Zeitschrift: HTR Hotel-Revue

Herausgeber: hotelleriesuisse

Band: - (2012)

Heft: 36

Anhang: zagg

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: 05.12.2025

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

zagg

htr hotel revue

Nr. 36 / 6. September 2012



Culinary Challenge

Vier Koch-Teams kochen an der Zagg um die Nominierung zur neuen Koch-Nati.

Seite 8 und 9



Verschiedene Wettbewerbe mit hochkarätiger Kochkunst werden auch an der diesjährigen Zagg die Besucher in ihren Bann ziehen.

Kulinarik als Kernkompetenz

Am kommenden Sonntag ist es wieder so weit: Die Zentralschweizer Gastgewerbemesse Zagg öffnet ihre Tore und erwartet mehr als 30 000 Besucher. Eine Erfolgsstory.

ie Regionalität und die Kleinheit ist ihre Stärke: Die Zagg in Luzern empfängt vom 9. bis 12 September zum 17. Mal die Fachbesucher aus dem Gastgewerbe. Kämpfen um Aussteller muss die Messe im Herzen der Schweiz nicht: Mit 250 Ausstellern ist die Messe bereits seit April komplett ausverkauft (2010: 241). Bei den Besuchern erwartet man mit über 30 000 einen leichten Zuwachs (2010: 28 000). Franken-stärke und sinkende Logiernäch-tezahlen scheinen an der alle zwei Jahre stattfindenden Fachmesse für Gastronomie, Hotellerie und Restauration spurlos vorbeizugehen. «Wir spüren in Sachen Messeverkauf die Tourismuskonjunktur nicht», freut sich Suzanne Galliker, Messeleiterin Zagg.

2013 stehen der Zagg 1000 m² mehr Fläche zur Verfügung Weniger als ein Drittel Ausstel-ler zählt die Zentralschweizer

den Zwischenjahren stattfindenden internationalen Gastgewer-bemesse Igeho in Basel. Doch eine nicht so gros-

se Messe scheint sowohl Besucher als auch Firmen anzusprechen. «Die Zagg ist sehr persönlich», er-klärt Suzanne Gal-liker. «Sowohl Aussteller als auch Besucher finden genug Zeit für Ge-spräche.» Viele Aussteller fragten nach mehr Fläche für ihre Stände, Galliker hätte gut und gerne 500 m²

mehr verkaufen können. Das kann die Messeleiterin in zwei Jahren: 2013 erhält das Luzerner Messegelände eine neue, grössere Halle, sodass der Zagg 2014 zusätzliche 1000 m² zur Verfügung stehen werden Überraschen will man die

Gäste dieses Mal gastronomisch: Die Messe betreibt die Restaurants bis auf das Messerestaurant neu selbst. An der

letzten Zagg sorgte

«Die Restauration

die Tavolago AG, eine Tochter der Schifffahrtsgesell-schaft Vierwaldstättersee für das kulinarische Wohl. Doch für Galliker zählt die Gastronomie an einer Gastgewerbemes-se klar zur Kern-**«Die Restauration** kompetenz, die sie nicht mehr aus der Hand geben will.

der Messe gehört zum Konzept. Die geben wir nicht aus der Hand.»

ist Teil des Zagg-Konzepts.» Man wolle, wie es sich für eine Messe gehöre, dem Besucher auch gastronomisch etwas Neues bieten. Im Restaurant Lu-cerne (Halle 2) kochen mittags und abends ausgewählte Mannschaften (mittags im Rahmen des

Culinary Challenge). Im Restaurant Dyhrberg (Halle 3) kommen Spezialitäten aus dem Wasser auf den Tisch, und Fleischiges im Res-taurant Vianderie (Halle 2a) im Rahmen der Sonderschau Fleisch. Das Restaurant Traffic (Halle 3) ist ein Selbstbedienungsrestaurant. Und jeden Abend von 18 bis 20 Uhr überrascht die Messe neu mit Live-Musik am «Bar Floor». Der Bereich Bar Floor versteht sich zudem als Plattform für innovative Aussteller zum Thema Bar.

Highlights: Swiss Skills, Culinary

Challenge und Jugendforum

Besonders viele Besucher anziehen werden die Schweizer Berufsmeisterschaften Swiss Skills für Restauration und Küche (Seite rur Restauration und Kuche (Seite 12), der Culinary Challenge (Seite 8 und 9) sowie das Jugendforum, schätzt Suzanne Galliker. Letzteres ist voll auf die Bedürfnisse der Lernenden und Junggastronomen ausgerichtet. Montag bis Mitturche vorgen erfektigte (Neuerlander 1874) Mittwoch zeigen erfolgreiche Köche und Restaurationsfachleute

ihre Kunst. Zum Beispiel erzählt Daniela Manser, Ex-Jugend-Kochnati-Mitglied und Teilnehmerin an den World Skills, wie sie es als junge Köchin an die Spitze eines Gastronomiebetriebes schaffte. Nicht zustande kam die geplante Innovationsplattform. Mangels Interessenten musste man diese absagen.

Zagg 2012 Vom 9. bis 12. September in Luzern

Neben 250 Ausstellern locken zahlreiche Sonderschauen auf die Allmend in Luzern: Swiss Skills Restauration und Küche. Sonderschau Fleisch, Jugend-forum, Kochwettbewerb «La Cuisine des Jeunes», Culinary Challenge, Schweizer Cocktailmeisterschaften 2012, Bar Floor und die htr-Podiumsdiskussion

htr-Podium Thema Tourismus

am 11. September 2012 an der Zagg in Luzern an der Zagg in Luzern zum Podiumsgespräch. Disku-tiert wird ab 17 Uhr im Jugendfo-rum der Zagg. Das Thema ist so brisant wie die aktuelle Lage im Schweizer Tourismus und Beher-bergungsgewerbe: «Wie weiter im Schweizer Tourismus?» lautet die Headline, zu der Prominente aus Forschung, Politik, Medien und Tourismus unter der Leitung von Gery Nievergelt, Chefredaktor htr hotel revue, diskutieren. Auf dem Podium mit dabei sind:

Monika Bandi, Leiterin For-schungsstelle Tourismus, Universität Bern;

Ariane Ehrat, CEO Destina-tion Engadin St. Moritz; Adrian K. Müller, Gastgeber



Ständerat Hans Stöckli dis-

und Mitbesitzer Romantik Hotel

Peter Rothenbühler, Publizist

Marco Russi, Vice President Global Hotel Sourcing bei Kuoni Management Global Travel Ser-

Hans Stöckli. Ständerat und Präsident der Tourismusdestina-tion «Jura & Drei-Seen-Land».

Das Einstiegsreferat hält Christoph Juen, CEO hotelleriesuisse. Im Anschluss an die Diskussion lädt die hotel revue zusammen mit CC Angehrn zu einem Apéro mit Leckerbissen von Thomas Bissegger und seinem Team.

Die Teilnahme inklusive Eintritt an die Zagg ist kostenlos. Die Plätze sind jedoch beschränkt. Aktuell zählt die Veranstaltung bereits über 80 Gäste.

Noch kurzfristig anmelden können sich Interessierte unter redaktion@htr.ch. gsg

Persönlich und gut fürs Geschäft

ie Zagg in Luzern hat das, wovon ein Unternehmen nur träumen kann: Die Nachfrage ist grösser als das Angebot. Die Messe hätte gut und gerne noch mehr Ausstellungs-fläche belegen können, wenn sie nur vorhanden gewesen wäre.



GUDRUN SCHLENZCEK

Eine solche Entwicklung hätte man vor gut zehn Jahren nicht für möglich gehalten. Als das Internet die Geschäftswelt so richtig eroberte und ein digitaler Marktplatz nach dem anderen ins Leben gerufen wurde, bangten die Messeveranstalter um die Auslastung ihrer Messegelände. Alternativ-Szenarien wurden entworfen, Hiobs-Botschaften machten die Runde. Nun ist all das Bangen Schnee von gestern. manchen Messen scheint's so gut zu gehen wie schon lange nicht mehr. Nicht einmal ein starker Franken und eine serbelnde Tourismuswirtschaft können einer kleinen aber feinen Gast gewerbemesse à la Zagg etwas anhaben. Der Grund, warum trotz digitalem Wetteifern die klassische Fachmesse noch immer im Rennen ist, scheint auf der Hand zu liegen: Fachleute und Firmen wollen sich treffen, vor Ort, persönlich. Man will die

Produkte eins zu eins sehen. anfassen, degustieren können. Und so ein Messetag ist auch immer wie ein kleines Fest: Wo trifft man sonst in so ungezwun-gener Atmosphäre so viele Branchenkollegen?

Eine solch positive Trendwen-de, wie sie die Messelandschaft erlebt, schürt Hoffnungen. Auch Hotellerie und Gastronomie bieten Persönliches, was Social Media und allen voran Facebook nicht können. Natürlich muss man sich das als Konsument etwas kosten lassen, insbesondere in der Schweiz, insbesondere jetzt mit dem starken Franken.

Aber Messestände gehen auch ins Geld. Die Firmen leisten sich

Zagg-News

Neuer Biospüler für den **Speiseabfall**

Die Remas AG stellt den neuen Biospüler Typ F-650 aus. Dieser bietet einen grossen Kunststoff-Eingabetrichter, so dass Küchen-abfälle leicht entsorgt werden können. Mit einer Wasserbrause kann der Eingabetrichter abge-spült werden. Mittels Zentrifu-gierung wird aus dem Abfall eine flüssige Biomasse.

Alternative zur textilen **Tischwäsche**



Die Duni AG aus Rotkreuz hat eine Alternative zur Stoff-Tisch wäsche entwickelt. Die Innova wasche entwickelt. Die Innova-tion heisst Evolin, es gibt sie in den Farben Weiss und Champag-ne, ab Fr 1.20 pro Stück. Das Ma-terial Evolin wird in einem neu-artigen Verfahren aus FSC-zerti-fizierter Zellulose hergestellt, die speziell verdichtet und veredelt wird, so dass ein echtes Tuch ent-steht. Dieses ist aus nachwachsteht. Dieses ist aus nachwach-senden Rohstoffen «made in Europe» hergestellt und kompos-tierbar gemäss DIN EN 13432.

Zagg Halle 2, Stand 267

Hartes Messer für den weichen Schnitt

Die CeCo Ltd. aus Biel zeigt an der Zagg das Steakmesser Shun



spielweise bei Benoît Violier im Hôtel de Ville Crissier bereits an-zutrefien ist. Das Messer besteht aus 32 Lagen korrosionsbeständigem Damaszenerstahl.

Lukrative Fachmessen

Das Kerngeschäft des **Zagg-Veranstalters** Wigra sind Messen. **CEO Christian Gyger** erklärt, warum Gastgewerbemessen aufwendig sind und warum es nur eine Zagg gibt.

GUDRUN SCHLENCZEK

In den letzten zehn Jahren gab es bei der Wigra häufige Übernahmen, von denen sich die Gruppe aber auch bald wieder trennte, wie von den sechs Ferienmessen. Führen Sie als Nachfolger Ihres Vaters die Firma jetzt in eine
Konsolidierungsphase?
Das war nicht das Ziel, wir sind

sehr kreativ und probieren gern Neues aus. Ich stamme aus einer Unternehmerfamilie, wir sind keine Finanz-Investoren. Durch die Veräusserung der Ferienmessen hatten wir aber die Mittel, um bei unserer Tochter Solviva das Pflege heimgeschäft massgeblich zu verstärken.

Jetzt boomen Ferien im Ausland ... Bereuen Sie den Schritt, die Ferienmessen verkauft zu haben? Nein, denn auch der Pflege-

Was passierte mit den anderen Messen, wie der Schweizer Fachmesse Facility Management oder Swiss Business Immo Expo?
Wir mussten feststellen, dass
der Schweizer Markt für solche Messen zu klein ist. Bei einer Messe merkt man oft erst, nachdem man sie ein- oder zweimal durchgeführt hat, ob

das Potenzial ausreicht. nend auch nicht für eine zweite Zagg in Montreux ... Der Zeitpunkt war ungünstig. Als wir die Westschweizer Zagg lancierten, ging es der Gastronomia nicht gut. Dann übernahm aber die Messe Schweiz den Betrieb des Messegeländes Beaulieu Lausanne inklusive Gastgewer

bemesse. Das ist eine starke Konkurrenz: Im Gegensatz zur



MCH Group arbeiten wir ohne eigenes Messegelände. Mit eigenen Messehallen hat man mehr ökonomischen Spielraum, die Infrastruktur ist ja bereits vorhanden. Wir müssen alles separat zahlen. Und für mehr als eine Gastro-

messe ist die Nachfrage in der Romandie zu

Die Zagg Luzern ist regelmässig ausgebucht, nächstes Jahr ist eine Erweite-rung geplant: Cashcow für Ihr Unternehmen? Natürlich ist eine ausverkaufte Messe schön, das gibt es in der Schweiz nicht so häufig. Klar

verdienen wir Geld, aber der Aufwand ist bei einer Messe grundsätzlich auch hoch. Und bei einer gastgewerblichen Messe aufgrund des notwendigen Rahmenpro-gramms ebenso. Kleiner dürfte die Zagg nicht sein, sonst

könnten wir nicht so viele Sonderschauen bieten. Zudem erwarten Messebesucher heute allgemein mehr Rahmenprogramm als noch vor 20 Jahren

Wie viele Aussteller muss eine Messe mindes-

«Messebesucher

erwarten heute

mehr Rahmenpro-

gramm als noch

vor 20 Jahren.»

Christian Gyger CEO Wigra

tens haben. damit sie sich Veranstalter rentiert? 100 ist in der Regel das Minimum. Und ob man nun 100 oder 200 Aussteller zählt: Ein Teil des Aufwandes ist

Sie betreiben ganz unter-schiedliche Messen: von der Gastro- bis zur

Wohn- und Marketingmesse Sind das nicht immer ganz unterschiedliche Geschäfte? Eine Messe ist eine Messe. Wir haben jeweils einen Spezialis ten in unserem Büro vor Ort, der in dem jeweiligen Themen-

bereich stark ist. Bei der Zagg ist es Suzanne Galliker.

Welcher Messetypus ist für Sie der lukrativste?

Grundsätzlich verdient man am besten mit Messen, die eine finanzstarke Branche vertreten, wie die Uhren- oder Immobilienbranche. Und klar sind Fachmessen lukrativer als Publikumsmessen. Der Grund ist, dass man bei Fachmessen dem Besucher weniger Unter-haltung bieten muss und auch weniger Werbekosten hat.

Welche Messe würden Sie noch gern betreiben? Dass wir das Messegeschäft weiter ausbauen wollen, ist klar, aber in welchen Segmen-ten ist noch offen. Es kann auch eine Übernahme oder Zusammenarbeit sein. Oder eine Messe zu einem ganz neuen Bereich: So war Social Media vor fünf Jahren noch kein Thema. Ob hier eine Messe genügend Aussteller bringt, da habe ich allerdings meine Zweifel.

Apropos Internet: Vor über zehn Jahren hatte man die

Messen ob der Internet-Konkurrenz bereits totgesagt ... Es gibt Produkte, die kauft man nicht einfach übers Internet, wie jene an der Zagg. Die Präsenz an einer Messe muss meiner Meinung nach heute einfach zum Marketingmix eines Unternehmens gehören. Zudem hat man das gewünsch-te Zielpublikum vor Ort und somit kaum Streuverlust.

Wigra-Gruppe Messe als Kerngeschäft

Die Wigra-Gruppe wird heute in der zweiten Generation von Christian Gyger (32) geführt. Sein Vater Willi Gyger gründeste das Unternehmen 1975 und startete mit Werbemitteln für den Tourismus. 1991 lancierte er mit der Fespo Zürich die erste Schweizer Ferien-Messe. Bis 2006 kamen rund 25 Messen aus allen Bereichen dazu. Heute zählen zur Wigra neben der Gastgewerbeme Zagg in Luzern, die Suisse Emex Zürich und verschiedene Gewerbemessen.

Hinter jeder Cafina steht Qualität für höchsten Genuss



Cafina Kaffeemaschinen machen das Kaffeegeschäft zum Genuss. Auswahl, Leistung und Bedienungskomfort sind das eine. Langlebigkeit, Hygiene und konstante Qualität das andere. Und das

Schäumchen auf den feinen Kaffeespezialitäten: kompetente Beratung und ein flexibler, schneller Service, Lassen Sie sich von Swiss made, Top Quality und Top Service überzeugen. Bei einer Degustation erleben Sie mehr höchsten Kaffeegenuss, begleitet von einem attraktiven Angebot. Gönnen Sie sich ietzt das Besondere.

esuchen Sie uns an der ZAGG

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 Lonav. tél. 021 804 92 20



Fleisch aus dem Glas hat Tradition

Eingemachtes Fleisch - eine etwas vergessene Konservierungsmethode - ist die Spezialität von Tamara Bühler. Sie führt das abgelegene **Gasthaus Rathaus** in Safien.

s gibt zwar einige Pässe und Wege, die ins Safien-tal * führen, aber: «Per Zufall landet man nicht bei uns», heisst es auf der Website des Bündner Tals. Man muss dahin gehen wollen. Beispielsweise, um die regionale Küche zu erproben. Natürlich stehen Walserspezialitäten auf den Menükarten: Maluns, Krautkapunen, Tatsch oder Chnöddli. Bei der jungen Pächterin des Gasthauses Rathaus

in Safien stehen dazu noch einige spezielle Fleisch-«Ich war auf der Suche nach einer gerichte auf der Karte: Eingemach-tes Rindsvoressen - «Verdämpfts» Methode, Fleisch länger haltbar zu machen.» heisst das hier.

Lammgigot mit Ri-sotto und Gemüse, Tamara Bühler Gasthaus Rathaus in Safien Schafsiedwurst mit Brot oder eingemachtes Siedfleisch mit Senf-Preiselbeer-Sau-ce. Daneben gibt es klassische Plättli mit Trockenfleisch, Bünd-

nerfleisch, Rohessspeck, Salami und Bergkäse. Was es nicht gibt, ist «Schnickschnack». «Ich lege lieber etwas mehr Fleisch auf den Teller, als irgendein Schäumchen darauf zu drapieren, das passt besser zu uns», so Tamara Bühler.

Inhouse-Convenience mit Tradition: Eingemachtes Fleisch Seit anderthalb Jahren führt die

33-Jährige das Gasthaus in dem Haus, das 1481 als Gemeindehaus erbaut wurde, und das ihr Ururgrossvater vor exakt 110 Jahren kaufte. Tamara Bühlers Weg führte nicht direkt in die Gastronomie. Die gelernte Floristin machte ein paar Umwege, kam in Spanien mit Agritourismus in Kontakt und er-innerte sich an alte Rezepte ihrer Grossmutter, Zurück im Safiental machte sie sich daran, die alten

ten Betrieb, den Anita und Simon

ten Betrieb, den Anifa und Simon Buchli in fünfter Generation in Safien Platz führen. Das Paar hält Spiegelschafe, eine Pro-Specie-Rara-Rasse mit Ursprung im Prättigau und in der Bündner Herrschaft. Geschlachtet werden die Tiere in der neuen Metzgerei in Safien Platz lange Trapsport.

in Safien Platz, lange Transportwege fallen also weg. Das kommt dem Geschmack des Fleisches zugute. Beispielsweise dem ein-

gemachten Lammgigot nach Art des Gasthauses Rathaus.

Sonderschau Fleisch Fokus auf

Einheimisches Die Sonderschau «Fleisch»

Fleisch. Ausstellern und

fokussiert ganz auf Schweizer

Publikum steht eine Plattform zur Verfügung, die in Zusam-

menarbeit mit der Branchen-

organisation der Schweizer Fleischwirtschaft Proviande sowie Fleischanbietern

entstand. Unter anderem ist

Fleischverarbeitungsbetrieb

Traitafina zeigt Schweizer Fleischtraditionen und Innova-

der Schweizer Fleisch-Fachver-band SFF mit einer «Wurst-Wand» vor Ort, und der

Rezepte auszuprobieren.
Sie wird dabei unterstützt von ihrem Freund Heiko Münchbach, einem gelernten Metzger, der im «Rathaus» kocht, der diplomierten Hôtelière und Restauratrice Silvia Lötscher und von ihrer Mutter Anne-Marie Bühler-Hunger. Von Mutter und Grossmutter hat Ta-mara Bühler gelernt, wie man Fleisch einmacht, eine Methode, die schon über 150 Jahre im Sa-fiental praktiziert wird, das halt abgelegen ist und spät an die Elektrizität angeschlossen wurde. «Ich war auf der Suche nach einer Methode, Fleisch länger haltbar zu machen. Für unser Restaurant ist das wichtig, wir wissen ja nie genau, wie viel Fleisch wir brau-

Butterzartes Lamm auf dem Tisch

- ohne Küchenstress Gerade das Lammgigot sei ein gutes Beispiel, führt Bühler aus, das müsse ein, zwei Stunden im Ofen gegart und am selben Tag gegessen werden. Wenn nun aber kein Gast Lust auf ein Lammge-

richt hat, hat man ein Problem. Ganz sein Fleisch einge-bat. da macht hat, da kann man die einzelnen Portionen vorbereiten nach Bedarf dem Vorrat holen.

Und das Plus: «Das Fleisch ist herrlich butterzart und



Ein Lammgigot ohne Knochen, portioniert in ca. 180 Gramm grosse Stücke. Kleinere Weckgläser, die für eine

Portion von 180 Gramm mit Bouillon gross genug sind. Bouillon ohne Triebmittel – denn Triebmittel bringt Weckgläser zum Explodieren Bratenjus Pfeffer, Salz, Zucker

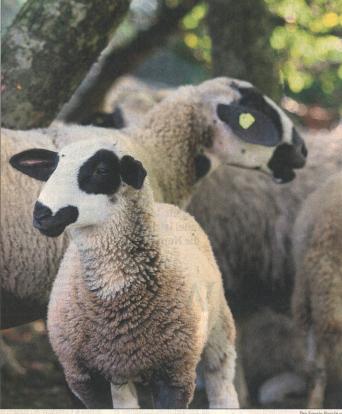
Zubereitung:

Das ungewürzte Fleisch kurz scharf anbraten. Mit wenig Pfeffer und einer Prise Salz würzen. Bouillon aufsetzen und zum Kochen bringen. Fleischstück in sauberes Einmachglas geben und mit Bouillon übergiessen. Gummiring mit Zuckerwasser bestreichen (dichtet besser), Glas verschliessen. Umluftbackofen:

Gläser im Wasserbad bei 95 Grad ca. 60 Minuten einmachen. Finmachtonf oder Steamer: 95 Grad ca. 60 Minuten. Gläser herausnehmen und erkalten lassen. Prüfen, ob das Glas dicht

Falls nicht: Das Fleisch innert ein, zwei Tagen konsumieren. Falls dicht: Die Gläser ruhig, kühl und dunkel lagern, mindestens ein paar Tage, maximal eineinhalb Jahre.

Vor dem Servieren Weckglas öffnen. Qualität überprüfen Bratenjus mit Thymian und Rosmarin aufkochen. Fleisch aus Weckglas nehmen, evtl. etwas Bouillon zum Bratenjus geben. Gigotstück in Bratenjus legen und ca. 10 Minuten erhitzen, Aufschneiden, mit Gemüse und Risotto oder Kartoffelgratin servieren.



Spiegelschafe haben ihren Ursprung im Prättigau und in der Bündner Herrschaft.

distribution day











LINKING SOCIAL MEDIA & REVENUE MANAGEMENT!

ONLINE-FEEDBACKS - ONLINE-BUCHUNG - ONLINE-UMSATZ

2ND.SWISS DISTRIBUTION DAY

DIENSTAG, 18. September 2012 Mövenpick Hotel, Zürich-Regensdorf

Die Buchungen und der Umsatz in der Schweizer Hotellerie durch elektronische Verkaufskanäle steigen ständig. Der «Swiss Distribution Day» entwirrt die verschachtelten und vielfach intransparenten Stränge dieser Buchungssysteme und -Plattformen

ANMELDUNG UND INFORMATION www.distributionday.ch

SWISS DISTRIBUTION DAY

c/o HSMS Hotel Sales&Marketing Services GmbH & SHS Swiss Hospitality Solutions AG Steinbruchstrasse 30a 8810 Horgen

Telefon +41 (0)44 718 48 00 welcome@distributionday.ch www.distributiondav.ch

CRESOO

swiss hospitality solutions

HRS

ELTSCHINGER GDI SETTUES ON ANDRE & Competting AG

nhsmai





Das Rezept

Eingemachtes

Das Rezept stammt von **Tamara Bühler**,

Lammgigot

Zagg-News

Proviande: Finalkochen an der Zagg

Zum 10. Mal wird der beste junge Kochprofi im Wettbewerb «La Cuisine des Jeunes» von der Organisation Proviande erkoren. Am 10. September findet das öffentliche Finalkochen der vier Finalisten an der Zagg statt. Mo-deriert wird der Anlass vom Fern-sehmoderator Sven Epiney. Dem Finalkochen geht ein Event voraus: Zuerst findet ein Gespräch mit dem 19-Punkte-Koch André Jaeger von der «Fischerzunft» in Schaffhausen statt. Dann folgt ein Podiumsgespräch mit be kannten Schweizer Kochgrössen

www.lcdi.ch

Heineken sucht nachhhaltige Gastro-Betriebe

Mit dem Green Smiley Award zeichnet Heineken Switzerland bereits zum zweiten Mal Gastro-betriebe aus, die vorbildlich handeln und sich für Mensch und Umwelt einsetzen. Gesucht wer-den kleinere und grössere Projekte, mit denen Gastrobetriebe in te, mit denen Gastrobetriebe in der Schweiz aktiv einen Beitrag an eine nachhaltige Zukunft leis-ten – fökologisch, sozial und wirt-schaftlich. An der Zagg lädt Hei-neken Gastrobetriebe ein, sich für den Green Smiley Award 2013 zu bewerben. Bewerben können sich Gastroomen bis zum 31. sich Gastronomen bis zum 31. ar 2013.

www.heinekenswitzerland.com

Gefüllt mit **Exotik**

Die Ethno & Company AG ist erstmals mit einem eigenen Stand an der Zagg präsent. Im Detailhandel ist die Firma die Nummer eins.

GUDRUN SCHLENCZEK

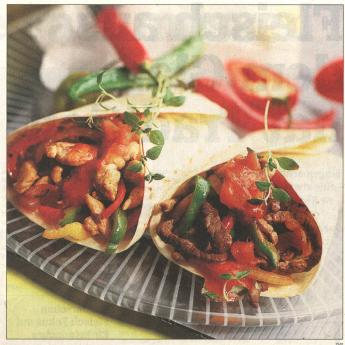
er gern exotisch isst, kommt als Konsument bei seinem Einkauf im Detailhandel an den Produkten der Ethno & Company AG in Rot-kreuz fast nicht vorbei. Gemäss Roman Baumberger von der Ethno & Company AG ist die Fir-ma in Sachen Ethno-Food «im Schweizer Detailhandel mit Abstand die grösste». Es versteht sich von selbst, dass zu den wichtigsten Abnehmern Coop und Migros zählen. 80 Prozent ihres Umsatzes er-

zielt die Company im Retailseg-

ment, zirka 20 Prozent mit dem Gastgewerbe. Doch das Geschäft mit Letzterem will man aus-bauen. Deshalb ist die Firma aus Rotkreuz an der diesjährigen Rotkreuz an der diesjährigen Zagg erstmals mit einem eigenen Stand präsent. Dabei beliefert man die Gastronomie nicht selbst, sondern ausschliesslich über Gastro-Zulieferer wie Scana.

Die Kunden sind die grossen Schweizer Caterer

Zu den Abnehmern zählt nicht der Einzelgastronom, sondern gehören ausschliesslich Sys-temer, in erster Linie die grossen Caterer wie SV Schweiz, Compass und ZFV sowie die Handelsgastronomie. «Ein Thai-Restaurant ronomie. «Ein Thai-Restaurant kauft unsere Produkte nicht», so Baumberger. Mit den Linien Thai-Kitchen, Old El Paso (Mexiko) und Saitaku (Japan) soll ein Restaurant auf einfache Art ein exotisches Angebot in seine Küche implementieren können: In der Gemeinschaftsverrifleung in Gemeinschaftsverpflegung in erster Linie in Form von Speziali-tätenwochen, für welche die Ethno & Company AG zudem die komplette Dekoration zur Verfü-



Fajita ist ein Gericht der Tex-Mex-Küche: mit Fleisch gefüllte Tortilla.

gung stellt. Am gefragtesten seien Thai- und Mexiko-Wochen.

Japan-Küche bietet mehr

als nur Sushi
Stetig zunehmend, aber auf
tieferem Niveau, ist die Japan-Küche. Baumberger möchte seinen

Kunden gern die ganze Vielfalt der japanischen Küche schmackhaft machen: zum Beispiel das Produkt Panko, ein grossflockiges Paniermehl aus Weissbrot, das sich sehr gut zum Panieren von Crevetten und Gemüse eignet. Oder auch japanische Nudelge-

richte. «Die Sauce ist eine andere als in China», verdeutlicht Baumberger. Weiter empfiehlt er die Umami-Paste, basierend auf dem fünften Geschmackssinn. «Die japanische Küche ist sehr raffiniert und bietet weit mehr als nur





Unsere Mitglieder profitieren von starken Partnern

www.hotelleriesuisse.ch/partner

Preferred Partner









rebagdata

Schwob

mirus SOFTWARE





Business Partner



Millionen von Kunden nutzen Western Union mit mehr als 437,000 Vertriebsstandorten in über 200 Ländern wenn sie Geld an Freunde und Verwandte senden.



Klafs ist Europas führender Hersteller von Sauna-, Bade- und Wellness-Anlagen. Seit Jahrzenten setzen unsere Produkte Massstäbe in Qualität, Technik und Design, von der klassischen Sauna bis zum modernen Erlebnisbad.



Die einzige Schweizer TV-Zeitschrift mit den digitalen Sendern und wöchentlichem Programm mit täglich über 90 Sendem. Woche für Woche das aktuellste und übersichtlichste TV-Programm mit täglich über 90 Sendem, inklusive den digitalen Sendem.

Nr. 36 / 6. September 2012

zagg



Die Brüder Thomas und Martin Angehrn führen den Abholgrosshandel CCA.

CCA bleibt erst mal **Familiensache**

er Grosshandel der Familie Angehrn ging 1893 aus einem Res-taurant mit einem Spezereiladen hervor. Die ersten Grosshandelskunden waren Läden und Restaurants in der Stadt St. Gallen. Grosse Schritte in der weiteren Entwicklung waren der Grosshandels-Neubau um 1911 und im 1964 das erste Cash+Carry – und damit der erste Abholmarkt der Schweiz. In Spreitenbach folgte 1971 das erste CCA mit dem charakteristischen Bogendach und 1976 eine europäische Pio-nierleistung: der erste Handelsbetrieb mit voll integrierter Strich-code-Warenbewirtschaftung.

Von Anfang an aufs

Gastgewerbe gesetzt
«Seit Beginn wurde konsequent
auf die Profi-Kundschaft aus Gastgewerbe und Lebensmittel-Detailhandel gesetzt», betont Martin Angehrn. Die betreffenden Marktentwicklungen habe man Marktentwicklungen habe man beobachtet, und das Warenpro-gramm gemäss den Kunden-bedürfnissen laufend weiter ent-wickelt. «Die ersten Eigenmarken, die heute noch gepflegt werden, gehen zurück auf unseren Urur-grossvater, der damals sehon Kaf-fee verkaufte. In Kassa-Büchern von 1919 finden sich kereite Pakvon 1919 finden sich bereits Roh-kaffees verschiedenster Prove-nienzen», so Martin Angehrn.

Einige Daten charakterisieren das heutige Unternehmen CCA. Über 25000 Kunden kaufen aus einem Vollsortiment mit über 25000 Artikeln an neun CCA-Standorten. Täglich zweimal wer-den ab den zwei CCA-Logistik-Plattformen in Gossau und Bern Frischprodukte und Produkte aus dem weiteren Sortiment hierhin geliefert. Das Jahresvolumen der umgesetzten Waren beträgt rund 340 Mio. Franken. Beschäftigt werden 350 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Migros hält jetzt einen Anteil von 80 Prozent Die Migros, die ab 2007 eine

strategische Zusammenarbeit mit CCA einging und sich mit 30 Pro-zent am Familienunternehmen beteiligte, hat ihren Anteil per 1. Juli 2012 auf 80 Prozent erhöht. Die restlichen 20 Prozent bleiben im Besitz der Familie Angehrn, die

Martin und Thomas Angehrn teilen sich die Leitung von Cash +Carry Angehrn. Sie stellen die fünfte Generation des einstigen Familien- und heutigen Migros-Unternehmens CCA.

KARL JOSEF VERDING

sich weiterhin operativ engagiert und auch im Verwaltungsrat vertreten ist.

Lässt sich für CCA auch unter dem Vorzeichen der 80-prozenti-gen Beteiligung der Migros der Charakter einer familiengeführ-ten Unternehmung bewahren? «Unsere ersten Erfahrungen zu diesem Thems eind esht prositive diesem Thema sind sehr positiv», antwortet Martin Angehrn. «In der Migros-Genossenschafts-Fa-

> «Die Frische ist in der Tat ein wichtiger Anziehungspunkt für die Kunden.»

milie wird auch viel Wert auf Nachhaltigkeit und Mitarbeiter-themen gelegt.»

Unter dem gemeinsamen Dach

der Migros stellt CCA eine Ergänzung zu der im Zustellgrosshandel tätigen Scana dar. Scana erzielte 2011 einen Umsatz von 260 Mio. Franken. «Unter den CCA-Kun-den sind heute viel mehr Gastro-nomiebetriebe als Hotels, die Ho-tels kaufen vielfach eher bei Scana ein», stellt Martin Angehrn fest. Die Kunden profitieren davon dass CCA plus Scana dank grösserem Beschaffungsvolumen Preisvorteile erwirken können.

aus der Migros-Industrie

Zu den Zulieferern zählen auch die Lebensmittel-Produktionsbe-triebe der Migros-Eigenindustrie.

Ihnen erschliesst CCA einen wichtigen Markt. «Diejenigen Miwichtigen Markt. «Diejenigen Mi-gros-Industriebetriebe, die insbe-sondere Produkte für das Gast-gewerbe herstellen, spielen eine wichtige Rolles, bestätigt Martin Angehm. «Sie stellen Produkte mit Schweizer Herkunft, in Schweizer Qualität und mit Schweizer Dienstleistungen zur Verfügung». Verfügung.»

Seit diesem Frühjahr: Fangfrische Fische

Der stark ausgebaute Frische-bereich hat einen grossen Einfluss auf die Frequenzen in den CCA-Märkten. «Es ist in der Tat so, dass die Frische ein wichtiger Anzie-hungspunkt für die Kunden ist», sagt Martin Angehrn. «Das Ange-bot «Frische für Profis» wird laufend weiter entwickelt, ein ak-tuelles Beispiel ist die «Frisch-FischBox. Seit dem Frühjahr be-stellen die Kunden fangfrisch importierte Fische und Meeres-früchte nun auch direkt im CCA – die Köche sind begeistert von den Produkten», meint Angehrn.

CCA-Antwort auf Billig-Anbieter:

Mehr Leistung
Billig-Anbieter und Versand-handel sind zu konkurrierenden Teilnehmern am Zulieferer-Markt geworden. Auch der Einkaufs-Tourismus über die deutsche Grenze spielt gegenwärtig im Markt für die Gastronomie eine Rolle. Martin Angehrn umschreibt die Gründe so: «Wichtige Faktoren für diese Veränderungen sind die Konsumgewohnheiten, die Mobilität sowie das Arbeits- und Freizeitverhalten.» Und er erklärt: «Die CCA-Antworten auf diese Herausforderungen umfassen das ganze Leistungsspektrum für die Kunden. Bei den Lieferanten werden bessere Preise eingefordert und an die Kunden weitergege-ben. Das Sortiment und die Dienstleistungen werden weiter-

entwickelt.» Will CCA in Zukunft durch wei-tere Standorte, zusätzlich zum Schwerpunkt Ostschweiz sowie jenen in Bern, Luzern, Pratteln, seine Kundennähe noch weiter ausbauen? «Das würden wir natürlich gerne, auch wenn die Konkretisierung nicht ganz einfach ist», antwortet Martin



Komplexer Service

«Wartungsmin-

derkosten werden

durch Mehrkosten

der Kapsel kom-

pensiert.»

Michael Wehrli CEO Egro Suisse AG

Bei Egro Suisse stehen schweizweit 35 Servicetechniker im **Einsatz. CEO Michael** Wehrli erklärt, worauf es ankommt

GLIDRLIN SCHLENCZEK

Michael Wehrli, die Kaffeemaschinentechnik entwickelt sich immer weiter: Muss der Ser-vicetechniker heute weniger häufig gerufen werden? Ich glaube nicht, dass sich die Anzahl Einsätze pro Gerät in den vergangenen Jahren signifikant verringert hat Während die Anforderungen punkto Funktionalität in den vergangenen Jahren gestiegen sind, Stichworte sind integrierte Milchlösungen, integrierte Wassertanks, Touchscreen, sind die Geräte bei gleicher Leistungsfähigkeit deutlich kleiner als noch vor einigen Jahren. Sie erbringen grösste Leistungen auf kleinstem Raum. Unsere Kaffeemaschinen sind im Vergleich zu früher jedoch deutlich wartungsfreundlicher für den Servicetechniker. Der Zeitbedarf für die Revision einer vollautomatischen Kaffeema-schine hat sich deshalb wesent lich reduziert. Erhöht haben sich aber die Ansprüche der Kunden an die Servicequalität.

Wie häufig muss ein Service-techniker in der Regel vor Ort? Die Anzahl Interventionen pro Gerät hängt von verschiedenen Faktoren ab: von der Anzahl Brühzyklen pro Periode, dem Kalkgehalt des Wassers und einer korrekten Wartung Auch eine integrierte Milchlö-sung ist tendenziell wartungsintensiver. Nicht zu unterschätzen ist der Einfluss des

Personals. Wird ein Gerät von immer den gleichen Perso-nen und mit konstanter Sorgfalt betreut reduziert sich die Anzahl der Einsätze nicht selten auf null. Zudem ist die Anzahl der Serviceeinsätze bei Kunden mit. Serviceverträgen tendenziell leicht höher. In der Regel muss mit zwei bis drei Interventionen

pro Jahr gerechnet werden.

Inwieweit liessen sich Störfälle vermeiden?

Als Hersteller sind wir bestrebt. die Lifetime-Costs für der Kunden zu senken. Diese Bemühungen stellen einen wesentlichen Bestandteil der täglichen Arbeit unseres

Schweizer Entwicklungsteams dar. Langfristig ist dies für einen Kaffeemaschinenhersteller auch der einzige Weg, um am Markt erfolgreich bestehen

Wie viel kostet der technische Service einen Betrieb im Durchschnitt pro Jahr? Ein Kunde, der durchschnittlich 30 000 Produkte pro Jahr brüht und die Maschine nach Hersteller-

angaben pflegt. darf mit jährli-chen Kosten von 1500 bis 2500 Franken rechnen Je nach Gerät Art der Pflege und Anzahl Brühzvklen können diese Werte jedoch anders ausfallen Ich rate den Kunden, sich jeweils beim Techniker über den Zustand des Geräts zu

informieren. Dies hilft. Servicekosten zu senken oder gar zu vermeiden. Ich stelle häufig fest, dass Kunden bei relevanten Arbeiten an ihrer Kaffeemaschine nicht vor Ort

Welcher Maschinentyp ist störanfälliger: der Halb- oder der Vollautomat?

Typen gleich gut gewartet und gepflegt werden, kann man sagen, dass tendenziell die traditionelle Kaffeemaschine weniger störungsanfällig ist Der Grund hierfür liegt auf der Hand. Eine vollautomatische Kaffeemaschine ist wesentlich komplexer, bietet dem Benutzer aber auch deutlich mehr Funktionalität.

Kapselsysteme wie Nespresso erobern den Markt – auch weil die Maschinen vielleicht weniger wartungsintensiv

Ob Kapselsysteme das Gast gewerbe tatsächlich erobern werden, wird sich weisen. Wir beobachten die aktuelle Entwicklung genau. Zweifellos haben aber die Marktleader im Kapselbereich dazu beigetragen, dass das Bewusstsein für die gute Kaffeequalität bei den Konsumenten gestiegen ist. Die Kosten pro Kapsel liegen bei den Marktleadern derzeit noch immer weit höher als die Summe der Amortisations-, Kaffee- und Servicekosten je Tasse bei einem Vollautomaten Tasse bei einem Vollautomaten mit frisch gemahlenem Kaffee (Basis der Kalkulation: 70 Kaffees/Tag; Modell Egro ONE). Somit werden mögliche Minderkosten im Wartungsbereich durch generelle Mahketer der Kassel länget. Mehrkosten der Kapsel längst kompensiert. Persönlich zieh ich frisch gemahlenen Kaffee



Tendenziell weniger störungsanfällig: die Kolbenmaschine.

vor. Ich vergleiche den Kapsel Fertigprodukt – ähnlich einer

Fertigpizza. Diese kann durchaus auch von guter Qualität sein, und dennoch ist mir der Besuch der Pizzeria lieber.

Weiterbildung aktuell

Nachdiplomstudium HF Hotelmanagement

Erstes eidgenössisch anerkanntes Nachdiplomstudium auf der Stufe HF zugeschnitten auf Unternehmer/innen und Kader aus Hotellerie und Gastronomie. Modulare Weiterbildung in vier Teilen mit den zentralen Themen aktueller Unternehmensführung inkl. BW und Real Project Management. Nachhaltiger Erfahrungsaustausch und permanente Betreuung, General Management Review auf strategischer Ebene mit direktem Bezug zur Praxis. Kursbeginn Zyklus 39: 17. Oktober 2012 Kursbeginn Zyklus 40: 16. Oktober 2013

Informationsveranstaltungen:

- 03. April 2013, Hotel Cascada, Luzern 28. Mai 2013, Hotel Ambassador, Bern
- 15. August 2013, Hotel Storchen, Zürich

Führungsfachfrau/-mann FA

Lehrgang Leadership, 5 Module: Selbstkenntnis, Selbstmanagement, Teamführung, Kommunikation, Information Konfliktmanagement.

Lehrgang MANAGEMENT, 6 Module: Betriebswirtschaft, Rechnungswesen, Personalwesen, Teamorganisation,

Mit diesen Ausweisen und mindestens 1 Jahr Führungserfahrung sind Sie zur Berufsprüfung Führungsfachfrau/ mann mit eidg. Fachausweis zugelassen. Diese Weiterbildung wird mit L-GAV-Bildungsbeiträgen unterstützt. Die Ausbildung erfolgt in Kooperation mit www.akad.ch/business. Alle Infos unter www.hotelleriesuisse.ch/weiterbildung

Qualitätsgütesiegel für den Schweizer Tourismus

18./19. September 2012, Winterthur 11./12. Dezember 2012, Thun

09./10. Oktober 2012, Basel Weitere Kursdaten finden Sie unter: www.quality-our-passion.ch

27./28. November 2012, Lenzerheide

www.hotelleriesuisse.ch/weiterbildung, weiterbildung@hotelleriesuisse.ch, Telefon +41 (0)31 370 43 01

KOPAS-Ausbildungen

- 20. November 2012, Hotel Walhalla, St. Gallen
- 21. Februar 2013, Seminarhotel Sempachersee, Nottwil
- 18. April 2013, Hotel Bildungszentrum 21, Basel

reception@hotelleriesuisse, Zyklus 8

Modul 1 Persönlichkeit: 01. bis 05. Oktober 2012 Modul 2 Front Desk Skills: E-Learning, Self Learning Modul 3 Kommunikation: 26. bis 30. November 2012

Seminarhotel Sempachersee, Nottwil

CAS - Nachhaltiges Tourismus-Management

Vermittlung von Schlüsselkompetenzen, um im Tourismus nachhaltig und wirtschaftlich erfolgreich zu sein. Kursbeginn: 8. März 2013

Informationsveranstaltungen

Donnerstag, 25. Oktober 2012, 18.15-19.30 Uhr Dienstag, 27. November 2012, 17.00-18.00 Uhr Dienstag, 18. Dezember 2012, 18.00-19.15 Uhr Donnerstag, 10. Januar 2013, 17.00 – 18.00 Uhr Weitere Infos finden Sie hier: www.hslu.ch/c231



Ein Filtern von Wasser ist gut für den Geschmack, für die Gesundheit aber nicht notwendig. **Etwaige Schwer**metalle lassen sich genauso gut mit Vorspülen beseitigen.

VIRGINIA NOLAN

ahnenburger ist nicht immer gut genug: Einigen kommt nur ins Glas, was durch die Tischfilterkanne ging. Darin hält ein spezielles Granulat nicht nur Kalk zurück, Konsumenten erhoffen sich dadurch auch weniger Schadstoffe im Getränk. Fil-tern scheint eine Art Glaubenstern scheint eine Art Glaubens-frage zu sein: Die einen schwören darauf, die anderen finden es unnötig. Skeptiker fragen sich: Braucht es Trinkwasserfilter, wo wir aus öffentlichen Brunnen trinken und bei Durst einfach den

Hahn aufdrehen können?

Ja, sagt Lumi Berisha, Schweizer Kommunikationsverantwortliche von Brita, dem deutschen Markt-führer für Tischwasserfilter: «Schweizer Leitungswasser hat eine sehr gute Qualität, kann durch Filtration aber noch besser werden.» Hauptsächlich gehe es darum, den Kalkgehalt zu reduzieren. Zu viel Kalk, so Berisha, schade nicht nur Haushaltgeräten, es beeinträchtige auch das Aroma von Tee oder Kaffee. Das ist plausibel. Doch bleibt die Frage: Welche Schadstoffe haben wir im Leitungswasser zu befürchten?

Abwarten und Wasser erst mal

laufen lassen nützt gleich viel
«Wir unterscheiden zwischen
mikrobiologischen und chemischen Verunreinigungen», sagt René Schaubhut, stellvertretender Bereichsleiter Wasser beim Kantonalen Labor Zürich. Zu Ersteren gehörten Bakterien und Viren, die



Die Wasserqualität ist in der Schweiz per se gut, ein Glas Wasser auch ungefiltert ein Genuss.

Wasser als Genussmittel

über Regen oder Abwasser in Seen gelangten, in der Trinkwas-seraufbereitung aber herausgefil-tert würden. Quellwasser, das kleine Versorgungsnetze speise, werde oft nicht behandelt, da werde oft nicht behandelt, da könnten durch heftigen Regen mitunter schon Keime ins Trink-wasser gelangen, sagt Schaubhut. «Meist ist die Belastung aber ge-ring, und ein Tischwasserfülter würde dagegen nicht helfen.» Zu den chemischen Stoffen gehöre Nitrat, das im Grundwasser von landwirtschaftlich genutzten Ro. landwirtschaftlich genutztem Bo-den in erhöhter Konzentration auftreten könne. «Wir verfügen in der Schweiz jedoch über geeigneter Aufbereitungstechniken», sagt Schaubhut. Zudem würden Trink-wasserressourcen generell gut geschützt. «Das sind beste Vor-aussetzungen für ein hochwerti-

ges Endprodukt.» Alfred Hubli ist Sales-Direktor bei Brita Professional Unternehmenssparte, Filtersysteme für Restaurantküchen, für Wasser-spender oder für professionelle Kaffeemaschinen berstellt, «Das Problem ist nicht

das Trinkwasser». sagt er, «sondern die Tatsache, dass es in vielen Häusern durch alte oder kaputte Roh-re fliesst, die Schwermetalle und

Dreck abgeben. Ein Filter fängt das auf.» Zudem hinterlasse

«Aus gesundheitlichen Erwägungen ist ein Filtern schlicht nicht nötig.»

René Schaubhut Kantonales Labor Zürich

steht sogenanntes Stagnations-wasser.» Ein Wasserfilter sei

manchmal auch Chlor, das in der Trinkwasseraufbereitung als Hilfs-stoff erlaubt sei, Geschmacksspu-ren im Wasser. Filtern sei ein probates Mittel dagegen. Tatsächlich

habe man nachweisen können, dass Armaturen Spuren von Blei t nicht

ig.»

aubhut
abor Zurich

nicht benutzt werden. Dann entsteht sogenanntes Stargarlinssteht sogenanntes Stargarlinssteht sogenanntes Stargarlinszweckdienlich, um solche Partikel herauszulösen, genauso gut wirke aber Vorspülen: «Am Morgen das Wasser laufen lassen, bevor man trinkt. Dann fliesst frisches Wasser nach.» Chlor allerdings werde in der Wasseraufbereitung gar nicht oder nur in Kleinstmengen ver-wendet, die absolut unbedenklich seien. Mitunter komme es aber vor, dass ein feiner Gaumen es herausschmecke.

Filter mit Ionen-Austauschern sind kontraproduktiv Bis zu 70 Prozent Kalzium ver-liert Wasser im Filter. Können im Bestreben, Schädliches herauszufiltern, auch wertvolle Stoffe ver-loren gehen? «Durchaus», sagt Schaubhut. Bei vielen Produkten enthalte das Granulat im Filter sogenannte Ionen-Austauscher, die

dem Wasser Minerale wie Kal zium und Magnesium entzögen und sie durch Natrium ersetzten. «Magnesium und Kalzium sind wertvoller als Natrium, von dem wir ohnehin zu viel aufnehmen.»

«Genau deshalb wenden wir diese Technologie nicht an. Wir filtern nur Kalk und geschmacks-störende Stoffe heraus», sagt Hu-bli von Brita. Filtern sei aber kein Wundermittel, es könne Wasser nicht von Pestiziden, Hormonen oder Arzneimittelrückständen befreien. «Es geht darum, den Trink-genuss zu optimieren.» Von einer Wasserfilterung aus gesundheitli-chen Erwägungen rät Chemiker Schaubhut ab. «Es ist schlicht nicht nötig. Wenn es jedoch um feines Wasser für den Tee- und Kaffeegenuss geht, merken Ken-ner sicher den Unterschied.»







NEU Jetzt fühlen. Jetzt testen. Jetzt sparen.

Duni AG • Lettenstrasse 11 • 6343 Rotkreuz • Tel. 041 798 01 71

Evolin[™]-Tischwäsche in neuer Dimension

Aufwendiges Wäschehandling können Sie sich sparen – dank Evolin™, der neuen und revolutionären Tischwäsche von Duni. Evolin™ kombiniert die Optik und Eleganz textiler Tischdecken mit der Flexibilität und Bequemlichkeit einer modernen Einweglösung.





Am Culinary Challenge an der Zagg in Luzern messen sich die Teams in der «warmen» Kochkunst.

Vier Teams im Finale zur Nati

Vier Mannschaften kochen an der Zagg um die Wette.

GUDRUN SCHLENCZEK

m Culinary Challenge der Zagg 2012 kochen die besten vier Regionalteams der Schweiz. Alle vier stehen im Finale zur neuen Kochnationalmannschaft. Punkte sammelten die Teams bereits an Kochkunstwettbewerben

Wer wird die nächste Schweizer Kochnati? in Basel und Stuttgart. Jetzt folgen der Culinary Challenge und zum Schluss die Olympiade der Köche in Erfurt. Kein Team konnte sich punktemässig bislang absetzen. Es ist deshalb noch völlig offen, wer die neue Kochnationalmannschaft des Schweizer Kochverbandes stellen wird. Folgende Teams kochen in viereinhalb Stunden ein Menü mit drei Gängen für 100 Personen: Die Aargauer Kochgilde, Cercle des Chefs de Cuisine Luzern und Zürich und die Gilde etablierter Köche.

> Die Teamchefs der vier Equipen nehmen auf dieser und der nächsten Seite zu den nebenstehenden fünf Fragen Stellung.

Fünf Fragen an die **Teamchefs**

Wie herausfordernd ist es, warm zu kochen?

Womit möchten Sie an der Zagg punkten?

Welche Ziele würden Sie als Kochnati verfolgen

Wie gross ist der psychi-4. sche Druck?

Was bringen Ihnen die

«Warmer Teil ist der anspruchsvollere»

Der Teamgedanke müsse im Vordergrund stehen, meint Thomas Kuster, Teamchef des Cercle des Chefs de Cuisine Zürich CCCZ: «Unser Team ist Klasse.»

Beim warmen Programm ist es eine zusätzliche Herausforderung, dass die Gerichte degustiert werden, dem Team über die Schultern geschaut wird und 100 Personen bekocht werden müssen. Ansonsten sind im kalten Programm. Der warme Teil ist für uns der anspruchsvol-lere, Fehler können nur schwer korrigiert werden.

Mit unserem Auftritt und dem, was am Schluss auf dem Tisch steht, ob geliert oder frisch aus der Wettbewerbskü-che. Dahinter wollen wir zu 100 Prozent stehen können, und alles Weitere entscheidet sich dann.

3. Ich denke, wie alle anderen Mannschaften, einen Sieg erringen, eine Goldmedaille ge

nal Erfolg haben. Dabei bleibt der Teamgedanke stets im Vorder-grund. Erfahrungen auf diesem Niveau sammeln und dann umsetzen, das gehört für mich auch

Unterschiedlich. In der 4. Unterschiedlich. In der Vorbereitungs- und Wett-kampfphase sicher sehr hoch. Hier ist der Teamgeist für mich ein sehr wichtiger Faktor, den man nie unterschätzen sollte. Unser Team ist Klasse, ich bin sehr stolz darauf.

Es verbessert unser Organisationstalent, weil viele Termine wahrgenommen werden müssen. Ein Probelauf da, eine Besprechung dort etc. Wertvoll sind sicher die neuen Kontakte, die man knüpfen kann, in In- und Ausland. Der Austausch unter Fachleuten und die Chance, sich so auch mal einen top Job zu ergattern. Man lernt neue Techni-ken kennen und erweitert das kulinarische Verständnis. Vor allem entwickelt sich die Kreativität enorm. Und man hat stets ein ganzes Team hinter sich, dessen Mitglieder sich gegenseitig an-

«Es braucht viel, um ganz oben zu sein»

Shaun Leonard, Teamchef des Cercle des Chefs de Cuisine Lucerne CCCL, betont, wie gross die Herausforderung ist, ganz oben mitzumischen. Was er schätzt: den Austausch.

Als Team freuen wir uns auf alle Arten von Wettkämpfen. Ein Koch muss in der Lage sein, Präzision und Sorgfalt zu demonstrieren. Nichts kann den Nervenkitzel bei den Wettkämpfen im warmen Kochen übertreffen.

Jeder im Team hat seine 2 Jeder im Team Int.
Stärken. Diese gilt es am
Wettkampf-Tag abzurufen und
umzusetzen. Zusammen wollen wir am Wettbewerb in Luzern unser Bestes geben.

3. Einen Schritt nach dem anderen – wir haben noch zwei sehr wichtige Wettbewerbe innerhalb eines Zeitraum von vier Wochen. Wenn die hinter Einen Schritt nach dem uns liegen, und wir über das Erreichte reflektiert haben, sind wir in der Lage, diese Frage zu beantworten.



CCCL: Shaun Leonard, Roland Schwarzenbach, Karin Lustenbe ger, Stephan Stemminger, Adrian Bürki, Martina Tempel (v. l.).

Der psychische Druck ist 4. Der psychische Druck ist nicht ein Problem sondern verursacht einen Adrenalin-stoss. Dann sind wir voll in unserem Element. Die Tagesform spielt auch noch eine Rolle. Manchmal funktionieren Sa-chen, die im Training kein Prob-lem waren beim Wettkampf nicht und umgekehrt.

Mein Job an der Hotelfachschule IMI in Luzern besteht daraus, meinen Schülern die neusten Techniken, Zutaten und Ideen zu vermitteln. Die

Testdurchläufe finden häufig bei mir an der Schule statt. So erhält die neue Generation internatio-naler Kochprofis einen Einblick in die Kochkunst und zusätzlich viele Tipps und Tricks. Die Er-fahrungen, die wir als Teammit-glieder des CCCL sammeln, auch im Austausch mit anderen Wettbewerbsteilnehmern, sind sehr wertvoll. Jeder, der jemals am Wettbewerbsgeschehen teilgenommen hat, weiss, wieviel Können, Zeit und Hingabe es braucht, um ganz oben mitmi-schen zu können.



CCCZ: Paul Janssen, Ale Mordasini, Heinz Vorhofer, Thomas Kuster, Gian Durisch, Adrian Reimann (v. l.).

Besuchen Sie uns an der ZAGG in Luzern Halle 2, Stand 270! Aroma braucht Wasser. **PURITY Quell ST PURITY C Quell ST** Optimale Wasserqualität und lange Lebensdauer für Kaffeemaschinen. Wasser braucht BRITA®. re Informationen finden Sie auf www.brita.ch

«Wir verstehen uns als Botschafter»

Der Teamchef Sascha Müller möchte mit seiner Aargauer Kochgilde nicht gekünstelt kochen. Es soll einfach schmecken.

1. Also bei der kalten Kochkunst ist sicher der Aufwand grösser, man braucht mehr Trainings, und der Schlaf kommt auch zu kurz. Die Produkte müssen genauer gewählt werden, da man nicht alles gelieren kann. Es gibt allerdings viele Sachen, die besser wirken, wenn sie nicht geliert werden, die kann man dann im warmen Wettbewerb einbauen. Warm kochen ist ja unser täglich Brot; da macht es schon Spass, die Möglichkeiten auszuschöpfen.

2. Wir haben bewusst darauf geachtet, dass wir nicht zu gekünstelt kochen und anrichten. Das heisst, der Geschmack, die Zubereitung und die Machbarkeit standen bei uns im Vordergrund. Es soll einfach toll schmecken und gut aussehen.

Wir verstehen uns als Botschafter der Schweizer Kochkunst, deshalb wollen wir an vergangene Erfolge anknüpfen. Wir sind uns bewusst, dass da viel Arbeit auf uns zukommen würde, wir sind bereit, alles dafür zu tun. 4. Die Kochkunst ist eine Leidenschaft, der Druck finder eigendlich nur dann statt, wenn wir zu wenig Zeit zum Trainieren und zum Tüfteln finden, weil der Betrieb, in dem man arbeitet, Vollgas läuft und man dem familiären Umfeld auch gerecht werden will. Durch eine gute Jahresplanung und Erholungsphasen versuchen wir, dies zu minimieren. Unser Team arbeitet gut zusammen; wenn einer nicht mehr weiter kommt, dann wird er von den anderen unterstützt. Wir versuchen auch, den Aufwand in Grenzen zu halten, das heisst, es macht für uns keinen Sinn, einen warmen Probelauf eins zu eins zu kochen, wenn wir nicht ganz sicher sind, wenn wir nicht ganz sicher sind,

dass die Kreation, die geplant ist, funktioniert.

5 Im Arbeitsalltag bringt mich die Kochkunst immer wieder auf neue Ideen, ich lasse viel davon bei unseren Banketten einfliessen. Ich sehe immer wieder neue Techniken. Karriere definiert jeder anders. Ich habe viele Jahre in renomierten Häusern in der Saison gearbeitet und mir das Rüstzeug für den Beruf geholt. Mit der Kochkunst möchte ich mein Wissen weitergeben und gleichzeitig neues erlangen. Ich sehe das auch als Weiterbildung – man eignet sich neues Know-how an und hilft sicher dabei, markfähig zu bleiben.



Sascha Müller, Roman Okle, Manuela Käslin, Giuseppe Ferrante, Pascal Inauen, Thomas Bissegger, Livio Scussel (v.l.).

«Ich rechne mit einem Top-Resultat»

Stefan Staub, Teamchef des Kochkunstteams der Gilde etablierter Schweizer Gastronomen, will an der Zagg alles geben.

1. Das Kochkunstteam der Gilde nimmt in dieser Formation zum ersten Mal an einem warmen Wettbewerb teil. Die warme Kochkunst ist viel mehr praxisbezogen als die kalte Plattenschau. Die Schwierigkeit besteht darin, dass man nur einen Versuch hat, bei der kalten Kochkunst kann man Fehler eher kaschieren. Für das angestrebte Top-Resultat haben wir total vier warme Probeläufe durchgeführt.

2. Das Gilde-Kochkunstteam wird immer ein bisschen belächelt; da das Team erst seit rund fünf Jahren besteht, gelten wir in der Szene wohl etwas als «Underdog». Doch können wir den Vize-Weltmeistertitel in Luxemburg oder Gold an der Intergastra vorweisen. Ich würde sagen, der Erfolg gibt uns Recht. Wir haben nichts zu verlieren und können nur gewinnen. Auf das Resultat beim warmen Kochen sind wir sehr gespannt. Ich rechne mit einem hervorragenden Resultat, das Team hat sich bestens vorbereitet. Wir machen keine halben Sachen. Entweder



Roman Maier, Michel Läser, Dominique Charle, Edi Lüthi, Manuela Stämpfli, Stefan Staub, Corinne Roth, Annette Staub (v.l.).

geben wir vollen Einsatz oder lassen es bleiben.

Die nächste Kochnationalmannschaft zu stellen und
die Schweiz im Ausland repräsentieren zu dürfen, ist eine
grosse Ehre. Wenn wir die Chance bekommen, Nati zu sein,
dann wollen wir sicher vorne
mitmischen. Zudem wäre eine
Optimierung der Kommunikation unter den Regionalteams
und zwischen dem Kochverband wünschenswert, denn wir
sind eine Nation.

4. Bei der Kochkunst ist es wie beim Eiskunstlaufen: Es zählen nicht Meter oder die Stoppuhr, sondern der individuelle Eindruck der Jury. Damit umzugehen, ist manchmal nicht

ganz einfach. Programme werden aufgrund des letzten Juryurteils angepasst, und dann stimmt es wieder nicht, da die Jury anders zusammengesetzt ist als bei der letzten Ausstellung. Wichtig ist, dass sich das Team einig ist und das Programm konsequent umsetzt.

5. Es ist in sehr zeitintensives Hobby mit vielen schlaflosen Nächten und Einschränkungen fürs Privatleben. Auf jeden Fall kann man sich weiterentwickeln, man nimmt neue Ideen mit, der Austausch im Team ist sehr bereichernd. Vieles kann auch im Arbeitsalltag später mal umgesetzt werden, speziell von den warmen Ausstellungen, die heute mehr im Trend liegen und mehr Sinn machen.

ANZEIG

Häfele Dialock. Besuchen Sie uns vom 9. – 12.09.2012 an der Elektronisches Identifikations- und ZAGG in Luzern - Halle 2 / Stand 283 Schliesssystem. Engineered by Häfele. Produced by Häfele. Made in Germany. **Dialock Hotels** werden von den Gästen besonders gelobt für: optimale Funktionalität exzellenten Komfort perfekte Organisation hohe Sicherheit gehobenes Türen-Design einfaches, berührungsloses Öffnen und Schliessen der Zimmertüren dig ock Und genau deshalb entscheiden sich Hotelfachleute Für die Sicherheit, den Komfort und die Betriebsorganisation. für das elektronische Identifikations- und Schliess-Für Gelände, Gebäude, Raum und Möbel. system Dialock von Häfele mit vielfältigen Schlüsselvarianten von der Karte bis zum Clip.

Bestellen Sie die Dialock Dokumentation inkl. der Referenzliste von Schweizer
Top-Hotels aller Stern-Kategorien: Tel. +41 (0)71 686 82 00, info@haefele.ch, www.dialock.ch, www.hafele.com
Häfele Schweiz AG, Dammstrasse 29, CH-8280 Kreuzlingen

Erlebnisausstellung: Häfele Functionality World Schweiz, Industriestrasse 18, Bauarena, CH–8604 Volketswil, Tel. +41 (0)43 810 10 75, www.functionality–world.ch



RRITA

25 Jahre BRITA **Professional Schweiz**



1987 gründete BRITA, Experte im Bereich der Optimierung von Trinkwasser, eine Tochtergesellschaft in der Schweiz. 25 Jah-re später, ist die BRITA Wasser-Filter-Systeme AG erfolgreicher denn je. Die BRITA me AG erfolgreicher denn je. Die BRITA Gruppe wuchs 2011 rotz der weltwirt-schaftlich angespannten Lage das achte Jahr in Folge. Insgesamt erzielte die Unter-nehmensgruppe mit ihren 15 nationalen und internationalen Tochtergesellschaften sowie Vertreibern in über 60 Ländern auf allen fünf Kontinenten einen Umschaftun von 30 7.0 7.0 febr. 27. diesem Wachstrum von 320,7 Mio. Euro. Zu diesem Wachstum von 6 Prozent gegenüber dem Vorjahr trug auch der Standort in der Schweiz bei. Die BRITA AG beschäftigt aktuell 53 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an ihrem Unter-

nehmenssitz in Neudorf (LU). BRITA Professional feiert das 25jährige Firmenjubiläum an der ZAGG in Luzern. Produkte-Neuheiten

- PURITY Finest C500 für pure Espres Momente
 PURITY Fresh C50 speziell für Weichwas-
- sergebiete mit hoher Partikeldichte

ssmatt 6, 6025 Neudorf Tel. 041 932 42 00 Fax 041 932 42 01

info-ppd@brita.net

ZAGG: Halle 2, Stand 270

CAFINA

Kaffeevollautomat Cafina bar-cube IS



Cafina AG präsentiert den Kaffeevollauto maten Cafina bar-cube IS: Perfekte, kons tante Kaffeequalität für alle erdenklichen Kaffeespezialitäten und dazu feinste Scho-kospezialitäten. Alles aus einem zuverlässigen Vollautomaten, mit langlebiger Technik, bei einfacher Bedienung und ho-her Hygienesicherheit. Highlight ist ausserdem das innovative Design mit seiner prägnanten Lichtführung – ein Blick-fang für jedes Ambiente!
Die Cafina bar-cube IS überzeugt neben

ihrem klaren Design in kompakter Form vor allem durch ihre professionellen Leis-tungskomponenten. 40 Getränkespeziali-täten sind über 5 Bedienebenen einfach zu speichern. Das Display informiert-dabei über jeden Bedienschritt des Vollautoma-ten. Die beleuchteten Produktanzeigen machen die Auswahl ganz einfach. Parallel verarbeiten lassen sich je nach Wunsch nicht nur zwei verschiedene Bohnensor-ten sondern auch zwei verschiedene Schokovarianten, optional mit Verwendung von Milch oder Milchpulver.

Römerstrasse 2, 5502 Hunzenschwil Tel. 062 889 42 42 Fax 062 889 42 89

info@cafina.ch

ZAGG: Halle 2, Stand 215

CCA Angehrn

Easy Rider Feeling an der ZAGG



Die Harley-Davidson Seventy-Two steht für ein Fahrgefühl, wie es nur echte Easy Rider kennen. CCA bringt genau dieses Feeling mit an die ZAGG. Berauschende kulinarische Erlebnisse, die neue Frisch-FischBox und natürlich die Verlosung des Hauptpreises stehen am Stand von Cash + Carry Angehrn im Mittelpunkt.

Seit Mai braust die CCA Harley-Davidson Seventy-Two von Bogendach zu Bogen-dach. Rechtzeitig zur Eröffnung der ZAGG wird sie am CCA-Stand ankommen und in der Kocharena auf den glücklichen Gewin-ner warten. Dieser wird an der Hauptver-losung des grossen Gewinnspiels am 12. September in der Kocharena erkoren. Bis kurz davor ist die Teilnahme am grossen Wettbewerb noch möglich – einfach am Stand von CCA die Kundenkarte beantragen und mitmachen. Zudem finden täglich Verlosungen von CCA-Einkaufsgutschei-nen und vielen weiteren attraktiven Preisen statt.

CCA Cash + Carry Angehrn

9201 Gossa Tel. 071 388 13 13 Fax 071 388 13 14

marketing@cca-angehrn.ch www.cca-angehrn.ch

ZAGG: Halle 2a Stand 140

DUNI AG

Evolin° von Duni **Evolution of Linen**



Aufwendiges Wäschehandling kann man sich ab sofort sparen: Mit Evolin™, der "Evolution of Linen", verleiht Duni dem Thema Tischwäsche eine ganz neue Di-

Viele Gastronomiebetriebe beklagen das aufwendige Wäschehandling textiler Tischwäsche wie z.B. Zählen, Wiegen, Kontrollieren, Aussortieren und Zurückrechnen bei der Wäschelieferung. Um hier Abhilfe zu schaffen, haben sich die Duni-Entwickler einer der vielleicht schwersten Herausforderungen angenommen – näm-lich eine Tischwäsche zu erschaffen, die optisch absolut stoffähnlich ist, darüber hinaus aber immer und einfach verfügbar ist, keinen Handling- oder Pflegeaufwand benötigt, beste Kostenübersicht gewährt und dazu noch farbliche Auswahl bietet. Das Ergebnis heißt Evolin™ und kann sich wahrlich sehen lassen - eine ganz neue Art der Tischwäsche, die den Aussagen zahl-reicher Testkunden zufolge handfeste Vorteile bietet.

HÜGLI

6343 Rotkreuz Fax 041 798 01 72

info_switzerland@duni.com www.duni.com

ZAGG: Halle 2, Stand 279

FRANKE

Trendige Mix-Getränke



An der diesjährigen ZAGG zeigt Franke Coffee Systems, wie man eine unglaubliche Vielfalt an Mixgetränken aus Kaffee, Milch/-schaum, Schokolade und Aromen per Knopfdruck herstellt. Die Franke Spectra Foam Master mit Flavour Station macht es möglich. So entstehen köstliche Spezialitäten mit und ohne Alkohol. Ein abwechslungsreiches Angebot in der Menükarte freut den Gast, macht neugierig, fördert die Gästebindung und bringt Zu-satzumsätze. Die Vorzüge der Milchverarbeitung bei der Franke Spectra Foam Master liegen ganz klar in den verschiede-nen Schaumkonsistenzen, die von flies-send cremig bis steif sahnig in jeder Nuance für jedes Produkt individuell programmiert werden können und dies kalt und warm!

Franke Coffee Systems erweitert sein Angebot an Out-of-Home-Kaffeemaschinen. Seien Sie gespannt auf die Lösungen der renommierten Maschinen-Traditionsmarke La Spaziale.

Franke Kaffeemaschinen AG

Franke-Strasse 9, Postfach 235 4663 Aarburg Tel. 062 787 36 07 Fax 062 787 92 81

info@franke.com

ZAGG Halle 2, Stand 241

GO IN

FLAT°-Technologie Basis für jeden Tisch



Das lästige Wackeln von Tischen hat ein Ende: Die patentierte FLAT*-Technologie gleicht alle Bodenunebenheiten perfekt aus. In Altstädten stellt Kopfsteinpflaster Gastronomen, die ihren Gästen eine kom-fortable Außenbestuhlung bieten möchten, oftmals vor Herausforderungen. Doch auch bei stärkerem Gefälle und sehe un-ebenem Bodenbelag müssen Tische nicht mehr wackeln - die neuen GO IN Tische mit hydraulisch gelagerten Bodengleitern gleichen Bodenneigungen selbstständig aus. Die FLAT*-Technologie funktioniert selbst wenn Tische von Gästen verschoben werden, muss das Personal sie nicht neu ausrichten. Die Tische bleiben stabil, unabhängig auf welchem Unter-grund sie stehen und wie oft ihr Standort verändert wird. Zudem hat die preisge-krönte Nivellierungs- und Stabilisierungs-technologie die einzigartige Fähigkeit Tischplatten in einer gemeinsamen Höhe auszurichten. So wird eine Aneinanderrei-hung mehrerer Tische möglich. Weitere Infos finden Sie unter www.goin.ch.

GO IN GmbH

Justus-von-Liebig-Strasse 3-5 D-86899 Landsberg am Lech Tel. 0049 (0) 81 91 91 94 200 Fax 0049 (0) 81 91 91 94 299

info@goin.de

ZAGG: Halle 2a, Stand 105

HAEFELE SCHWEIZ AG

Die neue Trennwand Slido Wall von Häfele



Die neuen, multifunktional einsetzbaren Trennwände von Häfele gewährleisten unzählige Möglichkeiten der Raumaufgliederung sowohl in der Höhe als auch in der Tiefe. Die einzelnen Elemente lassen sich mühelos einsetzen und wieder lösen und passen sich den architektonischen Bege-benheiten hervorragend an. Ob Natur-holzfurniere, Schichtstoff- und Kunststoffplatten, Kunstleder, Textilstoffe oder Farbanstriche – die neuen Trennwände bieten mit ihrer grossen Auswahl an Far-ben, Materialien und Formen die unter-Den, Materialien und Formen die unter-schiedlichsten Einsatzmöglichkeiten. Zu-dem erreichen die neuen Slido Wall Trennwände von Häfele Dämmwerte bis RwP 57 dB und wurden von öffentlichen Instituten nach DIN Norm 20143-3 auf

Schalldämmung geprüft. Übrigens: am 10. September 2012 ab 14.00 Uhr gibt die frischgebackene Schweizermeisterin und ehemalige Europameisterin im Mountainbike-Fahren Sarah Koba ex-klusiv Autogramme für ihre Fans. Besu-chen Sie uns am Häfele-Stand!

Häfele Schweiz AG

8280 Kreuzlingen Tel. 071 695 43 75 Fax 071 695 43 76

info@haefele.ch v.haefele.ch

ZAGG: Halle 2, Stand 283

HUGENTOBLER

NEU! FrigoJet® «Touchscreen»



Ganz nach dem Motto modern und trotz-dem einfach und bedienfreundlich haben wir den bewährten Schnellkühler/Schock-froster FrigoJet weiterentwickelt und mit praktischen Funktionen erweitert. Die neue Generation mit dem Namen FrigoJet "Touchscreen" kühlt Ihre Speisen in einer in der normalen Gastronomie bisher nicht gekannten Leistung von -40 °C herunter, so wie in der Grossindustrie. Durch das blitz-schnelle Anfrosten wird der Garprozess innert Minuten gestoppt, dadurch bleiben Feuchtigkeit, Saft und Vitamine voll erhal-

- · Kein Qualitätsverlust bei Farbe, Duft, Saft und Aroma • Keine Bildung von Eiskristallen

- Kühlt dampfheisse Speisen ab (95°C)
 Kühlung mit einer Leistung von -40 °C
 Kühlt den Kern des Produktes in maximal 90 Minuten auf + 3°C ab
- · Spitzenqualität und Hygiene
- Überzeugen Sie sich selbst an unserem

Stand, Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

Hugentobler Schweizer Kochsysteme AG Grubenstrasse 107

3322 Schönbühl Tel. 0848 400 900 Fax 031 858 17 15

info@hugentobler.ch w.hugentobler .ch ZAGG: Halle 2a, Stand 108

Prima Gusto Würzpasten



ce für Individualisten und Krea tive. Für das Veredeln und Verfeinern von Speisen geben wir von Hügli der moder-nen Küche die neue Produktlinie Prima Gusto zur Seite – Kräuter frisch vom Gar-ten direkt ins Glas. Abschmecken und Verfeinern wird damit in Zukunft noch leich

Die innovativen Würzpasten sind immer zur Hand, lassen sich einfach dosieren und behalten ihre natürliche Frische bis zum letzten Löffel. Sie können jederzeit im Kochprozess eingesetzt werden, passen immer dazu und erleichtern die Arbeit wesentlich. Das gibt Sicherheit, auc Hochbetrieb in der Küche!

Einfach in der Zubereitung - kalt und warm anwendbar und sofort einsetzbar -so lassen sich verführerische Rezepte noch weiter verfeinern und wunderbar schmecken. Lassen Sie sich in die Welt der Kräuter verführen und geben Sie II che einen neuen Kräuterschwung.

Hügli Nährmittel AG

9323 Steinach Tel. 071 447 22 11 Fax 071 447 29 94

verkauf.ch@huegli.com ww.hueglifoodservice.ch

ZAGG: Halle 2 Stand 231

MASSIMO CERUTTI SA

Cerutti "Il Caffe"



Ein echter Kaffee, welcher in Erinnerung bleibt! Das ist das Leitmotiv von Cerutti "II Caffè", dem Familienbetrieb mit mehr als 50 Jahren Erfahrung im Rösten von italie-nischem Kaffee. Dank der Auswahl der besten Rohkaffeesorten aus den Produktionsländern, die nach einer alten Tradi tion in den "Fazendas" geerntet werden, hat Cerutti "Il Caffè" seine erlesene und aromatische Mischung nach bester italie nischer Rösttradition aufgebaut. Nach einer langsamen und delikaten Röstung entwickeln die Bohnen der sorgfältig ausgelesenen Sorten die besten Aromen, so gelesenen Sorten die besten Aromen, so dass jeder Gast ein Produkt von bester Qualität geniessen kann. Sein Geschmack ist voll und mild, weder bitter, noch sauer. Cerutti "Il Caffe" wird in der ganzen Schweiz angeboten. Er eignet sich für die traditionellen Espressomaschinen wie auch für die vollautomatischen Kaffeema-schinen

Cerutti "Il Caffè" bietet nicht nur ein vorzügliches Produkt sondern auch eine komplette Ausstattung für die Gastronomie an.

Massimo Cerutti SA Via Casate 17-19

6883 Novazzano Tel. 091 640 70 00 Fax 091 640 70 01

info@caffe-cerutti.ch ww.caffe-cerutti.ch

ZAGG: Halle 3, Stand 331

zagg 11

PISTOR

Herzlich willkommen am Pistor-Stand



Überzeugen Sie sich an der ZAGG selbst von unseren Wildspezialitäten! Über die Mittagszeit können Sie an unserem Stand ein typisches Wildgericht degustieren.

Antipasti liegen im Trend, daher bietet Pistor seit kurzem ein Antipasti-Sortiment, das nicht pasteurisiert wird. Damit bleiben Eigenaroma, Textur und Farbe der Gemüse erhalten. Lassen Sie sich überraschen und geniessen Sie bei einem Glas Wein die feinen Spezialitäten aus Italien.

Nach der Inbetriebnahme unseren neuen Tießühlagers können wir unseren Lieferanten ab Frühling 2013 eine erweiterte Plattform für ihre Produkte bieten. Dank der Unabhängigkeit von Pistor profitieren Sie von einer unbefangenen und breiten Sortimentsgestaltung. Nehmen Sie sich die Zeit im September,

Nehmen Sie sich die Zeit im September, wir laden Sie gerne ein zu einer Beratung, zu einem Drink oder Imbiss.

Pistor AG

Hasenmoosstrasse 31 6023 Rothenburg Tel. 041 289 89 89

info@pistor.ch

ZAGG: Halle 2. Stand 285

ROMER'S HAUSBÄCKERFI

Kleine Backwaren fürs Dessert



Wer kennt es nicht: Man steht vor einem Dessert-Buffet und kann sich kaum entscheiden. Wie schön wäre es, wenn von alen Törtchen und Cremen nur ein kleines Stück degustiert und verzehrt werden könnte? Romer's Hausbäckerei trifft mit ihren Dessertkreationen im Kleinformat genau den Zahn der Zeit. So geniessen Naschkatzen wie Linda Fäh unbekümmert die zahlreichen Variationen. Mit bescheidenen 15 Gramm ist der Mohrenkopf das Leichtgewicht. Das grüne Schwedentörtli mit Marzipan folgt ihm auf den Fersen mit 20 Gramm. Punschkugel (25 g) und Cremeschnitte (30 g) vervollständigen das Quartett. Sortengetrennt zu 36 beziehungsweise 40 Stück bei den Mini-Cremeschnitten werden die Kompositionen auf Papierkapseln abgesetzt und in Tiefzugschalen verpackt geliefert.

Romer's Hausbäckerei AG

Neubruchstrasse 1, Postfach 55 8717 Benken SG Tel. 055 293 36 36 Fax 055 292 36 37

nfo@romers.ch

ZAGG: Halle 2. Stand 258

SIX PAYMENT SERVICES

Datensicherheit in der Hotellerie



Schützen Sie sich wirksam vor möglichen Diebstählen im bargeldlosen Zahlungsverkehr? SIX Payment Services begleitet und unterstützt all seine Kunden bestmöglich – insbesondere im Bereich Sicherheit. Nutzen Sie die Gelegenheit und melden Sie sich jetzt an einer unserer Fachveranstaltungen (19.9. Basel, 3.10. Genf) «Datensicherheit» online an: www. six-payment-services.com/events. Spezialisten berichten, worauf es punkto Sicherheit bei Hotel-Management-Systemen ankommt, geben Tipps zur richtigen Wahl der Reservationsplattform und informieren über PCI-Sicherheitsstandards. Mittels eines praktischen Beispiels erfahren die Teilnehmenden zudem, wie ein Hacker-Angriff im Detail ablaufen kann.

Six Payment Services AG

Hardturmstrasse 201 8021 Zürich Tel. 058 399 91 11 Fax 058 499 95 25

www.six-payment-services.com

ERWIN MÜLLER

Alles aus einer Hand



Als führender Anbieter von innovativen Textilien für die Gastronomie und Hotellerie bietet Hotelwäsche Erwin Müller ein Sortiment, das durch Qualität, Aktualität und ein besonders gutes Preis-Leistungsverhältnis begeistert. Neben modernen Produkten und Farben für eine trendige Raumgestaltung finden Sie auch bewährte Klassiker und das alles in einer Produktpalette von casual bis exklusiv, von ländlich rustkal bis innovativ.

Inch rustkal bis innovativ.

JOBELINE ist der Spezialist für moderne
Berufsbekleidung, mit seinem besonderen
Gespür für aktuelle Trends und der vielseitigen Kombinierbarkeit seiner Produkte. Bei JOBELINE findet jeder das passende
Ouffit: Besonders in der Küche überzeugen innovative, funktionelle und hochwertige Materialien mit perfekter Passform
und einer grossen Auswahl an Farben.

Hotelwäsche Erwin Müller GmbH

Tramstrasse 7 9444 Diepoldsau Tel. 0848 809 809 Fax 0848 806 806

service@erwinmueller.ch

ZAGG: Halle 2. Stand 248

WÄSCHEKRONE

Tischwäsche mit Mehrwert



Ein Multitalent aus dem Hause Wäschekrone, das vielseitig eingesetzt werden
kann, ist ein Strukturgewebe in edler Leinenoptik. Wäschekrone konfektioniert daraus hochwertige Tischwäsche, die mit
einem entscheidenden Detail punktet:
dem absolut sicheren Halt auf dem Tisch. Bei klässischen Kommt dafür
ein unsichtbaier Spannsaum, bei trendigen Tischläufern eine integrierte Klettbandbefestigung zum Einsatz, die für den
Gast nicht zu sehen sind und die Tischwäsche dezent an Ort und Stelle halten. Darüber hinaus ist das raffinierte Strukturgewebe von Wäschekrone dank feinster
Teflonbeschichtung fleckabweisend. Ein
weiteres Plus: Wäschekrone konfektioniert
aus dem pflege- und bügelleichen Polyestergewebe hochwertige Sitzkissen mit
ReifNersschluss und rutschfeste Bierbankauflagen.

Wäschekrone GmbH + Co. KG

D-89150 Laichingen Tel. 0049 (0) 7333 804 840 Fax 0049 (0) 7333 804 940

info@waeschekrone.ch

ZAGG Halle 2a, Stand 143

ANZEIG

Gesucht: Bademantel

Gefunden: www.hotelmarktplatz.ch



marktplatz.ch

Eine Dienstleistung von hotelleriesuisse

Meisterschaft macht Politik

Die Swiss Skills fürs Gastgewerbe finden dieses Jahr an der Zagg statt. Mit den Swiss Skills 2014 in Bern verfolgt man auch politische Ziele.

GUDRUN SCHLENCZEK

ie Swiss Skills fürs Gastgewerbe, die Schweizer Meisterschaften für Restauration und Küche, finden erstmals im Rahmen der Zagg statt. Die Köche sowie Restaurationsfachleute, die sich an der Zagg mes-sen, gehören schon zu den Besten ihres Fachs: Sie mussten im Vorfeld bereits verschiedene Qualifi-kationsetappen bestehen. Die am 12. September in Luzern nominierten Schweizermeisterinnen und -meister werden die Schweiz an den World Skills 2013 in Leip-zig vertreten. Dort messen sich die jungen Topleute – das Maximal-alter liegt bei 22 Jahren – mit Be-rufsleuten aus rund 60 Ländern.

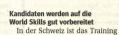
In der Schweiz ist man stolz auf die duale Berufsbildung und ihre

Einzigartigkeit. Trotzdem schneiden gerade asiatische Länder, die ein solches System nicht kennen. an der WM der Berufe jeweils noch besser ab: An der letzten Weltmeisterschaft in London belegte das Schweizer Team in der Nationenwertung hinter Korea und

Japan den dritten Christine Davatz, Vizedirek-torin des Schwei-zerischen Gewerbeverbandes und Offizielle Delegier-te von Swiss Skills, wundert sich nicht darüber: Wettkampf ist für asiatische Länder eine Prestigefrage.» In Korea und Japan würden die Kandidaten sicher ein Jahr lang auf den Wettbewerb



Christine Davatz weizer Gewerbeverband



vor allem die Arbeitswelt selbst. So lernten die jungen Berufsleute dafür, flexibel auf sich verändernde Bedingungen zu reagieren. Ein Vorteil wiederum bei den World Skills. Denn rund 30 Prozent der gestellten Aufgaben seien jeweils unbekannt

Aufwand für die Meisterschaften wird aber auch in der Schweiz betrieben: Die öffentliche Hand lässt sich die drei Ebenen der Be-

rufsmeisterschaf-ten – Swiss Skills European und World Skills jedes Jahr rund eine Million Franken kosten. So werden die jeweils knapp 40 Schwei-zer Kandidaten an drei Wochenen den mental auf die World Skills vor-bereitet – inklusive Medientraining. Finanziert bekom-men die Teilnehmer zudem ver-

schiedene Ausrüs-tungen sowie die Reise und den Aufenthalt am Austragungsort.

enthalt am Austragungsort.

«Für ein Land ist die Beteiligung an den World Skills innenpolitisch jeweils ein sehr grosser
Gewinn», erklärt Davatz. Sie gibt
ein Beispiel: Die Finnen, welche
bei Pisa-Studien immer top abschneiden, aber mit einer sehr
hohen, lugendarbieitseiskeit zu. hohen Jugendarbeitslosigkeit zu



Zeigen ihr Können an den Swiss Skills 2012 an der Zagg: Restaurationsfachleute.

kämpfen haben, sind seit den World Skills im 2005 in Helsinki daran, ein duales Bildungssystem aufzubauen. Nützen will Christine Davatz, die auch Bildungsverant-wortliche beim Schweizer Gewer-beverband ist, konkret die Swiss Skills 2014 für ihr Anliegen, der dualen Berufsbildung in der Poli-tik mehr Gehör und Goodwill, insbesondere finanzieller Art, zu verschaffen. Die Swiss Skills 2014 sollen erstmals zentral für alle Be-rufe vom 17. bis 21. September in den BEA-Hallen in Bern durchge-führt werden. 100 Berufe sollen sich auf 60000m² präsentieren, lautet das Ziel des OK-Präsiden-ten und Direktors Berner KMU

Christoph Erb. Das sind 20 bis 30 mehr als in «normalen Jahren» bei einer dezentralen Durchführung. Franken, zu 60 Prozent unterstützt vom BBT.

Swiss Skills 2014: Grossevent zu

10 Jahre Berufsbildungsgesetz

Anlass für den Grossevent ist
zudem der Fakt, dass 2014 das Berufsbildungsgesetz zehn Jahre in Kraft sein wird. Und, so Davatz: «Ab 2014 rechnen wir aus demografischen Gründen mit einem Rückgang bei den Lernenden.» Sie möchte deshalb bereits im Vorfeld im grossen Stil die Werbeund Medientrommel rühren. Wieder mit dem Blick auf die Politik werden die Swiss Skills 2014 pro-minent auf dem Bundesplatz eröffnet, eingebettet in ein attraktives Rahmenprogramm und dem Vorstellen der Teilnehmenden. Abschliessend wird das Swiss-Abschilessend wird das Swiss-Skills-Feuer Olympia-like entzün-det, welches während der gesam-ten Veranstaltung an wichtigen Standorten brennen wird. Die Schlussfeier ist in der Postfinance Arena geplant. Erbs Wunsch: Künftig alle vier Jahre die Meister-schaften zentral durchzuführen schaften zentral durchzuführen. «Alle zwei Jahre wäre der Aufwand zu hoch.»

Swiss Skills an der Zagg in Halle 4

Vielfalt der Karten ist Trumpf!

> Machen Sie den Aufenthalt Ihrer ausländischen Kunden noch einfacher: Akzeptieren Sie Kartenzahlungen der kaufkräftigen Diners Club und Discover-Kunden auf Ihrem Zahlterminal. Damit erschliessen Sie sich einen interessanten Kundenkreis mit über 50 Millionen Karteninhabern, die im Durchschnitt deutlich mehr pro Transaktion ausgeben als solche mit anderen gängigen Kreditkarten. Mehr noch: Sie profitieren automatisch auch von der Akzeptanz der Kreditkarten BC Card aus Korea und DinaCard aus Serbien. Für zufriedenere Kunden und mehr Umsatz für Sie.

www.six-payment-services.com/diners





