion mit ganz verschiedenen modernen Jacquardmotiven in dezenten hellen Erdtönen wird ebenfalls an der IGEHO präsentiert. Sie stammt aus der Feder von Andrin Schweizer, dem bekannten Zürcher Architekten und Gestalter. Schwob zeigt mit solchen exklusiven Produkten, dass man mit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

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

HotelPartner
YIELD MANAGEMENT
Ihr Yield Management Partner.

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

Gerade in der Privathotellerie wird oft 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 Privathotellerie 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 Bandbreite 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 Huttwiler 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 leicht süssliche 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 verführen.

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 IGEHO wird das KADI **Rösti Tartelette** präsentiert. Mit diesem Produkt hat KADI das beliebte Käseküchli neu interpretiert: Anstatt 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
www.kadi.ch

Igeho: Halle 1.1, Stand C20

MIRUS SOFTWARE AG

L-GAV-konforme Arbeitszeitkontrolle

mirus
SOFTWARE

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° waschsensible Textilien desinfizierend reinigen. Das macht Schulthess zur Marktführerin. 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, garantiert 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

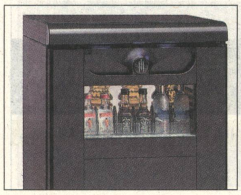
An unserem Stand B15 in Halle 1 präsentieren wir Neuheiten und Klassiker von Rotor Lips. Zudem stellen wir auch drei Maschinen unserer neuen Schwesterfirma Feuma AG aus dem deutschen Gösnitz vor.
Rotor Sanamat Inox – neu designte und komplett aus Inox gefertigte Saftzentrifuge garantiert eine maximale 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 HU1020 und SUPRA 6e – leistungsstarke Allroundmaschine und kompaktes Universalgerät mit verschiedenen Ansteckgeräten und Aufsätzen. - Feuma ASETSM-E – bewährte Apfelschäl-, -entkern-, -teil- und -scheibenschneidmaschine 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 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 eingeschränkte Haltbarkeit der Produkte vermindert. Eine optimierte Handhabung der Minibar und der entsprechenden Abläufe kann dem Hotel eine bedeutende Gewinnsteigerung sichern. SmartCube – die automatische Minibar ist die Lösung ! Die fortschrittliche Infrarot-Sensortechnologie kommuniziert über alle gängigen Datenwege und ist kompatibel mit PMS Systemen. Vorteile: mindestens 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, dass es 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

PRODEGA/GROWA

Weinkompetenz und Exklusivitäten

Prodega/Growa Cash+Carry legt den Schwerpunkt auf ihre Weinkompetenz und stellt an die 50 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.

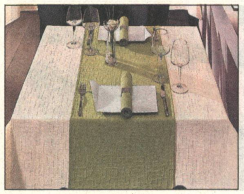
Die Familie Sensi produziert auf den eigenen 80 Hektaren Rebfläche ebenfalls hervorragende Weine. Dazu gehört der Sabbiato Bolgheri DOC, welcher an der Expovina'11 mit dem Silber-Diplom ausgezeichnet wurde. Alle Exklusivitäten können am Stand zu besonders attraktiven Konditionen bestellt werden. Für gelegentliche Showacts sorgt das Prodega/Growa-Messeteam.

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 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 stilvollen 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 Salz- und 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

MIELE AG

Beim Trocknen Strom sparen

Der Urknall in der Wäschereitechnik: Die weltweit ersten Profi-Trockner mit Wärmepumpe, die durch 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 Ablufteitung hinfällig. Da die Anschlusswerte weit unter denen eines vergleichbaren elektrisch beheizten Trockners liegen, kann der Wärmepumpen- Trockner vor allem dort eingesetzt werden, wo leistungsschwache Stromnetze bestehen oder Leistungsspitzen durch Spitzenlastanwendungen vermieden werden müssen. Durch die hohe Energieeinsparung amortisieren sich die Mehrkosten für die Wärmepumpe bereits nach kurzer Zeit. Informationen zur Wäschedesinfektion und dem WetCare Nassreinigungsverfahren erhalten Sie in täglichen 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
www.miele-professional.ch

Igeho: Halle 1.0, Stand A24

SCANA LEBENSMITTEL AG

Erlebniswelt für alle Sinne

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 C01.
In einer speziellen Einkaufsmeile 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 C01

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 QualityLabc 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 schützen 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 1 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

RIVELLA AG

Neue Produktekonzepte für Fruchtsaft

Die Rivella AG zeigt an der IGEHO Produktekonzepte der Marke Michel™ für den Fruchtsaft Volumenbereich (ab ca. 3-4 Liter pro Tag). Eine absolute Neuheit ist die Produktereihe «smart pack». 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 äusserst platzsparend und ohne Qualitätsverlust auch über längere Zeit. Bereits etabliert ist das Fruchtsaft-Dispensersystem «Express», welches ebenfalls ausgestellt 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-/Leistungsverhältnis. 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 entscheiden 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
hotel management solutions
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. zvg

Weiblicher Stil: Was Frauen wollen

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 Sonderpräsentation World of Inspiration konzipiert, die diesmal dem weiblichen Hotelgast gewidmet ist: Wieso interessieren 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 herangingen. Ein gutes Beispiel ist für mich Tilla Theus, eine ehemalige Studienkollegin. Trotz gleichem Hintergrund hat sie einen ganz anderen Stil entwickelt als die männlichen Kollegen.

Wie gestalten denn Frauen?
Männer orientieren sich an der Funktionalität. Der Benutzungs- und Bedienungskomfort steht im Vordergrund. Frauen sind dagegen viel sensibler für die Atmosphäre, für die Farben, das Licht, die Sensorik überhaupt. Diese Sensorik haben die Männer nicht. Frauen leben zudem täglich Design, beim Gestalten des eigenen Äusseren. 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 Projektteam 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.

«Spannteppiche, die muffig werden, empfinden Frauen als abstossend.»
Peter Eberhard
Architekt

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 scharfkantig ist, oder, wenn man mit der Hand darüber fährt, es sich angenehm 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 «klingen». Heute gestaltet man hingegen in Weiss und Beige und um irgendwelche Akzente zu setzen, wählt man grelle Farben. 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 Differenziertes anbieten? Ich bin überzeugt: Unter dem Einfluss von weiblicherem Design werden auch die Männer sensibler für Nuancen. Ich persönlich konnte dank meiner Frau, die Kunstschaffende ist, mein Farbempfinden stark weiterentwickeln.

World of Inspiration an der Igeho: Halle 2.2.

ANZEIGE

100% VEGI

Für Rösti- und Bergkäse-Liebhaber:

Rösti Tartelettes

Echte Schweizer Rösti kombiniert mit auserlesenem Schweizer Bergkäse.
Innovativ in quadratischer Form. Schnell zubereitet und vielseitig einsetzbar: Als Hauptspeise mit Salat für à la Carte und Menü-Bereich, als Hauptkomponente für Buffets/Free-Flow.

- Innovative Form mit Homemade-Charakter
- 100 % vegetarisch
- Aus hochwertigen Schweizer Rohstoffen
- Sichere und schnelle Zubereitung im Combi-Steamer
- Einfach portionierbar, gut kalkulierbar (90 g/Stk.)

Besuchen Sie uns an der IGEHO Halle 1.1 Stand C20

KADI AG · CH-4901 Langenthal · Tel. 062 916 05 00 · Fax 062 916 06 80 · info@kadi.ch · www.kadi.ch

KADI Swiss Premium Quality

CECCHETTO

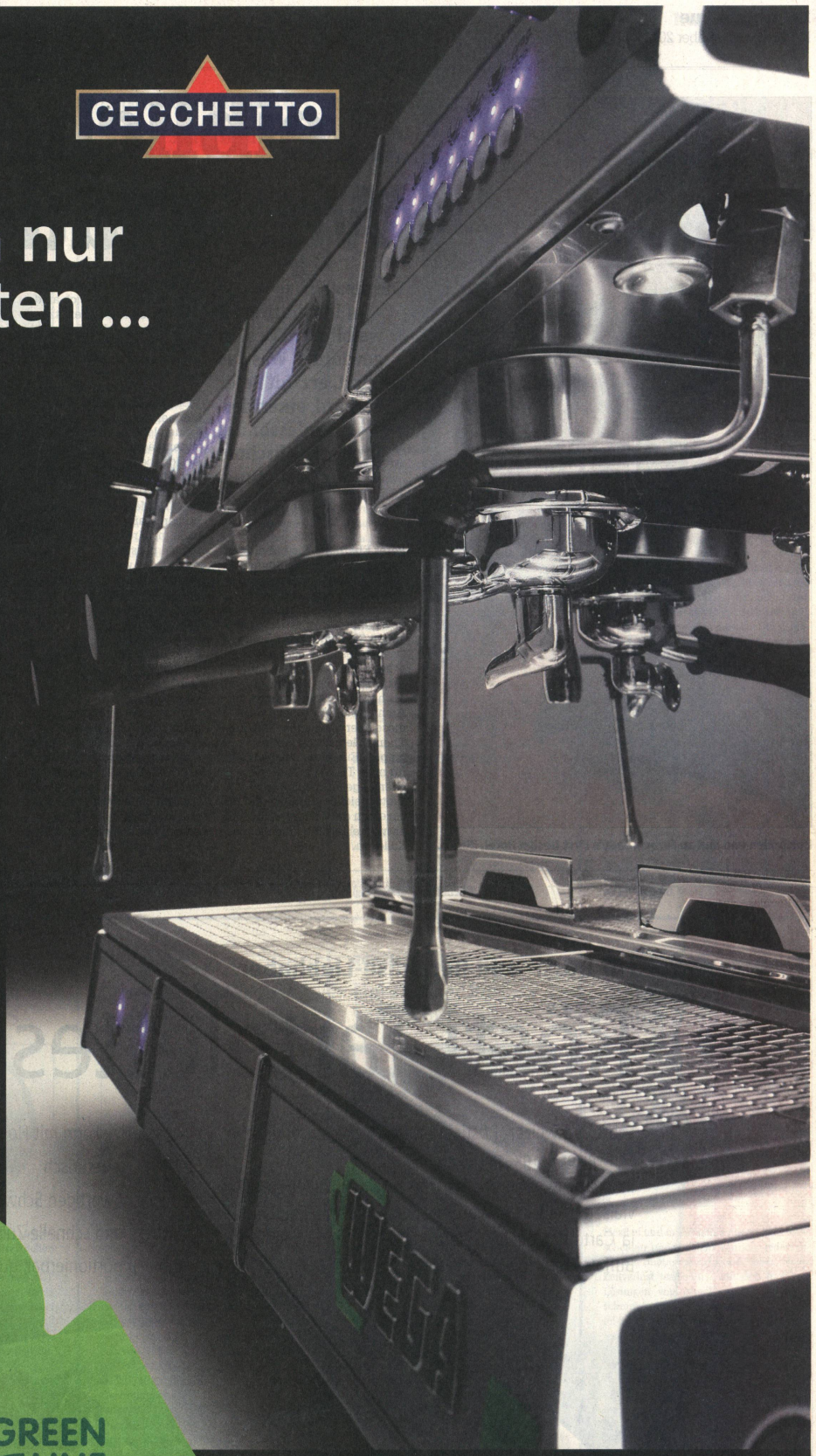
Wir arbeiten nur mit den Besten ...

Und Sie?

Höchster Kaffeegenuss: Dafür sorgt die CECCHETTO Import AG seit 25 Jahren.

- ✓ Finanzierung über den Kaffeeverkauf.
- ✓ Wartung, Service und Material inklusive während der ganzen Vertragsdauer.
- ✓ Der beste italienische Caffè.

LAVAZZA



GREEN LINE

SLS Self Learning Software

LEC Low Energy Consumption

MBT Multy Boiler Technology

HSB High Safety Boiler

igeho

Einladung zum Erfolg
HALLE 2 STAND 11

CECCHETTO Import AG Kaffeestrasse 10 CH-8180 Bülach Tel +41 (0)43 305 03 03 www.lavazza.ch info@lavazza.ch

Bilanz eines Bechers

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

VIRGINIA NOLAN

Volksfeste hinterlassen oft bergeweise Müll: Becher, Teller, Flaschen. Die Entsorgung kostet 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 Biergläser umfasst sein Sortiment. 16 Rappen kosten Miete und Reinigung für ein Halbliter-Bierglas aus dem Kunststoff Polypropylen, hinzu kommt ein variabler Zuschlag für den Transport.

«Becher aus nachwachsenden Rohstoffen bringen keine ökologischen Vorteile.»
Peter Gerber
Bundesamt für Umwelt

«Mehrwegbecher werden bis zu 150 Mal eingesetzt. Sie belasten die Umwelt um ein Vielfaches weniger als Einwegbecher», schreibt Meier im Nachhaltigkeitsstatement 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 Gastrospezialist Pacovis bietet dagegen nur Einweggeschirr an – auch aus ökologischen Erwägungen, wie Pressesprecher Michael Eser erklärt. «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 für den Kunststoff produzieren. PLA ist biologisch abbau- und damit kompostierbar. «Der Rohstoff basiert, im Gegensatz zu Polypropylen, nicht auf Erdöl,» sagt Eser.

Das Bundesamt für Umwelt rühmt den Mehrwegbecher

«Der Anbau von Mais ist energieintensiv und umweltbelastend», 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 Nahrungsmittelproduktion genutzt werden könnte. Dagegen sei die Verarbeitung von Massenkunststoffen wie Polypropylen heute so weit optimiert, dass sie nur wenig Energie verbrauche.

Gerber betreute eine Studie, die das BAFU zusammen mit dem österreichischen Umweltministerium anlässlich der Fussball-Europameisterschaft 2008 lancierte. Das Forschungsziel: die Ökobilanz von Einweg- und Mehrwegbechern vergleichen. Untersucht wurden unter anderem Einwegbecher aus den Kunststoffen PET und Polystyrol, solche aus PLA und Karton sowie die Mehrwegvariante aus Polypropylen. Die Forscher berechneten für jedes Produkt Umweltbelastungspunkte, die durch Bereitstellung der Grundmaterialien, Verarbeitung, Reinigung, Transport und Entsorgung anfallen. Am besten schnitt der Mehrwegbecher aus Polypropylen ab, am meisten Umweltbelastungspunkte kassierte der Einwegbecher aus Polystyrol, gefolgt vom PLA- und dem PET-Becher. «Becher aus nachwachsenden Rohstoffen», sagt Gerber, «bringen also keine ökologischen Vorteile.

Dies bezweifelt Pacovis. 2004 beauftragte das Unternehmen die ETH mit einer Stellungnahme zur Behauptung, wonach Wegwerfgeschirr aus PLA ökologisch bedenklich sei.

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 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 Wiederverwendungsquote 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 gebraucht wird, ist er jeder Einwegvariante 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 daran.»

Alain D. Boillat

Bier aus dem Mehrweg- oder Einwegbecher? Welcher Biergenuss die Umwelt mehr belastet, darüber streitet sich die Fachwelt.

Igeho EcoCircle Bekenntnis zur Nachhaltigkeit

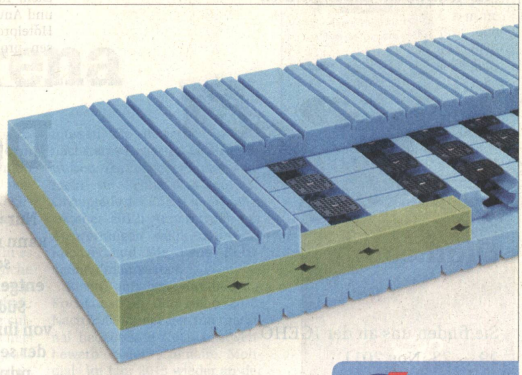
Rund **20 Aussteller** beteiligen sich beim Igeho EcoCircle und haben in diesem Rahmen ein Nachhaltigkeitsstatement abgegeben. Die Firmen sind mit dem **grünen EcoCirle-Punkt** markiert. Mit dabei sind neben Cup Systems und Cups&More namhafte Firmen wie Dyhrberg, Duni, Nestlé, Schwob. gsg

ANZEIGE

Hotel Superior
HighClass-Federkern mit EvoPore*HRC* und purotex®

- Hygienisch, klimaregulierend, dauerhaft formstabil, optimal Durchlüftet
- EvoPore*HRC* 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.



hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association
Preferred Partner

happysystems™
I wett i hett es happy-Bett.

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

ANZEIGE

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. Qualität 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

Duni.com

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.

Bilder Othmar Seehauser/zvg

Von Luxus bis Bio

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

GUDRUN SCHLENCZEK

Die 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 5-Sterne-Haus führen. Zielgruppe sind in erster Linie Geniesser, denn die Seiser Alm bietet mit einer Höhe zwischen 1600 und 2300 Metern eher leichte Pisten, aber gute Voraussetzungen für Langlauf, Wandern und Biken. Ein Wellness-Bereich mit Innen- und Aussenbecken, 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 Euro.

Besonders klein und fein präsentiert sich das im Juni eröffnete 4-Sterne-Design-Hotel garni Imperialart im Zentrum von Meran: 14 Zimmer zählt das Haus, jedes mit einem eigenen Stil, gleich drei verschiedene Künstler liess Inhaber Alfred Strohmer wirken. 1,5 Mio. Euro verschlang das Projekt.

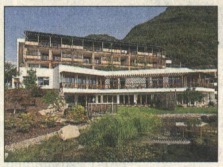
«Meine Vorgabe war nur, dass die Künstler selbst in den Zimmern wohnen könnten.»

Alfred Strohmer
Hotelbesitzer in Meran

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 bereits das 3-Sterne-Hotel Europa Splendid gehört. Krönung im «Imperialart» ist das Dachzimmer mit Dachterrasse, Jacuzzi und der Möglichkeit, über den Dächern von Meran die Nacht zu verbringen. Hotelmanagerin Barbara Meraner verteilt die Zimmer bei Ankunft persönlich, passend zum Stil des Gastes. Die Zimmerpreise für Übernachtung mit Frühstück bewegen sich zwischen 240 und 380 Euro. Das Frühstück nimmt man in der separat geführten Cafébar im selben Haus ein.

Individuelles Design bietet das neue «Imperialart» in Meran.



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

Ein Bio-Hotel kostet in der Erstellung 20 Prozent mehr

Ein Vorzeigebetrieb Südtirols in Sachen Nachhaltigkeit ist das Bio-Hotel Theiner's Garten in Gargazon. «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 Demeter-Landwirtschaftsbetrieb. Noch heute wird auf 7 Hektar bio-dynamisch gewirtschaftet. Ein Bauen mit Öko-Materialien koste rund 20 Prozent mehr, investiert wurden 14 Mio. Euro. Hütter gibt ein Beispiel: Die Fenster wurden ohne Leim nach einer alten Schwalbenschwanzmethode konstruiert.

Die Preise pro Person und Nacht inklusive erweiterter Bio-Halbpension liegen zwischen 115 und 180 Euro. Die Auslastung liege 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, Gravensteiner, 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 anderen Früchten. Die Hälfte von Kohls Saftproduktion entfällt heute auf die Gourmetlinie, Abnehmer sind Feinkostläden und die gehobene Gastronomie. Zu kaufen gibt es den Saft auch im Südtiroler Genussmarkt «Pur» in Meran. Das Spezialitätengeschäft bezieht die Südtiroler Produkte von 150 Lieferanten. Verstehen will Ulrich Wallnöfer den Markt aber nicht als Tourismusshop: Die Hälfte der Kunden seien Einheimische. Denn darüber ist man sich in Südtirol einig: Authentizität braucht die Akzeptanz der Bevölkerung vor Ort.

Othmar Seehauser/zvg

Der Bergapfel wächst langsamer, ist deshalb aromatischer.

Beide Artikel dieser Seite entstanden im Rahmen einer Medienreise von Messe Schweiz.

zvg

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

Entertainment für gesunde Küche

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-Finalistinnen 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 eigentlichen Produkt ab?
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 Prominenten? Ihr erstes Buch «Promis an den Herd!» hat 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 Schweizer Illustrierten. Klar war für mich gewesen, dass ich irgendetwas im Bereich Lifestyle machen wollte, und die Prominentenwelt interessiert mich. So entstand die Idee für genau dieses Buch.

zvg

Fair-Trade-Gericht von Micha Schärer, Max-Havelaar-Botschafter: Gebratene Entenbrust in Dattel-Honig-Kruste auf Quinoa.

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

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 kann ich noch nicht verraten.

Gesunde Ernährung scheint Ihnen am Herzen zu liegen.
Das ist richtig. Ich finde es wichtig, dass man sich Gedanken macht über das, was man isst: Was tue ich meinem Körper eigentlich an, mit dem was ich esse. Die meisten wissen zwar heute, was gesund ist, aber sie wissen nicht warum. Das will ich erklären, vor allem der jungen Generation, und zeigen, wie man einfach und schnell gesund kocht.

> «Es soll für die Jungen «cool» werden, sich gesund zu ernähren.»
> **Micha Schärer**
> Koch

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 Entertainment auch so essenziell. Denn oft geht das Wichtigste vergessen: Zum eigenen Körper zu schauen. Das Leben ist zu kurz, die Gesundheit zu wichtig.

Sie empfehlen eine ausgewogene Vollwert-Ernährung: Das entspricht aber nicht dem, was man heute in der Gastronomie 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. Gewichtsprobleme sind ein Dauerbrenner, und immer mehr Menschen leiden an Allergien. Das wird ein Umdenken bewirken.

Prominente Köche in der Arena

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 erinnert an erfolgreiche TV-Kochsendungen: Ein bekannter Koch bereitet ein Menü zu, ein Moderator führt durch die Show. Im Gegensatz zur TV-Sendung kann das Fachpublikum die Speisen im Anschluss 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 Schweizer 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 wollen den Menschen 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.

> «Wir wollen den Menschen hinter dem Kochtopf zeigen.»
> **Norbert Schmidiger**
> Schweizer Kochverband

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 Basel; Urs Messerli, Restaurant mille privé in Kirchdorf; Kurt Röösli vom Fünfsternehotel Waldhaus Sils-Maria.

Die Ausstellung der kalten Kochkunst erfolge dieses Jahr dagegen in kleinerem Rahmen, erklärt Norbert Schmidiger: Trotzdem: Täglich werden auf dem Stand der Hotel & Gastro Union Schautische mit Arbeiten von Regionalteams, nationalen Kochmannschaften und Einzelausstellern 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 etablierter 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 sammeln sie schliesslich an der Olympiade der Köche in Erfurt im Oktober 2012. Anhand der vier Auswertungen wählt dann der Kochverband die neue Kochnationalmannschaft.

Richtig aufleben wird die kalte Kochkunst an der Igeho 2013: Nach 2005 findet der international bedeutende Kochkunstwettbewerb «Salon Culinaire Mondial» 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.

Messe-News

Fairer Handel an der Igeho 2011

Max Havelaar ist mit einem eigenen Stand und auf diversen Events und Sonderplattformen präsent. Am Stand stehen die Dienstleistungen der Stiftung für die Gastronomen im Mittelpunkt. In der Kocharena in Halle 1.0 zeigen am Montag und Dienstag Köche, was man mit Fairtrade-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 D05

Für dieses Dessert stand das Basler Läckerli Pate

zvg

Das neue Dessertpulver der Agrano AG aus Allschwil besteht zu 40 Prozent aus gemahlenem original Basler Läckerli aus dem «Läckerli Huus». Das Pulver ergibt 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 B03, Halle 1.1

Würzig: Heukräuter aus den Alpen

Unter der Marke Swiss Alpine Herbs kreiert die Narimpex AG Produkte aus Kräutern und Blüten in Bio-Qualität aus dem Schweizer Alpenraum. Die **Heublumen-Mischung** besteht aus Kornblumen, Ringelblumen, Malven, Stockrosen und Petersilie. Bei den Heublumen handelt es sich um Blütenkelche. Die Alpen-Heublumen eignen sich zum Beispiel für die Zubereitung von Suppen, Lamm, Brot oder auch Beinschinken.

gsg

Halle 1.1, Stand D33

ANZEIGE

ERFAHRUNG,
DIE SICH AUSZAHLT.
igeho
HALLE 2.1./STAND D20
HOTELA
WWW.HOTELA.CH

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

Alain D. Boillat

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

Wie optimiert man die Wäscherei in der Hotellerie? «Das Wichtigste sind schnelle Prozesse», antwortet Robert Kocher, Verkaufsleiter Gewerbe Schweiz des Waschmaschinen-Herstellers Schulthess: «Nur wenn der Materialfluss über möglichst kurze Programme gesteigert wird, gibt es optimale Produktivität und somit tiefe Kosten. Hier sehen wir unsere Hauptaufgabe: 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 wichtiger, dass wir neben langlebigen Maschinen mit ökonomischen Verbrauchswerten den Betreiber bei der Optimierung von Arbeitsabläufen, Bedienaufwand und Kosteneinsparungsmöglichkeiten der Inhouse-Wäschereien beraten können.»

Und wie teuer darf Waschen sein? «Mit Schulthess 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 Prozesskosten enthalten», antwortet Robert Kocher: also die Kosten für Maschinen, Unterhalt, Löhne, Wasser, Waschmittel, Energie, Raumkosten, Innenausstattung und weitere. Trocknen eingeschlossen. Die Kosten könnten aber durchaus auch weniger als zwei Franken pro Kilo 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 unterschiedlich.» Berücksichtigt würden dabei Faktoren wie Gerätekosten über eine definierte Laufzeit, Personalkosten, Energieverbrauch an Wasser und Strom, sowie Waschmittelkosten.

> «Nur bei möglichst kurzen Programmen gibt es optimale Produktivität.»
> **Robert Kocher**
> Verkaufsleiter Gewerbe, Schulthess

Der bisher hohe Energieverbrauch der Trockner wird optimiert

Trockner gehören zu den grössten Energieverbrauchern einer Wäscherei. Die neuen Wärmepumpentrockner 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 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 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 erstmalig live: mit Arbeitsbreiten 210, 250, 300 und 350 cm. Die Geräte werden in drei verschiedenen Beheizungsarten – Elektro, Gas und Dampf – verfügbar sein. Schulthess liefert die Maschinen von 8 bis 16 kg Waschvolumen neu mit vorbereiteten Flüssigdosierpumpen: 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 Füllung kauft man gleich als Gesamtpaket. In der Schweiz vertreibt Easy Food Solutions SA aus Bussigny das Konzept aus Frankreich, 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 Silbertechnologie in dem Polyester-Verbundmaterial verhindert zwischen den Reinigungszyklen Wachstum und Vermehrung von gefährlichen Bakterien wie beispielsweise 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 International 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 nur 90 Sekunden, dann ist die Pasta al dente. Durch Schütteln werden Pasta und Sauce im Becher vermengt. Verkaufspreis: bis Fr. 9.–. gsg

Stand A32
Halle 1.1

ANZEIGE

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

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

Bilder zvg

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

Gestartet wird am Messeplatz 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. Allerdings sei das Konzept angepasst an 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 panasiatischer Küche nach dem Pilot in Zürich in Basel bereits den zweiten funktionierenden Standort vorzuweisen. Mit den für dieses Segment typischen Erfolgsfaktoren: schneller Service, günstige Preise, A-la-minute-Küche, Verzicht auf Convenience. Allerdings ist der Platzumsatz in Basel ein anderer als im Zürcher Stammlokal: Werde hier am Abend ein 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 original Schweizer Produkten aus dem Puschlav kredenzt man im «Consum». Die Kleinbasler Bar gehört zum schräg gegenüber gelegenen Hotel Krafft, ist allerdings 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, Salami hängt in grossen Stücken 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 ist das Luxus-Hotel Les Trois Rois. In der Hotelbar mit Blick aufs Wasser mixt ein Schweizer 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 anscheinend zu mehr: Geplant sei eine zweite Bar im Untergeschoss – für Raucher.

Zu den ältesten gastronomischen Einrichtungen in Basel gehört 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 historischen Gebäude Platz für Veranstaltungen und Caterings.

Fast-Food-Dauerbrenner der ersten Stunde: Brötli-Bar

Sozusagen ein Fast-Food-Konzept der ersten Stunde ist die «Brötli-Bar» im Hotel Stadthof. In Vitrinen werden die diversesten Canapés präsentiert, die gut gefüllten Vitrinen erzeugen den nötigen 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 liegt bei 12 Tonnen im Jahr.

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

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

Fortsetzung Seite 16

ANZEIGE

Jetzt noch raffinierter.

protel Air

Einfach.
Besser.
Buchen.

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

Besuchen Sie uns an der
IGEHO, 19. – 23.11.11
Halle 2.1 / Stand D60

sutter-werbung.ch

rebagdata
hotel management solutions
8813 Horgen • Phone +41 44 711 74 10 • www.rebag.ch

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association
Preferred Partner

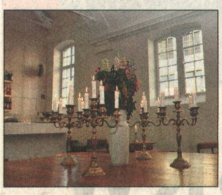
protel
hotel software

Fortsetzung von Seite 16

Ein Highlight ist das «Kohlmanns» am Steinenberg. Insbesondere auch deshalb, weil es zum Basler Gastronomieunternehmen Gastrag gehört, das mit standardisierten Gastro-Konzepten wie Papa Joe's und Mister Wong nicht gerade mit Individualität glänzt. Doch das «Kohlmanns» 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 Chemiker und Gourmet Kohlmann stammte aus einer süddeutschen Köhlerfamilie. Diese Historie widerspiegelt das Konzept: Beim Betreten des Restaurants empfängt den Gast flackerndes Feuer, hier wird der Feuerkuchen, eine Art Flammkuchen, gebacken.

Bilder zvg

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



Von der Kirche zur Bar: Sakrale Ambiance in der Bar Zum Kuss.

Gastrag-Konzept mit viel Authentizität: «Kohlmanns».

Holz dominiert Einrichtung und Dekor: Aufgetürmte Holzscheite, Tische aus Holzstämmen, Weinfässer an der Rückwand. Und in einer Glas-Vitrine im Eingang belegt das ausgestellte Orginal-Kochbuch von Johannes Kohlmann in Sütterlin-Schrift: Das Ganze ist authentisch.

Ein Restaurant mit internationalem Format, ist Thomas Schichan überzeugt, sei das «Noohn» an der Henric-Petri-Strasse. Denn schon allein was die Grösse betrifft, ist das «Noohn» für Schweizer 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 Beamer 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 Schichan, in das Lokal «Pane con Carne». Verspielt französisch-italienisch mit viel Weiss präsentiert sich das Interieur. Der Untertitel des Namens sagt, was die Geschäftsinhaber 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 gesamte 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 Tageskonzepts: Das erste Outlet eröffnete man in Liestal, ein weiteres ist in Muttenz zu finden.

Erst im Sommer aufgemacht hat die Bar «Zum Kuss». Auch dieses Outlet hat Geschichte. Wo heute Cappuccino getrunken und Cocktails gemixt werden, da war früher ein Totenhaus.

Die Bar Zum Kuss in der ehemaligen 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 Totenbeins. Die Stadt suchte einen gastronomischen Betreiber für die Friedhofskirche und fand diesen in Markus Engler. Finanziert wurde 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 Barhocker für die Theke anzuschaffen», meint deshalb Barkeeper Steffen Hmielorz.

Ein weiteres Highlight haben sich Fredy Angst und Thomas Schichan für den Schluss der Trendtour aufgespart: Das Restaurant «Acqua». Der Name ist dem Standort abgeschaut: Hier im Südwesten Basels stand ein ehemaliges Wasserwerk. Statt Wasser gibt's nun italienischen Wein. Der Industrie-Chic wird gekonnt mit Gemütlichkeit verbunden. 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 Berghütten-Ambiance, welche die Handschrift des Architekten Heinz Julen trägt.

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

ANZEIGE

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.

COOH
Ist frischlich kuhl!

Besuchen Sie uns an der IGEHO, vom 19. bis 23. November 2011, am Scana Stand C01, Halle 1.1.

GROUPE ELSA MIFROMA
www.cooh.ch

Wenn das Laufen leichter wird

Mit dem Kyboot wird harter Boden weich, dank Luftpolster.

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

GUDRUN SCHLENCZEK

Fast jeder zweite Erwerbstätige in der Gastronomie leidet gemäss Seco-Gesundheitsbefragung regelmässig an Rückenbeschwerden. René Graf Grandits, der zusammen mit seiner Frau und Spitzenköchin Tanja Grandits das mit einem Michelin-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 entschieden. Inzwischen ist er so begeistert, dass er sich als Botschafter für den Gesundheitsschuh 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 tragen noch ein weiterer Mitarbeiter im Service und mehrere Personen in der Küche den Spezial-Schuh. Dank rutschfester Sohle, die man auf jedes Modell applizieren kann, sei die Standfestigkeit auch auf nassen oder verunreinigten Böden garantiert, betont René Graf Grandits. Den Gästen falle die neue Schuhmode im Hause Graf Grandits auf, registriert der Gastgeber: «Ich werde von den Gästen auf meine Schuhe angesprochen.»

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 Modedesigner Alberto del Biondi eine fashion- und businesstaugliche 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.

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

Renè Graf Grandits
Restaurant Stucki, Basel

Denn der MBT ist nicht einfach ein Schuh – Bea Miescher, Marketingleiterin der Swiss Masai Vertrieb AG in Winterthur will ihn sogar als Trainingsgerät verstehen. Darin sieht sie auch die grosse Chance für den Gastronomiealltag: «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 Innovation des MBT-Erfinders Karl Müller.

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 Luftpolster 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 sozusagen sofort starten.

MBT: Halle 2.1, Stand D09
Kyboot: Halle 2.0, Stand B50

ANZEIGE

PUBLIREPORTAGE

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 soeben neu eröffnete Hotel Schweizerhof Bern betreibt. Ein Gespräch mit Frauke Hansen (HR & Finance Manager) 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 Hauptsitz war natürlich eine sehr intensive und persönliche Geschäftsbeziehung möglich. Bei Mirus 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 Lösungen im Controlling zusammen entwickeln.

Was schätzen Sie vor allem im Umgang mit der Mirus Software?
Michael Thomann: Die Programme sind spezifisch auf die Bedürfnisse und Prozesse der Hotellerie und Gastronomie abgestimmt und daher sehr benutzerfreundlich und technisch nicht überladen. Unsere Kadermitarbeiter (ohne Vorkenntnisse) konnten die Mirus Personaleinsatzplanung innert kürzester Zeit effizient nutzen und so die Produktivität wesentlich steigern.

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 Hilfsmittel und eine grosse Unterstützung in der Personaladministration 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 Labor Cost Controll.

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 erleichtert.

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 abgestimmt!

Im Hotel Schweizerhof Bern arbeiten Sie 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 Gesamtverantwortlicher 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 Bestimmungen unseres L-GAV bei Mirus komplett integriert sind.

mirus SOFTWARE

Gesucht: neue Einrichtung

Gefunden: www.hotelmarktplatz.ch

hotel
marktplatz.ch
Eine Dienstleistung von hotelleriesuisse