Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2013)
Heft: 47

Anhang: igeho
Autor: [s.n.]

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

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

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

Download PDF: 09.12.2025

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

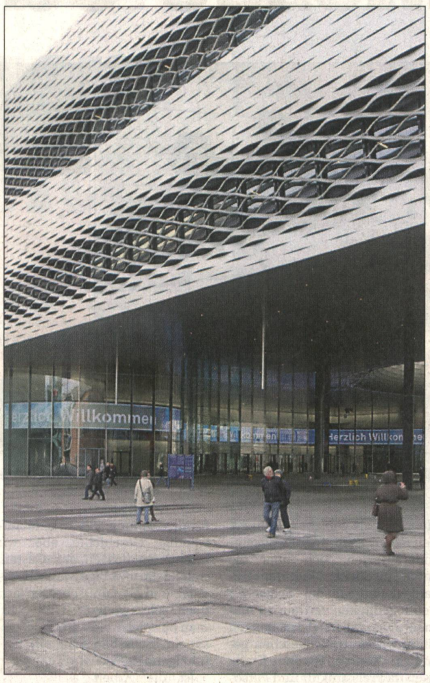
igeho

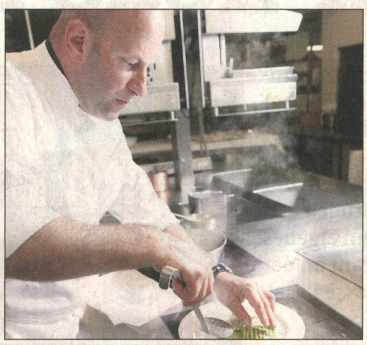
htr hotelrevue
Nr. 47 / 21. November 2013

ANZEIGE

An der Igeho 2013 in Basel erwartet den Besucher viel Neues: der Messebau von Herzog & de Meuron, zwei weitere Parallelmessen sowie der Salon Culinaire Mondial mit viel Show.

GUDRUN SCHLENCZEK





Gastgewerbliche Messe mit Vielfalt: An der Igeho 2013 in Basel gibt es viel Neues zu sehen. zvg

Drei Messen unter einem Dach

Der markante Hallenneubau der Basler Stararchitekten Herzog & de Meuron mit seiner Aluminium-Lamellen-Fassade verleiht der Igeho 2013 einen glanzvollen Neu-Auftritt: Der Komplex der Halle 1 erstreckt sich mit zwei Obergeschossen über einen guten Teil des Messeplatzes. Die Eingänge führen durch die beiden Foyers in der sogenannten City Lounge, die durch einen markanten Lichthof geprägt ist.

Aber nicht nur die Hallensituation der internationalen Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie und Ausser-Haus-Konsum ist dieses Jahr eine ganz neue. Die Gastgewerbliche Messe tritt zudem erstmals im Dreierpack auf, zusammen mit den Fachmessen Mefa für die Fleischwirtschaft und Lefatec für die Lebensmittelproduktion. Während es die Mefa bereits seit über 50 Jahren gibt, ist es für die Lefatec der erste Auftritt in Basel. Und es ist die erste Lebensmittelfachmesse für die Schweiz in dieser Form überhaupt. «In Deutschland gibt es für jedes dieser Themen einzelne Fachmessen, der Schweizer Markt ist hierfür zu klein», erklärt Igeho-Messeleiter Matthias Lagger die Hintergründe für den gemeinsamen Auftritt in Basel. Zudem wolle man so Synergiepotenzial nützen. Nicht wenige Aussteller zählen sowohl Kunden in der Gastronomie als auch im Detailhandel. Mit der Lefatec konnte die Messe den Rückgang bei den gastgewerblichen Ausstellern kompensieren: Zählte die Igeho vor zwei Jahren noch 800 Aussteller, so sind es dieses Jahr 750, im Gegenzug brachte die Lefatec 40 neue Aussteller. Dazu kommen noch rund 100 Firmen an der Mefa. Rund ein Drittel der Firmen stammen aus dem Bereich Technik, ein Drittel deckt das Food-Segment ab, ein Drittel das Thema Ausstattung. Neben einigen Abgängen kann die Igeho 2013 einige prominente Neuzugänge verbuchen: So ist Nespresso an der diesjährigen Igeho mit einem eigenen Stand präsent, neu dabei sind unter anderem der österreichische Gewürze-, Essig- und Öl-Lieferant Wiberg sowie Samsung und local.ch.

Matthias Lagger zvg

> **«Der Schweizer Markt ist für eine separate Lebensmittelfachmesse zu klein.»**
> **Matthias Lagger**
> Igeho-Messeleiter

Erstmal mit eigenem Länderpavillon vertreten ist das deutsche Bundesland Bayern. Die Igeho als Plattform entdecken zudem Hotelgruppen respektive -ketten: Relais du Silence, eine der vier Marken der Société européenne d'hôtellerie (SEH), präsentiert ihre Leistung, und Accor sucht nach Franchisenehmern. Neu dabei ist die Swiss Hospitality Collection: Die jungen Manz-Brüder Alexander und Michael wollen mit der Vereinigung ein Pendant zu Hotelmarketingkooperationen bieten (siehe Seite 3).

Die Ausstellungsfläche der Igeho entspricht jener des letzten Messeauftritts. Der eine halbe Milliarde Franken teure Messe-Neubau bietet insgesamt nämlich nicht mehr Platz aber «mehr Qualität», wie Matthias Lagger betont, und ermöglicht so das Platzierungskonzept «Allee»: In der Hallenmitte befinden sich jetzt die kleineren Stände bis 80 Quadratmeter und mit einer maximalen Höhe von vier Metern. Flankiert werden diese zum Hallenrand hin von Standflächen ab 80 Quadratmetern, die doppelstöckig bebaut werden können. Ebenfalls Teil des Neubaus ist die Event-Halle: Hier kochen die besten Nationalteams der Welt im Rahmen des Salon Culinaire Mondial in offenen Show-Küchen um die Wette (siehe Seite 6).

Igeho 2013 Mit einem Ticket an alle drei Messen

Igeho, Mefa und Lefatec finden vom **23. bis 27. November 2013** parallel in der neuen Halle 1 der Messe Basel statt. Für 20 Franken hat der Fachbesucher Zugang zu allen drei Messen sowie zum **Salon Culinaire Mondial** in der Event-Halle. Über eine Passerelle ist die Halle 1 direkt mit der Halle 2 verbunden, wo die Igeho ihre Themenwelten **«World of Interiors»** und **«Spezialitäten, Delikatessen, Weine»** präsentiert. Die Igeho zählt zu den fünf grössten gastgewerblichen Messen in Europa.

www.igeho.ch

ANZEIGE

Messe-News

Kochwettbewerb

Wer siegt bei «La Cuisine des Jeunes»?

Am Messedienstag, 26. November 2013, treffen sich die vier Finalisten des jährlich ausgetragenen Kochwettbewerbs «La Cuisine des Jeunes» in der Allgemeinen Gewerbeschule AGS in Basel zum Finalkochen. Der Sieger des Proviande-Wettbewerbs wird um 17.30 Uhr im «Salon Culinaire Mondial» in der Eventhalle der Messe Basel geehrt.

Mefa 2013

Längste Fleischtheke der Schweiz

MCH Messe Schweiz (Basel) AG.

Rund 500 der besten nationalen Fleisch- und Wurstspezialitäten bilden an der Mefa, Fachmesse für Fleisch, Stück für Stück aneinander gereiht die längste Fleischtheke der Schweiz. Sie sind das Resultat des Qualitätswettbewerbs 2013 des Schweizer Fleisch-Fachverbandes (SFF).gsg

Messe Basel Halle 1.1

Der neue Messe-Caterer

Der Münchner Feinkost-Käfer verpflegt erstmals die Fachbesucher der Igeho. Der Caterer führt mit der «Käfer Stube» neu auch ein eigenes Restaurant an der Messe Basel.

RENATE DUBACH

Alpen-Chic mit Global-Touch: Viele Details geben der Käfer-Stube am Messeplatz Basel eine ganz eigene Note. zvg

Es ist die erste Igeho, bei der der Caterer aus Bayern für das kulinarische Wohl der Besucher und Aussteller sorgt. Die Münchner Firma Käfer – genauer gesagt, die dafür gegründete Käfer Schweiz AG – ist seit letztem Jahr für die gesamte Gastronomie der Messe Basel verantwortlich und betreibt neu am Eingang zum Messegelände auch ein eigenes Restaurant (siehe Zweittext). Denn gleichzeitig mit dem Umbau und der Erweiterung der Messe wurde das Gastronomie-Konzept überarbeitet und der bayerische «Käfer» bekam den Zuschlag.

Der Anfang in der Schweiz war für Käfer alles andere als leicht

Die Firma installierte im Zentrum des Messegeländes, neben der Halle 5, eine fast 1500 Quadratmeter grosse neue Produktionsküche mit Lager, Kühllager, Bereitstellung und Abwasch. 70 Mitarbeitende sind hier fest angestellt, dazu kommt ein Pool von gegen 300 Aushilfen, hauptsächlich für Aufgaben im Service an den Messen.

Zu Beginn der Käfer-Aktivitäten in Basel war die Freude über den ausländischen Caterer in der Region eher verhalten. Auch für den Caterer selbst war der Anfang nicht leicht: «Wir haben uns die ersten Monate zu einfach vorgestellt», blickt Käfer-Schweiz-CEO Claus Kratzeisen zurück. Es habe mehr Zeit als geplant gebraucht, sich mit Gesetzesthemen auseinanderzusetzen, sich über die unterschiedlichen Kulturen Gedanken und mit den Schweizer Gepflogenheiten vertraut zu machen. Auch im Bereich Finanzen hätte es weitere Recherchen gebraucht. Konkret erwähnt Kratzeisen da Preisstruktur und Personalkosten: «In München sind die Preise in der Gastronomie um einiges tiefer. Und die Schweizer Mindestlöhne sind einfach höher. Wir beschäftigen viele Mitarbeitende aus dem deutschen Grenzgebiet, hier müssen wir noch die beste Mischung finden.» Der Einkauf der Rohmaterialien falle in diesem Zusammenhang gar nicht so sehr ins Gewicht: «Wir kaufen von Haus aus alle Lebensmittel in der Region ein, die Verfügbarkeit und die Flexibilität der Lieferanten und Produzenten ist bestens, die Preise sind jedoch auch höher.»

Was unterscheidet die Käfer Schweiz AG von anderen Caterern? «Wir stellen alles frisch her, von früh bis spät, das gibt einerseits mehr Flexibilität und andererseits können wir jederzeit frische Produkte anbieten. Und dann sind wir bekannt für schöne Präsentationen und interessante Innovationen», führt Kratzeisen aus. Als Beispiel für eine Innovation nennt er die Sandwiches, die an Messen nach den Wünschen der Gäste direkt am Stand zusammengestellt werden. «Das ist doch etwas anderes als ein Sandwich, das schon seit drei Stunden im Kühlfach liegt», meint der Käfer-CEO.

Für jede Messe wird ein neues Gastro-Konzept geplant

Auch bezüglich Konzepte geht man innovativ ans Werk. Je nach Art der Messe und der Fläche, die bespielt wird, fällt das Konzept aus. Sechs bis acht Monate rechnet man bei Käfer Schweiz dabei für die Planung: «Es ist eine aufwendige Geschichte, aber wir orientieren uns an den Gästen, welche die jeweilige Messe besuchen, und die unterscheiden sich doch sehr, wenn man beispielsweise an Swissbau und Igeho denkt.»

Ist die Arbeit in der Schweizer Messegastronomie spannend für einen deutschen Caterer? «Sehr spannend, ja», antwortet Claus Kratzeisen, «die Vielfalt der unterschiedlichen Messen für die verschiedenen Branchen, jedes Mal ein anderes Konzept zu entwickeln, das dann – ohne eigentlichen Übungstag – funktionieren muss. Und auch die Internationalität, die Basel hat, die ist interessant. Es wird mir hier ganz bestimmt nicht langweilig.» Ausruhen liegt für den Schweizer «Käfer» nicht drin:

«Wir haben uns die ersten Monate zu einfach vorgestellt.»
Claus Kratzeisen
CEO Käfer Schweiz

Von der Produktionsküche in der Messe Basel aus sollen Veranstaltungen in der ganzen Schweiz beliefert werden, es gab bereits Cateringaufträge in Zürich und Genf.

Druck setzt man sich keinen auf: «Wir haben uns kein Zeitfenster gesetzt. Unsere erste Priorität ist nach wie vor die Messe Basel, aber wenn wir Anfragen von ausserhalb bekommen und die Kapazität haben, den Auftrag anzunehmen, dann tun wir dies sehr gerne», führt Kratzeisen aus.

Aufträge in der Region Basel gab es bisher einige nebst den verschiedenen Messen. Schon zweimal konnten Gäste sich beim Basel Tattoo mit Käfer-Köstlichkeiten verpflegen und an den Swiss Indoors in der St. Jakobshalle dieses Jahr zum dritten Mal.

Käfer Feinkostladen, Restaurant, Caterer und Lizenzgeber

Die Firma Käfer wurde 1930 in München als Kolonialwarengeschäft mit Weinen, Likören und Flaschenbier gegründet. Der 55-jährige Michael Käfer leitet die GmbH nun in dritter Generation. Käfer führt Feinkostläden und catert auch in München einen Teil der Messe, die BMW-Welt und das Theater. Seit 2004 versorgt Käfer die Formel-1-Autorennen in Bahrein kulinarisch. Dazu kommen ein Restaurant in München, eines im Deutschen Bundestag in Berlin und zwei Bistros im Flughafen München. Am Münchner Oktoberfest bietet Käfer 1000 Innen- und 1900 Aussenplätze an. Das Unternehmen vergibt Lizenzen für eigene Produkte, Franchisen für Restaurants und führt einen Online-Shop. Insgesamt beschäftigt Käfer 1100 Mitarbeitende, 2012 lag der Umsatz bei 125 Mio. Euro. In der Schweiz ist Käfer seit den 1990er-Jahren als Caterer tätig und betreibt heute die Gastronomie der Messe Basel sowie die eigene Käfer-Stube. rd/gsg

Käfer-Stube im Alpen-Chic

Anfang September eröffnete die Käfer Schweiz AG ihr erstes Restaurant in der Schweiz: Die «Käfer-Stube» befindet sich ebenfalls im neu gestalteten Messekomplex. In der Käfer-Stube mit seinem gemütlichen, eigenwilligen und zugleich stylischen Design geht es um mehr als Verpflegung, das deutet schon der Zusatz «Cuisine des Alpes» an. Vereint werden Rezepte aus der ganzen Alpenregion – von der Schweiz ausgehend über Österreich, Italien, Frankreich bis nach Oberbayern. Pate für die Küche steht das «Kulinarische Erbe der Alpen» von Dominik Flammer und Sylvan Müller. Mit Küchenchef Benjamin Mohr und Restaurant-Direktor Michael Schinharl hat man sich zwei erfahrene Leute geholt. Die beiden Deutschen arbeiten schon seit Langem in der Schweiz. Und trotzdem: Kurz nach der Eröffnung der Käfer-Stube wurde in Internet-Foren über unfreundliche Bedienung und hohe Preise geklagt.

Freundlichkeit ist objektiv nicht messbar, hingegen kann man die Preise einsehen: Mittags gibt es Suppe oder Salat, einen Hauptgang und 4 Deziliter Mineralwasser für 22.50 Franken. Abends bietet die Stube auch einige Käfer-Klassiker an – etwa die ganze Ente für zwei Personen für 118 Franken oder Wiener Schnitzel für 48 Franken. Oder ein Überraschungsmenü mit drei, vier oder fünf Gängen für 69, 89 oder 109 Franken. «Zu den Preisen gibt es halt verschiedene Betrachtungsweisen. Wir finden, dass wir Premium-Produkte zu moderaten Preisen anbieten. Und wir bilden unsere Leute permanent weiter. Ich habe von den Gästen schon viel gutes Feedback bekommen», sagt Claus Kratzeisen, CEO der Käfer Schweiz AG, dazu. rd/gsg

ANZEIGE

Gast mit starkem Auftritt

Das Appenzell ist Gastland an der Igeho 2013. Die Region im Osten der Schweiz will davon kräftig profitieren. Und zeigt sich erstmals gemeinsam unter einem Dach.

GUDRUN SCHLENCZEK

Dieses Jahr hat sich die Messe Schweiz im eigenen Land nach einer Gastregion umgeschaut. Nach Südtirol im 2011 kommt an der Igeho 2013 nun das Appenzellerland in den Genuss. «Wir versprechen uns viel von dem geballten Auftritt», verdeutlicht Guido Buob, Geschäftsführer der Appenzellerland Regionalmarketing AG. Auf 650 Quadratmetern präsentiert sich das Appenzellerland, sieben Appenzeller Firmen zeigen ihre Produkte – Firmen, die zum Teil in anderen Jahren verstreut an der Messe ausstellten. «Wenn ein Betrieb schon Kunde von Appenzeller Bier ist, wird er dann vielleicht auch noch Kunde von Appenzeller Alpenbitter», verdeutlicht Buob exemplarisch die mögliche Wirkung der gemeinsamen Präsenz. Denn nicht nur der Appenzeller Käse findet inzwischen schweizweit Absatz: Da dem Tessin eine eigene Brauerei fehlt, ist beispielsweise Appenzeller Bier dort weit verbreitet.

«Wir können und wollen nicht auf Kommando täglich Brauchtum bieten.»
Guido Buob
Appenzellerland Tourismus AI

Igeho als Probelauf fürs nächste Gemeinschaftsprojekt

Buob erhofft sich aber nicht nur eine bessere Wahrnehmung nach aussen. Nicht weniger wichtig ist für ihn die Innenwirkung. «Die Partner merken so, dass man gemeinsam noch stärker ist», schätzt Buob. Für ihn ist dieser erste gebündelte Auftritt der grossen Hersteller von Appenzeller Produkten aber auch ein Probelauf. Buob hofft nämlich, dass weitere solche Projekte folgen werden. Für den nächsten Gemeinschaftsauftritt an der Goûts & Terroirs, der Schweizer Messe für heimische Genüsse, haben die Partner schon mal zugesagt. Dann will auch die Firma Bischofberger mit seinen «Bärli-Biberli» aus Weissbad mit von der Partie sein.

Der Tourismus hält an der Igeho nach neuen Gästen Ausschau

Wirklich entscheiden werden sich die Firmen aber erst nach der Igeho. Denn das Gemeinsame war auch eine Herausforderung im Vorfeld: Die Firmen mit ihrer jeweils ganz eigenen Unternehmenskultur, und Corporate Identity unter dem gewählten «grünen» Dach zusammenzufassen, war nicht ganz einfach gewesen, so Buob.

Erstmals an der Gastgewerbemesse Igeho im Rahmen des Gastlandauftrittes ist das Appenzellerland als Ferienland vertreten. «Für uns ist die Igeho wie eine Publikumsmesse», verdeutlicht Buob, der gleichzeitig Geschäftsführer von Appenzellerland Tourismus AI ist. Er erhofft sich, bei den 80 000 Igeho-Fachbesuchern die richtige Klientel für seine Region zu finden. «An den Feriemessen ist das Publikum sehr preissensibel. Der Fachbesucher einer Gastgewerbemesse dagegen weiss, was eine touristische Leistung kostet.» Zudem finde der Besucher nicht gerade die deutlich preiswertere Konkurrenz am nächsten Stand. «Wir rechnen damit, an der Igeho neue zusätzliche Schweizer Kundschaft zu generieren.» Schweizer sind mit 85 Prozent der Gäste schon heute die wichtigste Zielgruppe im Appenzellerland. Die Region im Osten der Schweiz konnte ihre Logiernächtezahl in den letzten 20 Jahren zwar plusminus halten. Beigetragen haben die beiden Kantone Appenzell Innerrhoden und Ausserrhoden dazu aber in ganz unterschiedlichem Masse: Während Appenzell Innerrhoden ihre Logiernächtezahl in den letzten 20 Jahren auf 160 000 verdoppeln konnte, musste Appenzell Ausserrhoden mehr als eine Halbierung auf 127 000 Logiernächte hinnehmen. Massgeblich zu dem guten Ergebnis in Appenzell Innerrhoden hat das Hotel Hof Weissbad beigetragen, welches zudem die Gäste am Gemeinschaftsstand an der Igeho kulinarisch versorgen wird.

Produkte, die eine touristische Region verkaufen. An der Igeho ist man nun gemeinsam präsent. zvg

«Wir wollen keinen Disney-Tourismus»

Die Region im Osten der Schweiz wird als Tourismusdestination noch wenig wahrgenommen. In Sachen Bekanntheit jagen die Appenzeller Produkte dem Tourismusland regelmässig den Rang ab. Dies aber nicht zum Leidwesen der Touristiker; denn gleichzeitig profitieren diese von der Bekanntheit der Spezialitäten der Region und deren deutlich grösserem Marketingbudget.

Um das Appenzell bekannter zu machen, wurden Ende August 140 Journalisten aus aller Welt zusammen mit Schweiz Tourismus ins Appenzellerland eingeladen. Denn die Region passt perfekt zur diesjährigen ST-Sommerkampagne «Lebendige Traditionen». Ob die fernen Gäste gerade mit diesem Thema zu locken sind, wird sich gemäss Buob noch weisen. Die Gratwanderung bei der Vermarktung von Brauchtum und Traditionen sei sehr schmal. «Wir können und wollen nicht auf Kommando täglich Brauchtum bieten», stellt der Tourismusdirektor klar. Traditionen seien oft gebunden an bestimmte Feste und Aktivitäten. «Der Asiat sieht ein schönes Bild mit einer Appenzeller Tracht und will dann das Gleiche vor Ort erleben.»

Trotz aller Liebe zu Brauchtum und Tradition oder gerade deswegen: Authentizität steht für Buob an erster Stelle: «Wir wollen keinen Disney-Tourismus.»

Messe-News

Restaurant CH

Top-Lehrlinge kochen typisch schweizerisch

Zusammen mit Berufsfachschulen wurden in einem Casting aus 100 Lehrlingen die 20 Besten aus Küche und Service ausgewählt. Sie bekochen an der Igeho täglich bis 400 Gäste und tischen Traditionelles wie Suppenhuhn oder «Suure Mock» auf. Hinter dem Projekt steckt Louis Bischofberger, «Kreuz» Egerkingen.

Restaurant CH in der Halle 1.1

Hotellerie

Sterne und mehr am «Tag von hotelleriesuisse»

hotelleriesuisse lädt am Messe-Dienstag, 26. November 2013, zu kontroversen Podiumsgesprächen. So hinterfragen Thomas Allemann, hotelleriesuisse, Rémy Fischer, Hotel Elite, Biel, und Georg Ziegler von Holidaycheck Sinn und Zweck der Hotelsterne. Gery Nievergelt, Chefredaktor htr hotel revue, und Sabrina Glanzmann, stellvertretende Chefredaktorin htr hotel revue, diskutieren mit Fredi Gmür, CEO der Schweizer Jugendherbergen, Designerin Nadine Bucher und Fritz Erni, Direktor Art Deco Hotel Montana, Luzern, zum Thema Hoteldesign. gsg

Halle 2.2, Igeho Forum

Manz mit Vertriebs-Collection

Erstmals an der Igeho ist die junge Hotel-Collection SHC. Die Vereinigung versteht sich als Alternative zur Hotelkooperation.

Die Söhne der Verwaltungsratspräsidentin Ljuba Manz-Lurje der Manz Privacy Hotels, Alexander und Michael Manz, haben sich nach sechs Jahren im operativen Geschäft der Manz-Hotels auf die strategische Ebene zurückgezogen, um zusätzlich eigene Projekte zu verfolgen. Letztes Jahr gründeten sie die Swiss Hospitality Collection (SHC) gemeinsam mit Gianluca Marongiu, Partner im Bereich Revenue Management. Die SHC versteht sich als Distributionslösung für die Privathotellerie und Alternative zu den gängigen Management- oder Vertriebsmodellen. SHC verspricht schweizweit einmalige Konditionen in Reservationskanälen. Die guten Vertriebskonditionen sind aber nur ein Part der Leistung. SHC bietet mit regelmässigen Treffen den Mitgliedern auch ein Netzwerk. «Wir sind eine abgespeckte Variante einer Hotelmarketingkooperation», verdeutlicht Alexander Manz. Einen Brand, wie ihn Hotelmarketingkooperationen bieten und der den Hotelier entsprechend kostet, wollen sie bewusst nicht. «Die Hoteliers brauchen so eine Marke nicht mehr», ist Alexander Manz überzeugt. Gründungsmitglieder der Vereinigung sind unter anderem der «Teufelhof» in Basel und das «Walhalla» in Zürich. Und natürlich die Hotels der Manz Gruppe, welche sich von der Mitgliedschaft bei den Swiss International Hotels verabschiedet haben. gsg

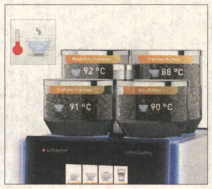
Manz-Hotel: Von Swiss International Hotels zu SHC. zvg

ANZEIGE

Schaerer Coffee Quattro
Die Premium-Kaffeemaschine für höchste Ansprüche

schaerer
Coffee comes to life

- **Keine Kompromisse:** Jedem Kaffeegetränk die richtige Brühtemperatur.
- **Einmaliges Premium-Getränkesortiment:** Kombination von 3 Kaffeemühlen plus Schokolade.
- **Jedem Tee seine Wohlfühltemperatur:** 3 individuell einstellbare Heisswassertemperaturen.
- **Noch mehr Komfort:** Automatisch gesteuerter Tassenlift.



Schaerer AG, Allmendweg 8, 4528 Zuchwil, T: 032 681 62 00, F: 032 681 62 42
info@schaerer.com, www.schaerer.com

ANZEIGE

ENTFACHE
DIE VIELFALT

FoamMaster™ FM800

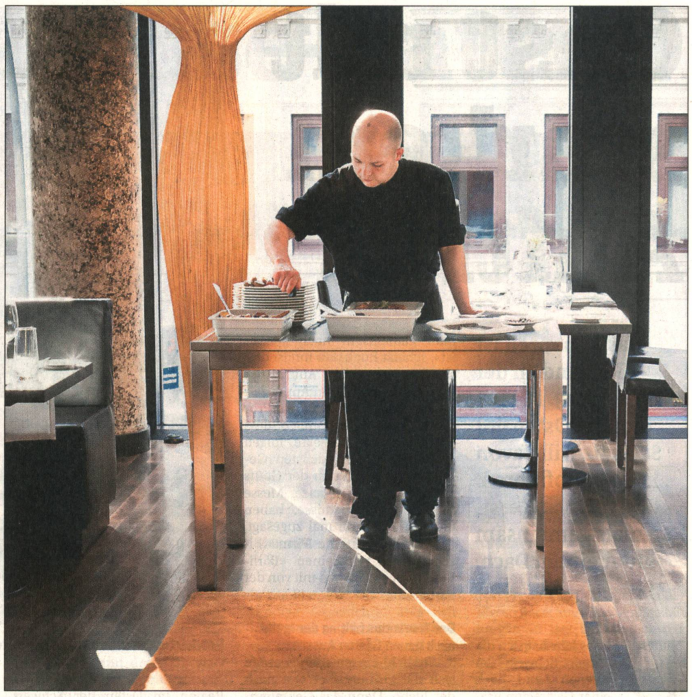
Der neue FM800 ist der professionelle und elegante Alleskönner der neuen Premiumklasse von Franke Coffee Systems. Der intuitive und individuell programmierbare 10.4" Touchscreen macht die Bedienung zur Leichtigkeit: eine kleine Berührung genügt, und klassische Kaffees gelingen genauso perfekt wie warme und kalte Milchschaumgetränke. Perfekter Schaum in der gewünschten Konsistenz. Eine vollautomatische Kaffeelösung, die alle Sinne anspricht.

fm.franke.com

IGEHO, BASEL
vom 23. bis 27. November 2013 | Halle 1.1 | Stand F121

COFFEE
SYSTEMS

FRANKE



Das mobile Induktions-Buffet eignet sich auch für engere Platzverhältnisse. zvg

Elegant und energiesparend

Das Induktions-Buffet-System von Gastros ist preisgekrönt und mehr als doppelt so teuer wie ein übliches Chafing-Dish. Der Mehrpreis soll nach 12 Monaten amortisiert sein.

GUDRUN SCHLENCZEK

Die Geschichte des innovativen Warmhaltesystems von Gastros erinnert an eine Tellerwäscherkarriere, auch wenn für einmal ein junger Gymnasiast dahintersteckt. Das Produkt wird dadurch nicht weniger sympathisch, im Gegenteil. Der findige Tüftler heisst Timo Hafner, Firmengründer von Gastros, heute 24 Jahre alt, mit einem Betriebswirtschafts-Bachelor in der Tasche. Er zählte gerade mal 16 Jahre, als er auf die Idee kam, Porzellangeschirr mit Induktionstechnik für Buffets zu entwickeln. Auslöser war ein Ferienerlebnis zusammen mit seinen Eltern: Der junge Hafner verbrannte sich im Hotel die Finger am heissen Chromstahl eines Chafing-Dishs. In der Physik-Schulstunde verband er die Theorie der Induktion mit seinem Erlebnis. In der elterlichen Garage tüftelte er weiter.

Das Ergebnis ist nun seit zwei Jahren auf dem Markt. Das Kernstück der Innovation ist induktionsfähiges Porzellan in Gastronormgrösse. Die Herausforderung für Hafner war, die Wärme so dosiert dem Porzellan zuzuführen, dass es keine Sprünge bekommt. Nach DIN-Norm müssen die Speisen mindestens 65 Grad warm werden. Vier Temperaturstufen stehen zur Verfügung.

Ein KTI-Förderprojekt des Bundes

Das Warmhaltesystem von Gastros hat aber noch mehr Vorteile, als dass sich der Gast an diesen sicher nicht mehr die Finger verbrennt. Das «InductWarm-System» besticht durch eine leichte Handhabung, gepaart mit eleganter Optik. Vor allem aber mit einer hohen Energieeffizienz dank Induktionstechnik: Die Wärme entsteht dort, wo man sie braucht, nämlich im Boden des Induktionsgeschirrs. «Die Platte, auf der das Induktionsgeschirr steht, bleibt praktisch kalt», verdeutlicht Roger Bührer, CEO von Gastros. Bei einem Chafing-Dish entweicht circa 50 Prozent der Wärmeenergie und heizt so den Raum unnötig auf. Hinzu kommen die Kosten für die Brennpaste. Weiter sei der Auf- und Abbau deutlich einfacher. Diese Einsparungen rechtfertigten auch den rund zweieinhalb Mal höheren Anschaffungspreis eines Auftischmodells von Gastros inklusive Porzellan-Gastronormschale im Vergleich zu einem klassischen Chafing-Dish. Innert 12 Monaten seien die höheren Investitionskosten amortisiert, so Bührer.

> «Die Wärme entsteht, wo man sie braucht: im Boden des Induktionsgeschirrs.»
> **Roger Bührer**
> CEO Gastros AG

In den zwei Jahren seines Bestehens konnte das junge Unternehmen mehrere wichtige Referenzprojekte bei grossen Hotelketten und erste internationale Grossaufträge an Land ziehen und mehrere Branchen- und Jungunternehmer-Auszeichnungen gewinnen. Von der Kommission für Technologie und Innovation (KTI) des Bundes wurde die junge Firma mit dem KTI-Start-up-Label ausgezeichnet, und Hafner genoss so ein Coaching für den Geschäftsaufbau. Ausgezeichnet wurde das Unternehmen auch mit den Jungunternehmenspreisen Venture Kick und der DeVigier-Stiftung. Besonders stolz sind Hafner und Bührer jedoch auf die beiden gastronomischen Auszeichnungen: den Innovationspreis «GastroVision» und den «Internorga-Zukunftspreis 2013», welche im Hotel- und Gastgewerbe Türen öffneten.

An der Igeho wird die nächste Gastros-Generation gezeigt

Einer der ersten Gastrobetriebe in der Schweiz, der das Induktions-Buffet-System im Einsatz hat, ist der Landgasthof Sternen in Muri. Geschäftsführer Thomas König überzeugt vor allem die Optik. König hat drei Induktionsplatten von Gastros in ein bestehendes Buffet einbauen lassen. Eingesetzt wird dieses für das Frühstück und am Mittag. Froh ist König, dass er nun auf die bei den Chafing-Dishes nötige Brennpaste verzichten kann, insbesondere wegen der unangenehmen Geruchsemissionen. Die Umstellung auf das Induktionssystem fordere aber mehr Investitionen als auf den ersten Blick vielleicht ersichtlich: Alle Buffetplatten müssten nun induktionstauglich sein. Damit die Ware beim Warmhalteprozess nicht austrocknet, vewendet König Deckel.

An der Igeho will das Gastros-Duo Hafner und Bührer nun die nächste Generation ihrer Buffet-Induktionstechnik präsentieren. Neu ist dabei unter anderem die Art der Steuerung, die via Touch direkt über die Glas-Induktionsplatte oder via Fernbedienung die gewünschte Temperaturstufe ansteuert. Und das Design sei noch eleganter, verspricht Bührer.

Igeho Halle 2.2, World of Interiors

Wasser als kostbares Gut

Grossküchengeräte unterscheiden sich beim Energieverbrauch zum Teil erheblich. Mit dem neuen Energie-Tool der ENAK lässt sich das Einsparpotenzial einfach berechnen.

GUDRUN SCHLENCZEK

Ein vielleicht günstig erstandenes Grossküchengerät kann im Endeffekt sogar teuer zu stehen kommen. Denn in Grossküchen, Lingerien und bei Spülanlagen stellen Wasser-, Energie-, und Chemieverbrauch einen wesentlichen Kostenfaktor dar. Vergleicht man «Günstiggeräte» mit technisch hochstehenden Geräten, so betragen die Unterschiede beim Energieverbrauch schnell einmal 50 Prozent, betont Urs Jenny, Präsident der ENAK, dem Verein zur Förderung der energetischen Qualität von gewerblichen Apparaten für Hotellerie, Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung. Für den Anwender lohnt es sich deshalb, bei der Anschaffung des Wunschgeräts auf die Verbrauchsdaten zu achten. Zwischen den einzelnen Typen derselben Geräteart bestehen beim Energie- und Wasserverbrauch grosse Unterschiede. Noch grösser sind die Unterschiede bei Ersatzbeschaffungen. Messungen der ENAK bei laufendem Betrieb in einem Berghotel haben gezeigt, dass zum Beispiel bei einer Spülmaschine pro Jahr bis zu 9642 Franken eingespart werden können.

Bei Neumaschinen fallen die Differenzen weniger hoch aus, sind aber trotzdem eine genaue Analyse wert. Der Energieverbrauch schwankt hier zwischen 3 bis 5 Kilowatt pro Stunde und der Wasserverbrauch bis zu 70 Liter pro Stunde. Das Ergebnis in Form des Spülresultats ist grundsätzlich dasselbe, die notwendige Energieleistung, die sich als Aufwand in den Betriebskosten niederschlägt, ist aber deutlich verschieden.

«Wir verlangen von den Herstellern Praxis-Daten, die auf Musterzyklen basieren.»
Urs Jenny
ENAK-Präsident

Um Licht in das Verbrauchsdunkel der Grossküchengeräte zu bringen, hat die ENAK einen «E-Calculator» auf der eigenen Homepage (enak.ch) realisiert. Hier können die Verbrauchsdaten in Abhängigkeit des jeweiligen betrieblichen Bedarfs anhand der ENAK-Datenblätter eingegeben werden. Der Gastronom hat so die Möglichkeit, jeweils drei Geräte aus insgesamt zehn Gerätegruppen wie Kaffeemaschine, Kombidämpfer oder Kochkessel zu vergleichen – und das kostenlos. Die ENAK stellt ihren Onlinerechner an der «Igeho-Sonderschau Energieeffizienz» vor.

An der Gastgewerbemesse präsentiert die ENAK zudem eine Erweiterung des Online-Tools. Beim E-Calculator muss der User die Verbrauchsdaten noch manuell eingeben. Bei der neuen Online-Lösung ENAK-Tech erübrigt sich das. Die von der ENAK geprüften Datenblätter der Hersteller können in das Vergleichstool direkt hochgeladen werden, die Berechnung erfolgt automatisch. Es gibt hier zwei verschiedene Versionen: «Light» und «Profi». Mit der «Profi»-Version können auch Berechnungen für ein ganzes Küchenprojekt erstellt werden. Allerdings ist dieser Dienst nicht mehr kostenlos – teurer als der Vorläufer aber nicht, da die bisher benötigte Software nicht mehr erworben werden muss.

Eine der grossen Herausforderungen bei der Erstellung des automatisierten Online-Kalkulators waren die Datenblätter der Hersteller. Diese beruhen in der Regel auf Labormessungen, welche die ENAK für die Gastro-Praxis aber nicht gelten lässt. «Wir verlangen Praxis-Daten», stellt ENAK-Präsident Urs Jenny klar. Also Daten, welche auf Musterzyklen basieren, die mit den Anwendern erstellt wurden. Es brauche klare Testdefinitionen, sonst messe jeder Hersteller ein bisschen anders. Deshalb macht die ENAK selbst Referenzmessungen: «Unsere Ingenieure prüfen die Validität der Daten.» Fallen beim Prüfergebnis grosse Abweichungen auf, müssen die Messungen noch einmal validiert werden. Werden Angaben von der Konkurrenz angezweifelt und diese bekommt Recht, muss der kritisierte Hersteller die Rechnung der Prüfung begleichen – und umgekehrt. «Das ist aber noch nie vorgekommen», betont Jenny. Rund 60 Testdefinitionen und 80 Datenblätter für 12 Gerätegruppen sollen zur Igeho für den User online bereitstehen. Die Erhebung der Energiedaten bei den Herstellern wird die ENAK nun laufend weiter intensivieren.

Spülen ist nicht gleich Spülen: Je nach Anlage ist der Strom- und Wasserverbrauch anders. Alain D. Boillot

Erst die grosse ehrenamtliche Arbeit der ENAK-Vereinsmitglieder macht das neue Energie-Tool überhaupt möglich. Nur zu einem Viertel wird der Vereinsaufwand über den Bund (Energie Schweiz) abgedeckt, der Rest ist Eigenleistung. Seit 16 Jahren engagiert sich die ENAK für ein Energie- und damit genauso für ein Betriebskosten-Sparen im Gastgewerbe. Mit dem webbasierenden Energietool «ENAK-Tech» ist dem Verein nun ein wichtiger Meilenstein gelungen.

Halle 1, Stand A 40

ANZEIGE

HERZLICH WILLKOMMEN.

HÄFELE

AN DER IGEHO 2013 | 23. BIS 27. NOVEMBER

DIALOCK.
WIRD BESONDERS GELOBT FÜR:

- optimale Funktionalität
- exzellenten Komfort
- perfekte Organisation
- hohe Sicherheit
- gehobenes Türen-Design
- einfaches, berührungsloses Öffnen und Schliessen der Zimmertüren

Und genau deshalb entscheiden sich Hotelfachleute für das elektronische Identifikations- und Schliesssystem Dialock von Häfele mit vielfältigen Schlüsselvarianten von der Karte bis zum Clip. Kommen Sie bei uns an der Igeho 2013 vorbei und überzeugen Sie sich selbst!

Häfele Schweiz AG | Dammstrasse 29 | CH-8280 Kreuzlingen
Phone: +41 (0)71 686 82 00 | **Fax:** +41 (0)71 686 82 82
E-Mail: info@haefele.ch

Häfele Suisse SA | Chemin de Bois-Genoud 1a | CH-1023 Crissier
Phone: +41 (0)21 632 81 81 | **Fax:** +41 (0)21 632 81 82
E-Mail: vente@haefele.ch

www.haefele.ch | www.dialock.ch

Messe-News

Glacé-Concours

Gesucht ist der beste Glacier des Jahres 2013

nestle.ch

Am 25. November 2013 kämpfen an der Igeho live die besten Kandidaten um den Titel «Glacier des Jahres 2013». Sie kreieren je ein Ice Bombe, einen Glace-Dessertteller und einen Coupe. Träger des Wettbewerbs ist Frisco-Findus. Dem Sieger winken 3000 Franken in bar und ein Kurs beim Patissier-Weltmeister Rolf Mürner. Die Siegerehrung findet um 15.30 Uhr in der Eventhalle statt.

Unterhaltung

SRG SSR erstmals an der Igeho vertreten

Die drei Musikspartenprogramme von der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft SRG SSR, Radio Swiss Pop, Radio Swiss Jazz und Radio Swiss Classic, sind erstmals an der Igeho vertreten. Die Musikspartenprogramme sind werbefrei, spielen rund um die Uhr ausschliesslich Musik und eignen sich so zum kostengünstigen Beschallen. gsg

Halle 2.2, Stand B23

Süssspeisen

Mini-Desserts für Abwechslung auf dem Buffet

zvg

Lange hat der Grossbäcker aus Malters getüftelt, bis er mit den «Mini-Desserts» zufrieden war. An der Igeho zeigt Hug den Besuchern nun gleich zwei Assortierungen seiner tiefgekühlten Innovation. Positiv: Die Auftauzeit beträgt nur eine Stunde.

Halle 1.2, Stand D13

Die kalte Kochkunst hat es in sich. An der Igeho 2013 ist in der neuen Eventhalle Weltklasse zu bewundern. zvg

Grosser Auftritt für die Kochkunst

An der Igeho 2013 zeigt sich die kulinarische Weltklasse erstmals einer breiten Öffentlichkeit: Die zehn besten Nationalteams kochen am Salon Culinaire Mondial in zwei Showküchen um die Wette.

GUDRUN SCHLENCZEK

Der Salon Culinaire Mondial gehört zu den prestigeträchtigsten Team-Kochwettbewerben überhaupt: Zusammen mit der Olympiade und den Weltmeisterschaften der Köche zählt die alle sechs bis acht Jahre ausgetragene Competition zu den drei wichtigsten Teamkochwettbewerben der Welt. Teilnahmeberechtigt sind die zehn weltbesten Kochnationalmannschaften der Rankingliste des WACS, also jenes Weltkochverbandes «World Association of Chefs Societies», in welchem Kochverbände aus 93 Ländern vertreten sind. Dieses Jahr findet das Gipfeltreffen der Kochkünstler im Rahmen der Igeho in Basel statt. Und zum ersten Mal öffnet der Kochwettbewerb hier seine Türen einer breiten Öffentlichkeit. Möglich macht dies die neue Eventhalle direkt am Messeplatz der Messe Basel. Norbert Schmidiger, Geschäftsführer des Schweizer Kochverbandes, erwartet 10 000 bis 15 000 Besucher pro Tag. Der Schweizer Kochverband ist zusammen mit dem Weltbund der Köche WACS und der Igeho Patronatsgeber des diesjährigen Salon Culinaire Mondial. In zwei eigens für den Wettbewerb konzipierten Showküchen zeigen die Kochteams ihr Können, das Publikum kann das Wirken der internationalen Profis live mitverfolgen. Wer nicht bereits Fachbesucher der Igeho ist, zahlt 15 Franken Eintritt für das Show-Erlebnis. Die warme Kochkunst kann auch vor Ort verköstigt werden. Jede Kochnationalmannschaft kocht in fünfeinhalb Stunden ein 3-Gang-Menü für insgesamt 110 Personen. Das Menü wird vor Ort serviert und kostet 72 Franken.

Aufgeregter aufgrund des Kochens vor breitem Publikum? Sascha Müller, Teamchef der Schweizer Kochnationalmannschaft winkt ab. In Anbetracht der gesamten Wettbewerbssituation bedeute dies für die Köche nicht mehr Stress. «Ich freue mich auf die so erhaltene Präsenz in der Öffentlichkeit.»

Auch sei die warme Küche, deren Ergebnis anschliessend vom Publikum degustiert wird, nicht anspruchsvoller als die kalte. «Bei der kalten Küche ist die Vielfalt eine der grossen Herausforderungen.» Ideen hole sich das Kochnationalteam aus der Umwelt, einen wichtigen Part spielen Farben. Im Brainstorming tragen die Nati-Köche dann ihre Ideen zusammen – die kunstvollen Kreationen entstehen erst im Kopf, dann auf dem Teller. 700 bis 1000 Stunden pro Jahr verwenden Teamchef Sascha Müller und seine Kollegen der Schweizer Kochnationalmannschaft für die Wettbewerbsvorbereitungen.

> **«Bei der kalten Küche ist die Vielfalt eine der grossen Herausforderungen.»**
> Sascha Müller
> Teamchef Schweizer Kochnati

Der Salon Culinaire Mondial ist der erste grosse Auftritt der neuen Kochnati, gestellt von der Aargauer Kochgilde. Sascha Müller erhofft sich, mit seinem Team mindestens unter die ersten fünf zu kommen. «Unser Ziel ist natürlich ein Podestplatz.»

Die neue Kochnati steht aktuell aber noch anderweitig unter Druck. Im April nächsten Jahres gehts an den Culinary Challenge in Singapur. Bis Anfang Dezember muss die Mannschaft ihren Kreationsvorschlag eingegeben haben, «das erfordert viele Vorarbeiten», so Müller.

Die amtierende Schweizer Kochnationalmannschaft. zvg

Kochteams 10 Nationalteams und rund 20 Regionalteams aus aller Welt

Zehn der besten Kochnationalteams der Welt nehmen am Salon Culinaire Mondial teil. Mit dabei sind neben der Schweiz die Teams aus Singapur, Hongkong, Kanada, Südafrika, Deutschland, Malaysia, Holland, Italien und Tschechien. Ferner werden rund zwanzig weitere Regionalteams sowie hundert Einzelaussteller aus aller Welt kunstvolle kulinarische Kreationen präsentieren. Aus der Schweiz erwarten die Veranstalter die Equipe du Cercle des Chefs de Cuisine Luzern, das neue Team der Aargauer Kochgilde und die Schweizer Armee-Kochnationalmannschaft. Bei den internationalen regionalen Equipen mit dabei sind voraussichtlich unter anderem der Vatel Club Luxembourg, das Team Venezia Chef, das Culinary Team Palermo, das Team Berlin Brandenburg und der Gourmet Club Slovakia. gsg

ANZEIGE

Die Etikette zeigt, was essbar ist

Grosses Thema an der ersten Lefatec in Basel ist die Verpackung. Zu sehen sind Lösungen zur vereinfachten Öffnung oder Etiketten, die die Frische des Inhalts dokumentieren.

RENATE DUBACH

An einer Fachmesse, die der Food-Technik gewidmet ist, muss auch die Verpackung ein Thema sein. Die Lefatec bietet schon bei ihrer ersten Auflage eine Sondershow dazu an: «Competence in Packaging». Und dabei geht es nicht nur darum, wie man Sandwiches und Fertigsalate zweckmässig und verkaufsfördernd verpackt – es geht auch um grosse Themen wie Umweltfreundlichkeit, Portionierbarkeit, Wiederverschliessbarkeit, Verlängerung der Haltbarkeit und Sicherheit. Und schliesslich auch ganz einfach darum, wie man das Sandwich oder die Wurstscheiben aus der Verpackung bekommt. Ein Aspekt, der nicht zu unterschätzen ist. Laut einer britischen Studie verletzen sich in Grossbritannien jährlich über 70 000 Menschen beim Versuch, eine Verpackung mit Messer oder Schere zu öffnen.

Multivac: Leichtes Öffnen dank rotem Aufreissstreifen

«Eine Verpackung, egal ob es sich dabei um eine Hartschale für Fleisch oder ein Vakuumbeutel in der Restaurantküche handelt, muss sich unkompliziert öffnen lassen», sagt Jo Schmitz dazu, der Marketing Manager der Multivac Export AG in Hünenberg. Seine Firma hat mit neuen «Easy-to-open»-Verpackungen eine Lösung gefunden. Und dafür Mitte Oktober einen der zwölf «Swiss Stars» erhalten, mit denen das Schweizerische Verpackungsinstitut jedes Jahr herausragende Leistungen im Verpackungswesen auszeichnet.

Die Multivac-«Easy-to-open»-Verpackungen sind für Bell entwickelt worden, sie wären aber auch für andere Lebensmittel als Wurst und Aufschnitt einsetzbar. Wer schon einmal eine Schinkenverpackung öffnete, weiss, dass das einfache Öffnen nicht so selbstverständlich ist. «Wir haben uns viele Überlegungen zu den Details gemacht», führt Jo Schmitz aus. Die üblichen Hartschalen könnten häufig nur mit Mühe und Kraftaufwand geöffnet werden, unter anderem, weil die Trennung zwischen den Folien schwer greifbar sei. Die neuen Verpackungen haben deshalb eine Griffmulde zwischen den Folien und eine grössere Aufrisslasche. Sie seien kinderleicht zu öffnen – im tatsächlichen Sinne, also ebenso von Kindern, Linkshändern, von älteren Menschen oder Menschen mit motorischen Einschränkungen.

> «Eine Verpackung, ob Hartschale oder Beutel, muss unkompliziert zu öffnen sein.»
>
> **Jo Schmitz**
> Multivac Export AG

Ein anderes «Easy-to-open»-System hat Multivac für Vakuum-Beutel entwickelt – damit beispielsweise Köche nicht zu Messer oder Schere greifen müssen, um zum Inhalt zu gelangen. «In diese Beutel ist ein roter Aufreissstreifen integriert, er ist das innovative Element, mit dem sich der Beutel nach dem Verschweissen ganz einfach und leicht öffnen lässt», erklärt Jo Schmitz.

Es gibt auch Verpackungen, die öffnen sich ganz von selber – beispielsweise, wenn ein vorher definierter Druck erreicht worden ist. In den Mylar-Cook-Folien von DuPont Teijin Films werden Lebensmittel im Ofen oder in der Mikrowelle gegart, nach dem selbstständigen Öffnen setzt der Bräunungsprozess ein. Die Lebensmittel werden also in ihrer Verpackung zubereitet und müssen in rohem Zustand gar nicht mehr in die Hand genommen werden.

Aber nicht nur eine originelle, leicht zu öffnende Verpackung ist wichtig, sondern auch die Etikette, die angibt, was drin steckt und insbesondere auch wie lange ein Produkt geniessbar ist. Bei leicht verderblichen Lebensmitteln und solchen, die dauernd gekühlt werden müssen, steht heute meist nur ein Mindesthaltbarkeits-Datum drauf.

Spezielle Pigmente ändern ihre Farbe im Laufe der Lagerzeit

Dabei ginge es schon viel interaktiver und intelligenter. Die Ciba Spezialitätenchemie, Bizerba aus Bochum und die israelische Technologie-Gesellschaft Freshpoint entwickelten Etiketten mit einem Time Temperature Indicator (TTI), also einem Zeit-Temperatur-Indikator. «Die Idee gibt es ja schon lange, aber erste Lösungen waren zu teuer und nicht wirklich praktikabel», erklärt Christian Budde, Innendienstleiter bei Bizerba in Bochum.

Die Etikette, die Bizerba jetzt anbietet, heisst «OnVu» was man mit «Man sieht's» übersetzen könnte. Und tatsächlich sieht man ganz einfach, welchen Frischegrad ein Produkt hat. Das System basiert auf einer Druckfarbe mit speziellen Pigmenten. Ein damit bedrucktes Feld auf der Etikette wechselt seine Farbe: Sobald die Etikette auf der Verpackung angebracht und aktiviert ist, startet die TTI-Uhr und die Farbe nimmt ab. Je wärmer das Umfeld, je länger das Produkt von seiner idealen Umgebungstemperatur entfernt ist, desto schneller verblasst das Farbfeld auf der Etikette. «Die Einkäufer sehen dann auf den ersten Blick, ob das Produkt noch essbar ist oder nicht», führt Budde aus. Und ergänzt: «Die TTI-Technologie ist massentauglich, absolut unschädlich für den Inhalt der Verpackung und günstig. Es gibt schon einige Firmen, die unsere TTI-Etiketten verwenden, wir warten aber noch auf den grossen Durchbruch.»

Die neuen «intelligenten» Etiketten dokumentieren die Frische des Lebensmittels. zvg

Lefatec Fachmesse für die Lebensmittelproduktion

Die Lefatec findet vom 23. bis 27. November 2013 erstmals parallel zur Fachmesse Igeho auf dem Messeplatz Basel statt. Die neue Fachmesse der Lebensmittelwirtschaft deckt alle Bereiche der Nahrungsmittelproduktion ab und bietet der Lebensmittelbranche eine Informations- und Beschaffungsplattform. Die rund 40 Lefatec-Aussteller sind in der Halle 1, direkt gegenüber der Mefa positioniert.

ANZEIGE

htr hotelrevue
Nr. 47 / 21. November 2013

Kaffeekunst auf Knopfdruck

Die Sonderschau mit dem Duft der weiten Welt des Kaffees: An der «World of Coffee» zeigen Kaffeemaschinenhersteller spannende Neuheiten. Die Technik wird immer komplexer.

GUDRUN SCHLENCZEK

Einfach ein Café crème aus dem Vollautomaten, das war einmal. Was Kaffeekunst heute bedeutet, kann der Igeho-Besucher an der Sonderschau «World of Coffee» erfahren: Auf 5000 m² zeigt die Schweizer Kaffeebranche ihre ganze Kompetenz. Dass die Sonderschau an der Igeho «World of Coffee» heisst, kommt dabei nicht von ungefähr: Die Kaffeekunst und die Kaffeetechnik entwickeln sich innerhalb der Gastronomie zunehmend zu einer eigenen Welt, einer Welt, die immer vielfältiger wird.

Ein konkreter Trend ist bei den Kaffeemaschinenausstellern der diesjährigen Igeho nicht auszumachen - zu unterschiedlich sind die Entwicklungen.

Milchlösungen sind weiterhin ein grosses Thema

Jedoch bei allen Herstellern ein wichtiges Thema ist der weitere Ausbau der Milchkompetenz. Ein moderner Kaffeevollautomat liefert heute nicht nur wahlweise kalten oder heissen Milchschaum: Bei der neuen Egro One kann der Kunde neben unterschiedlichen Milchtemperaturen zudem zwischen drei Schaumkonsistenzen – fein, mittel, grob – wählen.

> «Mehr Funktionalität erhöht die Komplexität und möglicherweise die Kosten.»
> **Michael Wehrli**
> CEO Egro Suisse AG

Gar vier verschiedene Milchschaumkonsistenzen produziert die Dampf-Lanze Turbosteam «Milk4» der «M-100 Anniversary Edition» von La Cimbali, welche Vassalli Service AG als Generalvertreter Schweiz zum 100-jährigen Bestehen von La Cimbali in Basel zeigt. Der neue «FoamMaster FM800» von Franke produziert warme und kalte Milchkreationen mit Milchschaum in der gewünschten Konsistenz. Eine zusätzliche Flavour-Station erweitert das Getränkeangebot der Franke-Maschine. Ausschliesslich für den Schweizer Markt lanciert die Schaerer AG an der Igeho ihre «Schaerer Coffee Quattro»: Eine kompakte Maschine, ausgestattet mit bis zu vier Mühlen, die eine Kaffeevielfalt ermöglicht, wie sie der stylischen «Coffee Celebration» von Schaerer bis anhin vorbehalten war. Wahlweise können auch drei Mühlen mit einem Pulversystem für Schokolade kombiniert werden. Vor allem kommen aber dank individuell einstellbarer Brühtemperatur bei der neuen Quattro die verschiedenen Kaffeemischungen und Kaffee-Provenienzen geschmacklich voll zur Geltung. Die Brühtemperatur kann dabei auf individuelle Geschmacksvorlieben sowie Röstgrad und Kaffeemischung abgestimmt werden. Drei Heisswassertemperaturen garantieren zudem ein passgenaues Aufbrühen verschiedener Teesorten. Bei der Milchschäumung bleibt dem User die Wahl zwischen dem vollautomatischen Verfahren oder dem manuellen Aufschäumen.

Cafina zeigt an der Igeho den ersten Spross der neuen Cafina-Familie unter der deutschen Mutterfirma Melitta: Die «Melitta Cafina XT6» verfügt über ein neues Mahlwerk mit verkürzter Mahldauer. Tageslicht-LEDs beleuchten den Tasseninnenraum. Bedienerfreundlich erweist sich die Bestellmöglichkeit: «Bestellungen lassen sich tischweise auf Stapel legen und dann per Fingertipp ausgeben», verdeutlicht Jeremy Knight von Cafina.

Neue Massstäbe will Thermoplan mit der «Black & White one» setzen. Neben frisch gemahlenem Kaffee können mit dem kompakten Vollautomaten auch praktisch alle marktüblichen Kaffee-Pads gebrüht werden. Damit liefert der Hersteller aus Weggis eine Antwort auf den immer noch wachsenden Kapselkaffeemarkt.

Mit Viaggi hat Nestlé die Luxushotellerie im Visier

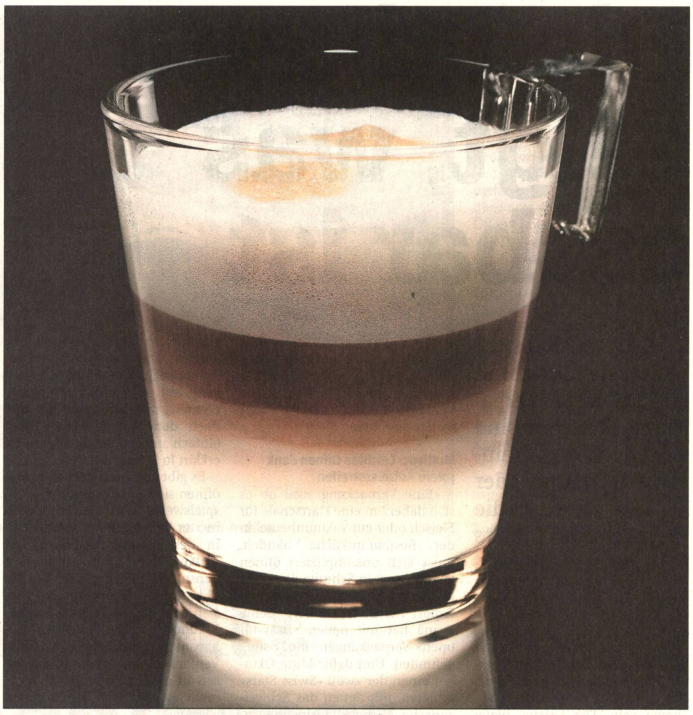
Die Kaffeemaschinenhersteller stossen zudem in den semi-professionellen Bereich, so zum Beispiel in den Büro-Alltag, vor. Die Egro Suisse AG hat mit ihrer Egro Zero hierfür eine passende Maschine auf den Markt gebracht. Dass die Tagesleistung kleiner ist als bei der professionellen Gastro-Maschine, versteht sich dabei von selbst – sie liegt bei maximal 100 Tassen pro Tag und bei einer deutlich kleineren Leistung pro Stunde.

Nicht auf der Basis von Kaffeebohnen, sondern auf der Basis eines hochwertigen Kaffeeextrakts aus Grand-Cru-Espresso-Bohnen liefert die «Viaggi» von Nestlé Professional eine breite Palette an Kaffee-Kompositionen. Eine langanhaltende Crema wird durch die neue Technologie der Cimbali-Maschine erzielt. «Die technischen Einstellungen ermöglichen eine gleichbleibende Standardisierung wie beim Vollautomaten auf dem Qualitäts-Niveau eines Halbautomaten», erklärt Nicola Hollender von Nestlé. Die Maschine hat keine Mühle, der Kaffee ist in Extrakt-Form vorgemahlen und verschlossen, ähnlich wie bei den Nespresso-Kapseln.

Nestlé überlässt dem Gastronomen die Maschine kostenlos zur Nutzung, dafür müssen die Produkte bei Nestlé bezogen werden. Als Richtwert kostet eine Tasse Espresso 32 Rappen, eine Tasse Café crème zwischen 40 und 50 Rappen. «Wir sind somit günstiger als Nespresso, aber bewusst im Premium-Segment», so Hollender. Zusätzlich fällig wird eine monatliche «Concierge Service Fee». Sie liegt zwischen 180 und 350 Franken pro Maschine. Nestlé zielt mit dem neuen System vor allem auf die Luxus-Hotellerie und -Gastronomie ab. Im Zuge der immer vielfältiger werdenden Kaffeewelt bleibt abzuwarten, ob sich der Konsument in dieser noch zurechtfindet. Oder ob die Mehrheit der Konsumenten sich doch einfach einen guten Café crème oder Espresso wünscht.

Zusätzliche Funktionalität durch zusätzliche Technik erhöht aber auch für den Gastronomen die Komplexität, die Anschaffungs- und die Servicekosten und letztendlich möglicherweise auch das Risiko für Ausfälle. Michael Wehrli, CEO Egro Suisse AG, bringt die Problematik auf den Punkt: «Wenn die zusätzlich generierte Marge die zusätzlich generierten Kosten übersteigt, dann haben solche Systeme eine Berechtigung und sind mittel- bis langfristig für den Gastronomen interessant – sonst bleiben sie ein Trend.»

«World of Coffee», Halle 1.1



Moderne Kaffeemaschinen zeigen Milchkompetenz: Der Kunde hat die Wahl zwischen kaltem und warmem Schaum sowie verschiedenen Schaumkonsistenzen – und das Ganze perfekt geschichtet. zvg

Röster mit Kultkaffeemaschine

Die traditionelle Espressomaschine vom italienischen Hersteller La Marzocco gilt als eine der Kultkaffeemaschinen des aktuellen Barista-Trends. Das passt zu Blasercafé aus Bern, die sich schon längst der aktuellen Kaffeebewegung verschrieben hat. Um dem Kunden noch mehr Kaffeedienstleistung aus einer Hand zu bieten, fungiert der Berner Kaffeeröster deshalb neu als Vertriebspartner für La Marzocco. «Wir sind überzeugt davon, dass im Sinne einer Top-Kaffeequalität ein Halbautomat auch bei hoher Kundenfrequenz seine Berechtigung hat», betont Matthias Lübke von Blasercafé und verweist beispielsweise auf das Zürcher Café La Stanza, in dem ein Barista am Halbautomaten bis 800 Espressi pro Tag brüht.

Der Röster wolle mit seinem neuen Engagement nicht den Halbautomatenmarkt erobern, sondern so dem Kunden gegenüber noch mehr Kaffeekompetenz bezeugen, verdeutlicht Matthias Lübke. Das Absatzziel liege bei 15 bis 20 Kaffeemaschinen pro Jahr. Zum Kauf einer La Marzocco bei Blasercafé gehört denn auch ein zweitägiges Training für das gesamte Team des abnehmenden Gastronomiebetriebes.

Mehr Kompetenz will Blaser zudem im ergänzenden Sortiment an den Tag legen: Seit erstem Oktober bezieht der Röster ausschliesslich Tee des Berner Familienunternehmen Länggass-Tee. Ab November setzt Blasercafé auch beim Sirup auf Regionales: Neuer Siruplieferant ist «Le Sirupier de Berne», der sein Sortiment um vier mit Kaffee harmonierende Sirupe ergänzt hat. ggs

ANZEIGE

Villeroy & Boch
1748

HYGIENE NEUSTER BAUART
DirectFlush – Pflegeleicht und hygienisch dank offenem Spülrand.

Das Omnia Architectura und Subway 2.0 DirectFlush WC mit offenem Wasserrand sind überzeugende Beispiele, wie die Innovationskraft von Villeroy & Boch das tägliche Leben optimiert. Profitieren Sie von den Vorteilen:

EINFACHE REINIGUNG
durch den offenen, vollständig glasierten Spülrand

GERINGER WASSERVERBRAUCH
dank AquaReduct mit seiner umweltschonenden Spülmenge von nur 3 l bzw. 4,5 l

OPTIMALE HYGIENE
durch innovative Spültechnik

ZEITLOSES DESIGN
das sich in jede Badgestaltung einfügt

Überzeugen Sie sich vor Ort im Villeroy & Boch Infocenter, Marktmattenstr. 23, CH - 5600 Lenzburg.

WWW.VILLEROY-BOCH.CH

DUNI AG

Evolin® – der Tête-à-tête-Läufer

Evolin® – das bedeutet Tischwäsche in neuer Dimension! Zur Igeho präsentiert Duni dieses tolle, neue Material nun auch als tieffarbige Tischwäsche sowie als Tête-à-tête-Tischläufer! «Endlich keine verzogenen Läufer mit Querfalten mehr, das lästige Kontrollieren der gereinigten Tischwäsche entfällt», bestätigt Jens-Peter Fiene vom Restaurant Funky Kitchen in Hannover.

«Evolin® ist perforiert auf Rolle und dadurch platzsparend und faltenfrei zu lagern. Der Läufer lässt sich bequem und schnell verarbeiten. Wir decken in einigen Bereichen des Restaurants mit Evolin®-Tischdecken und in anderen Bereichen mit Tête-à-tête-Läufern ein. Das sorgt optisch für Abwechslung und sieht einfach toll aus, sagen unsere Gäste!»

DUNI AG
Lettenstrasse 11
6343 Rotkreuz
Telefon 041 798 01 71
Fax 041 798 01 72
info_switzerland@duni.com
www.duni.com

Igeho: Halle 1.1, Stand C83

FRANKE KAFFEEMASCHINEN AG

Franke FoamMaster™ – die Premiumklasse

Mit dem FoamMaster™ (FM800) präsentiert Franke Coffee Systems die Premiumklasse unter den vollautomatischen Kaffeemaschinen. Ob klassische Kaffees oder warme und kalte Milchschaumgetränke mit perfektem Schaum in der gewünschten Konsistenz: der Franke FM800 erfüllt alle Wünsche an eine moderne Getränkelösung.

The Art of excellent Coffee Making
Ob ein perfekter italienischer Espresso oder einfach per Knopfdruck Kaffeespezialitäten mit Flavour und kaltem oder warmem Milchschaum: Was auch immer Ihre Bedürfnisse an den perfekten Kaffee in der Tasse sind, Franke Coffee Systems hat die richtige Lösung. Wir werden Ihren Gaumen mit völlig neuen Geschmackserlebnissen verwöhnen. Überzeugen Sie sich selber von unseren Kaffeelösungen und besuchen Sie uns an der Igeho in Basel.

FRANKE KAFFEEMASCHINEN AG
Franke-Strasse 9
4663 Aarburg
Telefon 062 787 36 07
Fax 062 787 30 10
info@franke.com
www.franke.com

Igeho: Halle 1.1, Stand F121

GO IN GMBH

Gastronomiemöbel von Profis für Profis

Die GO IN GmbH ist der Spezialist für funktionales und designorientiertes Gastronomie-Mobiliar. Neben einer enorm breiten Produktpalette an Stühlen, Tischen, Barhockern, Polstermöbeln und Banksystemen bietet GO IN seinen Kunden kompetente Unterstützung in allen Einrichtungsbereichen der Gastronomie und Hotellerie. Eine Auswahl von 15 unterschiedlichen Holz-Beiztönen, kombiniert mit 270 zur Wahl stehenden Bezugsmaterialien, ermöglicht eine individuelle Produktgestaltung passend für jedes erdenkliche Gastronomie-Ambiente. Zu den besonderen Unternehmensstärken zählen zudem die Sofort-Lieferung ab Werk, die geprüfte Produkt-Qualität, das attraktive B2B Preis-Leistungs-Verhältnis, und mehr als 40 Jahre Erfahrung.
Besuchen Sie GO IN während der Igeho in Basel. Geniessen Sie einen Cappuccino oder ein Erfrischungsgetränk. Wir freuen uns auf Sie.

GO IN GMBH
Justus-von-Liebig-Strasse 3-5
D-86899 Landsberg am Lech
Hotline Suisse: 0 800 334410
Fax 0 800 334420
export@goin.de
www.goin.ch

Igeho: Halle 1.1, Stand A02

HOTELWÄSCHE ERWIN MÜLLER

Kochjacke von JOBELINE

Die «J1 Revolution» Kochjacke von JOBELINE setzt Massstäbe – mit 11 High-Tech-Features ausgestattet, trotzt diese Jacke allen vier Elementen und rüstet Profiköche komfortabel für anspruchsvolle Kochkünste. Der Schweizer Molekularkoch und JOBELINE-Partner Rolf Caviezel ist bereits überzeugter J1-Träger!

- Atmungsaktiv
- Wasserabweisend
- Schmutzabweisend
- Feuerschutz
- Geklebte Reissverschlüsse
- Roll-up-Ärmel
- Weitenregulierbarer Armsaum
- Thermometertasche
- Handytasche
- Headset-Kabeltunnel
- Sicherheitsreflektorstreifen

HOTELWÄSCHE ERWIN MÜLLER GMBH
Tramstrasse 7
9444 Diepoldsau
Telefon 0848 / 809 800
Fax 0848 / 806 806
service@erwinmueller.ch
www.erwinmueller.ch

Igeho: Halle 1.1, Stand F73

HUGENTOBLER

Reg-o-mat® – die Innovation

Das mobile und montageunabhängige Regeneriergerät garantiert ein sanftes und qualitätssicherndes Aufbereiten von Speisen auf 5-Sterne-Niveau. Er ist vielseitig einsetzbar und dank drei vorprogrammierten Klimas äusserst bedienfreundlich.

• Regenerieren der kalt angerichteten Mahlzeiten ohne Vitamin- und Qualitätsverlust • Entlastung des Kombisteamers zum Regenerieren • Perfekte Regenerier-Ergebnisse dank rundem Garraum • Einfache Bedienung durch drei vorprogrammierte Klimas • Integrierte Hold-Funktion bei regulierter Feuchtigkeit • Mobil einsetzbar – Partyservice, Konferenzräume, Altersheime, Spitäler, Tagesstätten usw. • Montageunabhängig dank integriertem Wasser- und Abwassertank • Minimaler Energieverbrauch – unter 2kW/Std. • Modernes, zeitloses Design – mit garantierter Tellerübersicht

HUGENTOBLER Schweizer Kochsysteme AG
Gewerbestrasse 11
3322 Schönbühl
Telefon 0848 400 900
Fax 031 858 17 15
info@hugentobler.ch
www.hugentobler.ch

Igeho: Halle 1.0, Stand D04

I GELATI

Eine erfrischende Idee besser

Mit «i gelati» können Sie Ihren Gästen erfrischende Glaceideen servieren. Denn «i gelati» ist die beliebte, innovative Glacemarke für den Schweizer Grosshandelsmarkt – in der Schweiz und mit Liebe hergestellt. Wir achten auf höchste Produktqualität, verwenden nur beste Zutaten und können Ihnen dennoch ein hervorragendes Preis-Leistungs-Verhältnis bieten. So gewinnen Sie und Ihre Gäste gleichermassen.
Dank vieler Serviceleistungen und Extras sind wir Ihr ganz persönlicher Glace- und Dessert-Partner mit innovativen und individuellen Ideen rund ums Glacé.

Gute Gründe für «i gelati»:
• Qualitativ hochstehende Produkte zu fairen Preisen
• Schweizer Hersteller mit grosser Erfahrung
• Umfassendes Sortiment, ausgerichtet auf die Bedürfnisse der Gastronomie
• Individuelle Lösungen durch persönliche und kompetente Beratung

I GELATI
Bruechstrasse 70
8706 Meilen
Telefon 044 925 83 20
Fax 044 925 82 82
info@igelati.ch
www.igelati.ch

Igeho: Halle 1.2, Stand B70

KLIMAWATT

EuroCave – die Weinkeller für überall

EuroCave – Weltleader und Gastronomie-Partner seit 1976!

Als Experte für Weinklimaschränke, Weinbars und Ausschankanlagen haben wir die passende Lösung für das Lagern, Inszenieren und Servieren von Wein.

Mit über 50 Modellen für 12 bis 500 Flaschen hat EuroCave für jedes Bedürfnis die richtige Antwort: Die Technologie ist state-of-the-art, das Design ist eye-catching, und die Preise sind so günstig wie noch nie.

Mit EuroCave erfüllen Sie die Erwartungen Ihrer Gäste. Denn verwöhnter Wein zahlt es einem heim – verwöhnte Gäste auch!

Besuchen Sie uns für eine unverbindliche Beratung, wir freuen uns auf Sie!

KLIMAWATT AG
Seestrasse 18
8802 Kilchberg
Telefon 044 716 55 44
Fax 044 716 55 66
info@klimawatt.ch
www.klimawatt.ch

Igeho: Halle 2.1, Stand C34

SCHAERER AG

Kaffeegenuss mit Barista-Plus

Zur Igeho stellt die Schaerer AG erstmals die neue, schweiz-exklusive Premium-Kaffeemaschine Schaerer Coffee Quattro vor. Diese besticht nicht nur durch eine besonders grosse Getränkeauswahl, die auf der gezielten Kombination von bis zu vier Mühlen und zwei Pulvereinheiten basiert. Auch das integrierte Milchsystem Active Milk für kalten und heissen Milchschaum garantiert Kaffee-Milch-Kompositionen auf Barista-Niveau. Bei der Entwicklung stand vor allem der Temperaturaspekt bei der Getränkezubereitung im Vordergrund: So kann beispielsweise die Brühtemperatur exakt auf das gewünschte Geschmacksprofil pro Produkt eingestellt werden. Zudem unterstützt die Schaerer Coffee Quattro über insgesamt drei Heisswassertemperaturen ein passgenaues Aufgiessen unterschiedlicher Teesorten. Last but not least gilt das umfassende Schaerer-Qualitätsversprechen ebenso für das Brühen von koffeinfreiem Kaffee. Dieser lässt sich über eine zusätzliche Mühle direkt aus der frischen Bohne mahlen.

SCHAERER AG
Allmendweg 8
4528 Zuchwil
Telefon 032 681 62 00
Fax 032 681 62 42
vertrieb.schweiz@schaerer.com
www.schaerer.com

Igeho: Halle 1.1, Stand A111

WÄSCHEKRONE

Clevere Alternativen für's Fest

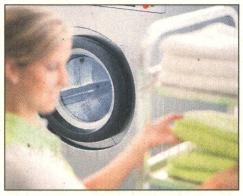
Festlich und fleckabweisend – das ist mit dieser neuen Tischwäsche-Serie ab sofort kein unerfüllter Traum mehr. Die neue Tischwäsche besteht aus 100 Prozent Polyester und ist gegen Flecken mit Teflon behandelt. Sie besitzt eine elegant schimmernde Marmorierung und präsentiert sich als edle Damast-Alternative. Deshalb ist sie auch Teil der Selection-Kollektion von Wäschekrone, in die es nur die erlesensten Wäsche-Produkte des Laichinger Traditionshauses schaffen. Im Gegensatz zu klassischen Tischdecken muss diese Tischwäsche viel seltener gewechselt werden und hat ausserdem schnelle Wasch-, Trocknungs- und Bügelzeiten. An Feiertagen mit hoher Gästefrequenz ist das ein unschätzbarer Vorteil. Die Tischwäsche-Serie lässt sich darüber hinaus jahreszeitlich inszenieren. Dazu kann einfach der farblich passende Tischläufer aufgelegt werden. Zur Auswahl stehen zeitloses Champagner und Vanille, modernes Dunkelbraun sowie das herbstlich anmutende Safran und ein weihnachtliches Rot.

WÄSCHEKRONE GMBH & CO KG
Hirschstrasse 98
D-89150 Laichingen
Telefon +49 (0) 7333 804-0
Fax +49 (0) 7333 804-30
info@waeschekrone.ch
www.waeschekrone.ch

Igeho: Halle 1.1, Stand C71

SCHULTHESS MASCHINEN AG

Wäschereiexperte für Hotel und Restaurant



Schulthess kennt die anspruchsvollen Rahmenbedingungen von Hotellerie und Gastronomie, wenn es um die Wäschepflege geht: Grosse Wäschevolumen, hohe Auslastungen sowie strenge Hygiene- und Desinfektionsvorgaben stellen hohe Anforderungen an Geräte und Waschprogramme. Die «Swissmade» Schulthess-Waschmaschinen und -Wäschetrockner entsprechen diesen Ansprüchen: Sie sind einfach in der Bedienung, verfügen über geringen Strom- und Wasserverbrauch, bieten flexible oder fest programmierte Waschprogramme wie auch das Wet-Clean-Verfahren (reinigt inhouse Textilien schonend und werterhaltend) und die neue «wmi»-Gerätegeneration (USB-Speicher-Technologie) mit optimierten ökologischen Werten.
Der starke Finishing-Bereich – exklusive Veit-Bügelprodukte-Vertretung (CH) sowie das ergonomische Wäschereizubehör – runden das professionelle Schulthess-Angebot ab.

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

Igeho: Halle 1.0, Stand A30

CARATELLO

Caratello in der «World of Design»

Das Weinsortiment gehört zu den wichtigsten Marketinginstrumenten eines guten Gastronomen. Deutlicher als jede Werbung sagt es dem Gast, ob in diesem Lokal ein Kenner mit Sorgfalt, Kompetenz und Liebe ein Angebot prägt, das für die Werte des Hauses steht und für den Gast zum Erlebnis wird.

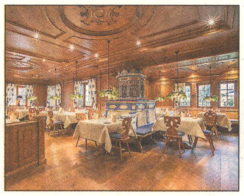
Am Caratello-Stand in der «World of Design» entdecken Sie neue Möglichkeiten, die italienischen Meisterweine für den Erfolg Ihres Weinangebots noch besser zu nutzen.

CARATELLO WEINE AG
Zürcher Strasse 204E
9014 St. Gallen
Telefon 071 244 88 55
Fax 071 244 63 80
info@caratello.ch
www.caratello.ch

Igeho: Halle 2.2, Stand D48

BAUR WOHNFASZINATION

Persönlichkeit und Ambiente



Begeistern Sie Ihre Gäste mit einem Ambiente, das die Persönlichkeit Ihres Hauses perfekt zum Ausdruck bringt. So schaffen Sie Wohlfühlwelten mit Charme, die für einen unvergleichlichen Erholungswert sorgen und Ihren Gästen in bester Erinnerung bleiben.
Sei es der einladende Empfang, die gesellige Lounge, das geschmackvoll gestaltete Restaurant mit Stil oder Gästezimmer mit Persönlichkeit – BAUR WohnFaszination plant und fertigt Ihre individuelle Hotel- und Gastronomieeinrichtung.
Ob im zauberhaften Landhaus-Look, klassisch elegant oder als Massivholzeinrichtung im puristisch-modernen Design – Innovation, Individualität und Qualität zeichnen die Einrichtungen des Komplett-einrichters aus.

BAUR WOHNFASZINATION GMBH
Gewerbegebiet Tiefenhäusern 2
D-79862 Höchenschwand
Telefon +49 (0) 7755-9393-0
Fax +49 (0) 7755 / 9393-29
info@baur-bwf.de
www.baur-bwf.de

Igeho: Halle 1.1, Stand C11

BEER GRILL AG

Attraktive Speisepräsentationen

Der Igeho Messestand der Beer Grill AG wird geprägt durch ein offenes und einladendes Standkonzept und ist mit einer Fläche von rund 180 m² deutlich grösser als noch an der Igeho 2011. Beer-like liegt das Hauptaugenmerk auf der modernen und attraktiven Speisenpräsentation und der variantenreichen Zu- und Aufbereitung der Speisen. Neben vielen Lösungen für die flexible Speisenpräsentation und -Ausgabe sind zwei Take-away- und ein Restaurant-Konzept «live» zu sehen. Der Take-away steht auch im Zentrum unserer Live-Präsentation, in der wir die ideale und flexible Verbindung von thermischen Geräten und Präsentationsvitrinen vorführen.
Die Highlights: • Neues Culinario Master Touch • Neuer Gasgrill • Culinario mit LED • Turbochef Encore • Kombidämpfer mit Touch-Steuerung • Samsung Mikrowellen • Pouletgrill in neuem Design
Wir freuen uns, Sie an unserem Stand begrüssen und Ihnen unsere Produktlösungen vorstellen zu dürfen.

BEER GRILL AG
Allmendstrasse 7
5612 Villmergen
Telefon 056 618 78 00
Fax 056 618 78 49
info@beergrill.com
www.beergrill.com

Igeho: Halle 1.0, Stand A14

BRITA

PURITY C Linie an der Igeho

Manchmal kommt es auf die Grösse an: Gerade im Kettengeschäft muss die Qualität selbst bei enormen Durchlaufraten konstant hoch sein. Die PURITY C Filter erhalten deshalb Zuwachs. Die neue Kartusche im Sortiment – PURITY C1100 Quell ST – eignet sich vor allem in Bereichen mit hohem Kundenaufkommen wie Coffee Shops, an Vendingautomaten und Tankstellen, denn sie liefert eine entsprechend hohe Kapazität von 11 500 Litern. Der Betrieb ist dank kompaktem Filterbett sowohl in vertikaler, als auch in horizontaler Lage möglich. Alle Vorteile des PURITY C Filterkopfsystems, wie die einfache Handhabung durch das Schnellwechselsystem oder der platzsparende Einbau durch Wassereingang und -ausgang an einer Filterkopfseite, sind natürlich zusätzlich enthalten. Schauen Sie sich unsere neue, innovative Lösung aus der PURITY C Linie an unserem Stand an der Igeho.

BRITA Wasser-Filter-Systeme AG
Gassmatt 6
6025 Neudorf
Telefon 041 932 42 00
Fax 041 932 42 31
info@brita.net
www.brita.ch

Igeho: Halle 1.1, Stand E103

CAFINA

Die neue Generation Vollautomaten

Cafina steht für Perfektion bei der Herstellung von Kaffeemaschinen. Dafür garantiert nicht zuletzt der langjährige Know-how-Transfer mit dem Mutterhaus: Das Hunzenschwiler Unternehmen gehört seit 25 Jahren zur Melitta-Gruppe und feiert dieses Jahr gemeinsam mit dem Mutterkonzern das Jubiläum «25 Jahre Vollautomaten-Kompetenz unter einem Dach».
Auf der Igeho 2013 in Basel präsentiert Cafina gleich zwei Neuheiten: die Melitta® Cafina® XT6, das erste Modell einer komplett neuen Vollautomaten-Generation, sowie den neuen Leiter Vertrieb René Koller, der den in den Ruhestand tretenden Willy Käser ersetzt.
Die Melitta® Cafina® XT6 steht unter dem Motto «Für das Beste in der Tasse» und garantiert maximalen Kaffeegenuss bei maximaler Wirtschaftlichkeit. Zu den Vorzügen gehören unter anderem das neu entwickelte, aromaschonende Mahlwerk und das neue Milchsystem für die produktbezogene Ausgabe von Warm- und Kaltmilchschaumvarianten.

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

Igeho: Halle 1.1, Stand F101

MINIBAR ENTERPRISES AG

Minibar und Türschliess-System

Minibar Systems präsentiert an der Igeho die neue energie-optimierte Minibar! Lassen Sie sich überraschen. Zudem stellen wir unsere SmartBox Serie 2 vor – der neue Safe mit fortschrittlicher Sicherheitstechnik, solider Stahl-Bauweise, einfachster Handhabung und zu einem erschwinglichen Preis. Und nicht zuletzt die Minibar Primo 60 – die bewährte Primo Technologie im grösseren Format, weiterhin im zeitlosen Design und absolut geräuschlos.

VingCard Türschliess-Systeme
Seit Januar 2013 sind wir exklusiver Schweizer Vertriebspartner von VingCard Türschliess-Systemen. VingCard widmet sich voll und ganz der Entwicklung elektronischer Sicherheits-Lösungen für die Hotellerie und gilt in der Industrie als weltweit etablierter Marktführer. Türschlösser und elektronische Schliesssysteme von VingCard geben jedem Hotel ein Höchstmass an Sicherheit.

Wir freuen uns auf Ihren Besuch.

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

Igeho: Halle 1.1, Stand D21

ILLYCAFE AG

Mehr Frische durch mehr Farbe

Die Kaffeerösterei Illycafé AG in Thalwil gibt ihren Espresso-Produkten ein neues Gesicht auf der Verpackung. Der aromasichere Stehbeutel mit Einwegventil hat ein Jahr vor dem 75. Geburtstag von Illycafé ein neues Design erhalten. Die Premiummischungen «Bel Etage», «Red Label» und «Gourmet» präsentieren sich jetzt in neuer Optik mit dezent mehr Farbe und einem einheitlichen Auftritt über die gesamte Range.
Dabei wird die Dachmarke Illy stärker in den Mittelpunkt gerückt, und die verschiedenen Linienbezeichnungen erscheinen in kleinerer und unscheinbarer Typografie. Durch die Farbverstärkung soll der Relaunch gleichzeitig mehr Frische symbolisieren.
Am vorzüglichen Inhalt jedoch hat sich laut Illycafé nichts geändert.

Überzeugen Sie sich an der Igeho.

ILLYCAFE AG
Wiesengrundstrasse 1
8800 Thalwil
Telefon 044 723 10 20
Fax 044 723 10 21
illycafe@illycafe.ch
www.illycafe.ch

Igeho: Halle 1.1, Stand E101

ML DESIGN AG

Individuelle Wellnesszonen

Seit 20 Jahren plant und realisiert die Firma ML Design AG Bäder und Wellnesszonen. Die Zusammenarbeit mit renommierten Architekten und anspruchsvollen Privatkunden steht bei ML Design genauso im Vordergrund wie die exklusiven Produkte, welche im grossen Showroom in Sissach präsentiert werden. Freistehende Whirlwanne, Pool, Dampfdusche, Sauna, bei der Gestaltung der Bade-/Wellness-Welten sind der Fantasie fast keine Grenzen gesetzt, die Vielzahl an Materialien und Farben ermöglichen, dass Träume von sinnlich-poetisch über pompös-prächtig bis hin zu schlicht und funktionell in Erfüllung gehen. Sei es für einen Neubau oder eine Renovation, die erfahrenen Spezialisten von ML Design planen nach Wünschen ihrer Kunden, beraten sie kompetent und bieten für jeden Geschmack, jedes Budget und alle Platzverhältnisse eine optimale Lösung. Das Gesamtkonzept, beste Materialien sowie termingerechte Installation sind zum Fixpreis garantiert.

ML DESIGN AG
Hauptstrasse 134
4450 Sissach
Telefon 061 361 88 20
Fax 061 361 19 63
info@ml-design.ch
www.ml-design.ch

Igeho: Halle 2.2, Stand B50

ROLAND (SWITZERLAND) AG

Musik und Ambiente

Musikalische Unterhaltung ist in vielen Hotels Tradition. Ganz besonders beliebt ist «live» gespielte Piano-Musik – sei es als diskreter Background zum Dinner, in der Lobby zum Gäste Treff oder abends in der Bar.

Roland Digital Grand Pianos sind hierbei eine wesentliche Stütze der Live-Musik geworden, denn diese Instrumente bieten viele Vorteile: Sie benötigen trotz intensiver Spielbeanspruchung keine weitere Wartung oder Stimm-Service. Sie sind temperaturunabhängig und äusserst flexibel in den Einsatzmöglichkeiten. Ausserdem lässt sich die Lautstärke jederzeit an die Raum-Akustik anpassen und erlaubt eine angenehme Gäste Unterhaltung.
In vielen führenden Hotels, Restaurants, Piano-Bars der Schweiz sind Roland Pianos im täglichen Einsatz und sorgen für die Unterhaltung der Gäste.

ROLAND (SWITZERLAND) AG
Landstrasse 5
4452 Itingen
Telefon 061 975 99 99
Fax 061 975 99 98
info@rolandmusik.ch
www.rolandmusik.ch

Igeho: Halle 2.2, Stand B34

RUGEN DISTILLERY

Edle Whisky-Raritäten

Seit mehr als fünf Jahren führt die Berner Oberländer Bierbrauerei Rugenbräu neben diversen Bierspezialitäten auch eigenen Whisky im Sortiment. In Interlaken wird unter einem Dach gebraut, gebrannt und gelagert, was so in dieser Form wohl einzigartig ist. Swiss Highland Single Malt heisst das edle Lebenswasser. Das über Jahrzehnte erworbene Know-how für die Herstellung von Bier kommt auch für die Whisky-Produktion voll zum Tragen.
Das edle Destillat, abgefüllt in original Oloroso-Sherry-Fässer, lagert im tiefen Rugen-Felsenkeller aus dem Jahr 1875. Drei Fässer des edlen Getränks reifen in einer Eisgrotte auf dem Jungfraujoch aus. Dieser Whisky wird völlig naturbelassen, unfiltriert und in Fass-Stärke von 57,6 Vol.% angeboten. Der «Ice Label» wurde 2012 bei DistiSuisse Kategoriensieger und als «Whisky des Jahres» ausgezeichnet. In Jim Murray's Whisky Bible erhält der Swiss Highland Single Malt «Classic» 95 Punkte.

RUGEN DISTILLERY
Wagnerenstrasse 40
3800 Matten b. Interlaken
Telefon 033 826 46 56
Fax 033 826 46 41
office@ruegenbraeu.ch
www.rugen-distillery.ch

Igeho: Halle 2.1, Stand A69

SAVIVA AG

Gastrokompetenz aus einer Hand

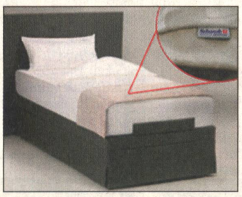
Mit seinem umfassenden Angebot hat sich Scana vom Zulieferer zum schweizweiten Kompetenzcenter der Gastronomie entwickelt. Neben der Sortimentsvielfalt weist Scana eine hohe Dienstleistungsstärke aus. Dies zeigt sich in einem ausgeprägten Service und Support, der über die persönliche Beratung durch den Aussendienst hinaus mit der eigenen internetbasierten Bestell- und Informationsplattform Scana Integrale innovative Wege zum Kunden beschreitet. Auf insgesamt 510 m² servieren wir, zusammen mit unseren vielen Markenpartnern, eine geballte Ladung Gastro-Kompetenz! Mit dem umfassenden Produkt- und Serviceangebot sind unsere Kunden für ihre gastronomische Zukunft bestens gerüstet. Davon können sich die Messebesucher vor Ort überzeugen und spannende Innovationen in den verschiedenen Sortiments- und Servicebereichen kennenlernen. Im Original-Scana-Casino im 2. Stock des Standes können die Besucher ihr Glück herausfordern und tolle Preise gewinnen. Les jeux sont faits!

SAVIVA AG
Geschäftsbereich Scana
Althardstrasse 195
8105 Regensdorf
Telefon 0444 870 82 00
Fax 044 870 84 01
info@scana.ch
www.scana.ch

Igeho: Halle 1.2, Stand B68

SWISSFEEL/SCHWOB AG

Bettsystem und Textilsortiment



Voll waschbares SWISSFEEL-Bettsystem (inkl. Matratzen!) mit Bettwäsche von Schwob.

Die Schweizer Hotellerie kann ihre gewünschten Leistungen in den Bereichen Textilsortiment und Bettsystem vollumfänglich aus einer Hand beziehen. Das traditionsreiche Berner Unternehmen Schwob und das dynamische Zürcher Unternehmen SWISSFEEL erbringen den Hotels, Reha-Kliniken und Residenzen in der Schweiz dank ihrer strategischen Zusammenarbeit Leistungen entlang der gesamte Wertschöpfungskette. Das Bekenntnis beider Firmen zu Qualität und Innovation garantiert der Hotellerie hervorragende, perfekt abgestimmte Dienstleistungen und Produkte. Insbesondere das Waschen der gesamten Matratze (wie Bettwäsche) stellt eine bahnbrechende Innovation dar, die der Hotellerie nicht nur einen Wettbewerbsvorteil sondern auch einen wirtschaftlichen Nutzen bringt.

SWISSFEEL/SCHWOB AG
Kirchbergstrasse 19
3401 Burgdorf
Telefon 034 428 11 11
Fax 034 428 12 22
schwob@swissfeel.com
www.schwob.ch

Igeho: Halle 1.1, Stand B51

PRODEGA/GROWA/HOWEG

Gemeinsam an der Igeho

Der Marktführer im Schweizer Abhol- und Belieferungsgrosshandel ist erstmals mit einem gemeinsamen Stand an der Igeho vertreten. Das Unternehmen stellt u. a. ihre neue Eigenmarke Quality vor. Diese bietet hervorragende Qualität zu attraktiven Preisen. Daran ändern auch der Namenswechsel von Excellency zu Quality sowie das neue Design nichts. Der Inhalt der Produkte ist genau der gleiche wie bis anhin, und dies bei allen über 500 bisherigen Excellency-Produkten. Auch das vielseitige Frischprodukte-Sortiment überzeugt mit einer Vielzahl an Produkten. Je nach Saison finden sich hier bis zu 1000 Produkte im Angebot. Dasselbe Sortiment kann einerseits via Webshop bestellt und in den Betrieb ausgeliefert oder direkt in den 28 Prodega/Growa Märkten eingekauft werden.

Prodega/Growa/Howeg ist zudem Presenting Partner des Journée romande vom 26.11.2013.

PRODEGA/GROWA/HOWEG
Transgourmet Schweiz AG
Lochackerweg 5
3302 Moosseedorf
Telefon 031 858 48 48
www.prodeda.ch
www.shophoweg.ch

Igeho: Halle 1.2, Stand A91

VILLEROY & BOCH AG

Professionelle Badgestaltung

Villeroy & Boch präsentiert das Systemkonzept Architectura, das sich an den Bedürfnissen von Installateuren und Architekten orientiert. Die Produktstruktur ist übersichtlich nach einem Baukastenprinzip angelegt. Das reduzierte Design ermöglicht eine grösstmögliche Freiheit bei der Raumgestaltung. Darüber hinaus wird die neue Spülfunktion DirectFlush gezeigt. DirectFlush-WCs haben einen offenen Spülrand, bei dem jedoch kein Wasser über den Rand spritzt. Durch den vollständig glasierten Rand lässt sich das WC besonders schnell und gründlich reinigen. Zudem stellt sich das Villeroy & Boch Info-Center vor, das ganzjährig für Fachpublikum und Endverbraucher in Lenzburg geöffnet hat. Die Ausstellung bietet Produkte aus den Bereichen Bad & Wellness, keramische Küchenspülen sowie Fliesen. Erfahrene Fachberater helfen bei der Planung von Bad- und Wellnesseinrichtungen und können auf Wunsch Badezimmer für jeden Anspruch mit einem professionellen 3D-Planungsprogramm visualisieren.

VILLEROY & BOCH AG
Marktmattenstrasse 23
5600 Lenzburg
Telefon 062 886 38 60
Fax 062 886 38 62
info.baederschweiz@villeroy-boch.com
www.villeroy-boch.com

Igeho: Halle 2.2, Stand B42

REBAG DATA AG

The protel Guest Journey

Wie glücklich und zufrieden ein Gast ein Hotel verlässt, hängt wesentlich davon ab, wie gut betreut er sich gefühlt hat, und zwar nicht nur während des Aufenthalts, sondern auch vorher und nachher. Mit gastzugewandten Anwendungen wie mobilen Apps, Messenger-Systemen oder Umfrage-Tools kann ein Hotel gezielt Einfluss darauf nehmen, wie ein Gast das Service-Angebot des Hauses wahrnimmt und bewertet.
protel bietet für die reibungslose Interaktion mit dem Gast eine ganze Suite von massgeschneiderten Cloud-Modulen an. Alle Bausteine arbeiten reibungslos mit dem zentral eingesetzten protel PMS zusammen. Die App protel Voyager geht sogar noch einen entscheidenden Schritt weiter: Sie läuft auf dem Smartphone des Gastes und dockt ihn an den Datenfluss im Hotel an.

Erleben Sie die «protel Guest Journey – Marketing rund um den Gast» an der Igeho 2013 in Basel.

REBAG DATA AG
Einsiedlerstrasse 533
8810 Horgen
Telefon 044 711 74 10
Fax 044 711 74 29
info@rebag.ch
www.rebag.ch

Igeho: Halle 1.1, Stand A41

SCHWOB AG LEINENWEBEREI

Le Nouveau Chef - exklusiv bei Schwob

Der Schlüssel zum Erfolg von Le Nouveau Chef ist die perfekte Passform, die hohe Funktionalität und das hervorragende Preis-Leistungs-Verhältnis. Der persönliche und direkte Kontakt vom Designer und Entwickler von Le Nouveau Chef mit den Kunden gewährleistet die kontinuierliche Weiterentwicklung der Kochbekleidung.

Kochjacke LE PATRON
Das ganze Wissen aus mehr als 25 Jahren praktischer Erfahrung mit Styling, Passform und Materialien kommt in diesem Top-Modell zusammen. Für die Kochjacke LE PATRON wurde 100% langstapelige ägyptische Baumwolle mit Knitterschutz verwendet. Vom klassischen Hilton-Modell inspiriert, entstand das Modell LE PATRON – jedoch wurde dem neuen Top-Modell ein modernerer Look verpasst. Der Look der Jacke ähnelt der Form eines Champagnerglases, was sie einzigartig macht. Auf der Innenseite sind die Nähte zusätzlich verarbeitet, was zu einem unvergleichlichen Tragekomfort führt.

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

Igeho: Halle 1.1, Stand B51

HAEFELE SCHWEIZ AG

Erfolgreiches System Dialock

Häfele Dialock ist eines der weltweit erfolgreichsten Identifikations- und Schliesssysteme. Besonders erfolgreich ist das System Dialock in der Schweiz. Die Hauptgründe dafür sind die Sicherheit, die Organisationsfähigkeit, die Wirtschaftlichkeit, der Komfort und das überragende Design. Vor allem honorieren die Kunden jedoch die Qualität, der die Häfele Engineering-Leistungen und die Produktion in einem Häfele Werk zugrunde liegen.

Dialock wird besonders gelobt für
- optimale Funktionalität
- exzellenten Komfort
- perfekte Organisation
- hohe Sicherheit
- gehobenes Türen-Design
- einfaches, berührungsloses Öffnen und Schliessen der Zimmertüren

Als erfolgreiche Hersteller- und Handelsfirma garantieren wir Ihnen ein hochwertiges Produkt mit einem ausgezeichneten Kosten-Nutzen-Verhältnis. Sie werden auch nach dem Kauf zufrieden sein.

HAEFELE SCHWEIZ AG
Dammstrasse 29
8280 Kreuzlingen
Telefon 071 686 82 00
Fax 071 686 82 82
info@haefele.ch
www.haefele.ch

Igeho: Halle 2.2, Stand D54

RIVELLA AG

Optimale Fruchtsaft-Lösung

Sind Sie auf der Suche nach der optimalen Fruchtsaft-Lösung? Dann besuchen Sie uns an der Igeho in der Halle 1.1 am Stand E102. Wir präsentieren das etablierte Express Dispenser-System sowie smart pack, beides Produktekonzepte der Marke Michel. Das Besondere an smart pack ist, dass das Konzentrat bei der Verarbeitung schonend in einen Standbeutel abgefüllt und sofort tiefgefroren wird. Dadurch werden die Produkte weder pasteurisiert noch beinhalten sie Konservierungsstoffe. Zudem braucht das Produkt nur sehr wenig Lagerplatz.
Erst kurz vor dem Ausschank im Gastronomiebetrieb wird das Konzentrat aufgetaut und mit Wasser gemischt. Durch dieses spezielle Verfahren schmeckt der fertige Fruchtsaft oder -nektar jederzeit besonders frisch. Überzeugen Sie sich davon an unserem Messestand, wir freuen uns auf Ihren Besuch!

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 1.1, Stand E102

ROVIVA

Herbstaktion fürs Hotel

roviva wird auch dieses Jahr wieder mit über 70 m² Ausstellfläche an der Igeho in Basel vertreten sein. Nebst speziell für den Hotelbereich gefertigten Matratzen, Systemrahmen, Betten, Duvets, Kissen, Moltons und Encasings präsentieren wir Ihnen unsere interessanten Neuheiten, wie zum Beispiel das neue Boxspringbett. Wahlweise können Sie zwischen 3 verschiedenen Kopfteilen und aus über 30 unterschiedlichen Möbelstoffen und Kunstledervarianten kombinieren. Unsere Hotelmatratze arcus komplettiert das einzigartige Boxspring-Feeling für Ihre Gäste.
Überzeugen Sie sich von echter Schweizer Qualität zu fairen Preisen.

Ab dem 1. Oktober bis zum 31. Dezember 2013 profitieren Sie zusätzlich von unserer Herbst-Aktion.
Mehr Informationen erhalten Sie unter www.roviva.ch.

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

Igeho: Halle 1.1, Stand C13

ONDAMEDIA GMBH

Smarte Lösungen – Neuste Technik

Neuste Technik, Funktionalität und Design Ihnen näher zu bringen, das ist unsere Motivation. Mit den Lösungen der Ondamedia …

- Infotainment
- Fernseher
- Sender
- WLAN
- Internet
- und mehr

… begleiten wir Hoteliers sicher in die Zukunft und orientieren objektiv über die jeweiligen Möglichkeiten. Die Kombination aus technischem Know-how und dynamischer Beratung ermöglicht es, die massgeschneiderte Lösung für jeden Kunden zu finden. Technik, die Ihnen und Ihren Gästen Freude bereitet, ist unser täglicher Ansporn, weiterzukommen.

Wir danken Ihnen für den Besuch an unserem Messestand und freuen uns, Sie bald wieder zu sehen – wir sind gerne für Sie da!

ONDAMEDIA GMBH
Baarerstrasse 75
6300 Zug
Telefon 041 56 71 30
Fax 041 56 71 33
on@ondamedia.ch
www.ondamedia.ch

Igeho: Halle 1.1, Stand D31

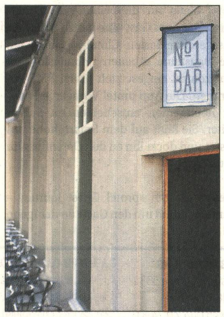
htr hotelrevue
Nr. 47 / 21. November 2013

Basels Beizen bieten für alle etwas

Eine Trendtour durch Basels Gastronomie zeigt dessen Reichhaltigkeit: Im Volkshaus überrascht die Grösse, die Cafébar Salon erinnert an ein Wohnzimmer. Ein Einblick.

GUDRUN SCHLENCEK

Nummer 2: Die Brasserie im Volkshaus Basel bietet Platz für bis zu 160 Personen. Fotos: zvg/Adriano Biondo



Die Nummer 1 der Volkshaus Basel Betriebs AG: die Bar.

Grosszügig: das Innenleben der Bar im Volkshaus.

Die Basler Gastronomie ist geprägt durch die multikulturellen Einflüsse im Dreiländereck. So vielfältig wie die Einflüsse, so vielfältig zeigt sich die Gastronomie: Ausländische Betreiber wechseln sich mit Lokalmatadoren ab, professionelle Gastrounternehmen im Expansionsfieber mit Genossenschaftsbeizen. Wer mehr über den Charakter der Basler Gastronomie erfahren möchte, dem sei die Igeho-Trendtour zu den Gastro-Hotspots von Basel empfohlen. Trendtourenguide und Organisator ist die B&N Service AG aus Zürich, die weltweit Gastro-Trendtouren für Profis durchführt. Die Mitarbeiter von B&N geben einen fundierten Einblick in trendige Gastronomie-Konzepte, je nachdem stehen vor Ort noch die Betriebsleiter Rede und Antwort.

Während der fünfstündigen Trendtour – gestartet wird an jedem Messetag um 17 Uhr direkt an der Messe selbst – wird der Igeho-Besucher durch rund 15 Basler Gastronomiebetriebe geführt. Eine der vorgestellten Trend-Lokalitäten ist die Restauration im «Volkshaus» der Stadt Basel, welches im letzten Jahr mit der durch Herzog & de Meuron gestalteten Bar und Brasserie seine gastronomische Auferstehung feierte. Betreiber ist die Volkshaus Basel Betriebs AG mit Hauptaktionär Leopold Weinberg, dem auch der Schwesterbetrieb Hotel Helvetia in Zürich gehört, wo die bekannte Jungköchin Françoise Wicki als Küchenchefin wirkt.

In Basel hat das Unternehmen Grosses vor, die Räumlichkeiten des Volkshauses, welche Weinberg im Baurecht auf 100 Jahre hin erworben hat, lassen solches allein schon aufgrund der bestehenden Flächen auch zu. Als Eventlocation zählt das Volkshaus zu den Grössten in Basel: Der Festsaal fasst bis zu 1350 Peronen, Top-Anlässe wie zur Uhren- und Schmuck-Messe finden hier regelmässig statt. Die Brasserie bietet bis zu 160 Personen Platz, die Bar für 80, dazu kommt der Biergarten mit nochmals 140 Plätzen. Brasserie, Bar und Biergarten tragen die Nummern 1 bis 3 als Namen, die Zahl verrät, an welcher Stelle der neuen Volkshaus-Geschichte das jeweilige Outlet steht.

Die grossen Flächen seien auch eine Herausforderung in Sachen Auslastung, verrät Leopold Weinberg, die Umsatzaufteilung zwischen Bankett und öffenticher Gastronomie ist aktuell fifty-fifty. Zusätzlichen Schwung für beides erhofft er sich mit dem geplanten Boutiquehotel mit 37 Zimmern, das ähnlich daherkommen soll wie das «Helvetia» in Zürich. Dafür braucht es aber noch eine Baueingabe, die Eröffnung kommt frühestens 2016. Das Hotel soll die Nummer 7 tragen, die Nummern 4 bis 6 wurden den Sälen verliehen. Als Nummer 8 ist eine Bar geplant, als Nummer 9 folgt zeitgleich mit dem Hotel ein Delikatessenladen.

Fortsetzung auf Seite 13

ANZEIGE

Lassen Sie sich inspirieren von unseren Neuheiten!

Besuchen Sie uns an der Igeho in Basel, vom 23. - 27. November 2013
Halle 1.0, Stand A14

Und entdecken Sie die innovativen Speisenpräsentations-Konzepte der Zukunft!

Für weitere Informationen kontaktieren Sie uns bitte unter:
info@beergrill.com oder Tel. +41 (0)56 618 7800

Food perfectly presented BEER

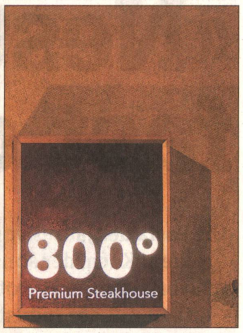
Fortsetzung von Seite 12

Ein Highlight der Trendtour, gerade weil die Lokalität so ungewöhnlich unkonventionell daherkommt, ist die Cafébar Salon an der Sperrstrasse in Basel, nicht allzu weit vom Messeplatz entfernt. Inhaberin Andrea Schmeitzky begrüsst die Gäste herzlich – dass sie mit Leib und Seele hinter ihrem Lokal steht, spürt der Gast sofort. Die gelernte Hotelfachfrau steht auch selbst am (Ikea-) Herd, für eine durch und durch professionelle Einrichtung reichte das Budget bei der Eröffnung vor zwei Jahren nämlich nicht.

Trotz begrenzter Kücheninfrastruktur schafft es Andrea Schmeitzky, Köstlichkeiten zu zaubern, wie sie der urban-bewusste Mensch heute zunehmend verlangt. Ihre Kreationen von Quarktorte bis Hamburger sind alle frei von tierischen Zutaten, sprich vegan, möglichst aus biologischen Zutaten gekocht und ganz sicher aus der Region. Auch wenn Regionalität dabei etwas weiter gefasst wird: Sojaprodukte bezieht Schmeitzky über Soyana aus Norditalien, aber damit zumindest nicht aus den USA. 28 Sitzplätze bietet das Café, eingerichtet mit geerbten oder geschenkten Möbeln, dazu kommt der Salon Rouge für Veranstaltungen mit nochmals 16 Sitzplätzen.

Grösse zeigt Andrea Schmeitzky bei externen Anlässen, für die sie ebenfalls ausschliesslich vegan kocht. Am Jugend- und Kultur-Festival Basel hat sie während drei Tagen 2000 Personen verpflegt – direkt aus ihrer Cafébar-Küche. Die vegane Kochkunst, wie Andrea Schmeitzky sie zelebriert, treibt die Warenkosten natürlich in die Höhe: Beim Wrap rechnet sie mit 40 Prozent Wareneinsatz, beim Cheesecake sogar mit 50 Prozent, dies bei Verkaufspreisen von 10.50 respektive 7 Franken. «Wir sind keine Luxuslokalität, entsprechend muss auch die Preispolitik ausfallen», verdeutlicht Andrea Schmeitzky. Höhere Verkaufspreise, um den Anteil der Warenkosten am Umsatz zu senken, lägen schlicht nicht drin.

Fast das Gegenteil erwartet den Besucher im «800 Grad Premium Steakhouse» am Riehenring – zumindest in Sachen Produktsortiment. Das Steakhouse hat sich, wie der Name unschwer vermuten lässt, ganz dem Thema Fleisch verschrieben. Gleichzeitig wird auch bei diesem viel Wert auf Nachhaltigkeit und Regionalität gelegt: Das Fleisch ist von bester Qualität und stammt weitgehend aus der Schweiz. Rind- und Schweinefleisch tragen das Label «SwissPrimGourmet», welches für tierfreundliche Haltung und natürliche Fütterung sowie hundertprozentige Rückverfolgbarkeit steht. Das biozertifizierte Poulet kauft das Restaurant in Frankreich ein. Und die Crevetten stammen aus nachhaltiger Zucht und werden von Dyhrberg in Balsthal bezogen.

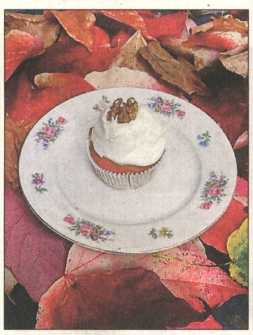


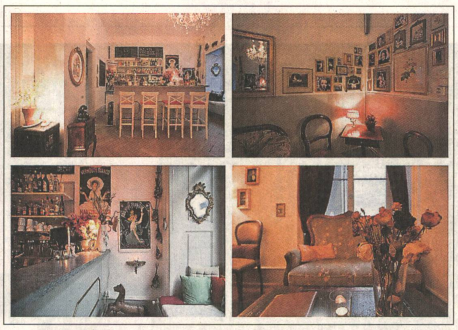
Im Premium-Steakhouse gibt es Schweizer Fleisch nach amerikanischer Machart. zvg

Das besondere Markenzeichen des 800-Grad-Steakhouse ist aber die Zubereitung: Auf einem eigens aus den USA eingeführten Grill wird das Fleisch bei einer Temperatur zwischen 580 und 800 Grad gebraten. Die hohe Hitze lässt den Zucker im Fleisch karamellisieren und ergibt so eine ganz spezielle Kruste. Der Gast kann zwischen vier verschiedenen Garstufen wählen. Verrechnet wird das Fleisch pro 100 Gramm Rohgewicht, die beste Qualität beim Rindsfilet kostet 28 Franken pro 100 Gramm. Die Durchschnittsausgaben pro Gast liegen bei 60 bis 90 Franken.

Wer abends im Basler Steakhouse essen möchte, sollte reservieren: Die bisher 45 Plätze waren jeweils allabendlich ausgebucht. Seit dem 11. November bietet das Steakhouse 20 Sitzplätze zusätzlich. Mehr Chancen hat man zur Mittagszeit: Zum Lunch sind in der Regel maximal die Hälfte der Plätze besetzt.

Anmeldung: www.bn-service.ch





Alles vegan: In der Küche der Cafébar Salon werden Köstlichkeiten ohne tierische Zutaten kreiert. zvg/Kostas Maros

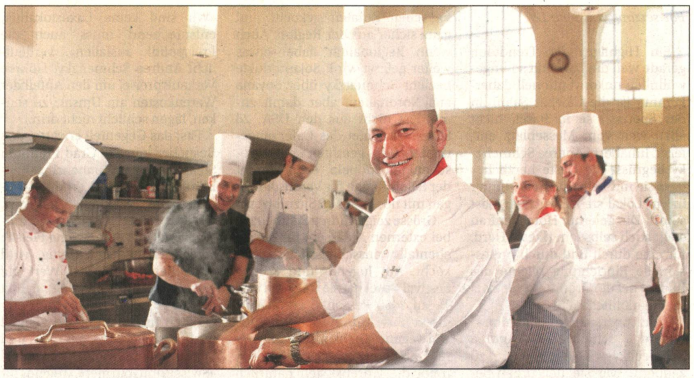
ANZEIGE

htr hotelrevue
Nr. 47 / 21. November 2013

«Nestlé-Pasta fast original»

Die Pasta des Jahres von Buitoni stammt von einem Koch, der sonst auf Hausgemachtes schwört. Warum er trotzdem die Zusammenarbeit mit der Industrie sucht, erklärt Kurt Röösli, Küchenchef im «Waldhaus» Sils-Maria, im Interview mit der htr hotel revue.

GUDRUN SCHLENCZEK



Kurt Röösli schwört auf seine Mitarbeitenden: «Nur ein gutes Team sichert den Erfolg.» zvg

Kurt Röösli, Sie präsentieren an der Igeho am Stand von Nestlé Foodservice jene Pasta, mit der Sie den Buitoni-Wettbewerb gewannen: Was ist das für eine spezielle Pasta?
Die «Quadracci alla bietola e erbette» ist gefüllt mit Mangold und Kräutern aus dem Puschlav, abgeschmeckt mit Zitronenabrieb. Ich suchte nach einem neuen Produkt für die Füllung – Lachs, Ricotta, Spinat, Tomate, das kennt man schon. Zudem wächst Mangold selbst bei uns auf 1800 Metern – also ein ideales Produkt für die Gastronomie in Ferienregionen.

Nestlé wird Ihre Kreation als Jahrespasta im grossen Stil produzieren. Erkennen Sie sich in dem Convenience-Produkt noch wieder?
Nestlé hat natürlich eigene Lieferanten und musste für die Grossproduktion das Rezept leicht abwandeln. Das war Teil der Abmachung im Vorfeld des Wettbewerbs. Aber ich war erstaunt: Das Ergebnis kommt geschmacklich sehr nahe an meine eigene Kreation heran.

Sind Convenience-Produkte per se also nicht schlechter?
Als Koch weiss man, dass die Industrie auch nicht anders kocht, einfach in grösseren Mengen. Auch ich greife auf Convenience-Produkte zurück: Wenn plötzlich Personalknappheit besteht, ist es gut, wenn man als Chef weiss, wo man qualitativ Hochwertiges zukaufen kann. Auch bei Grossanlässen, bei denen für den Kunden der Preis im Vordergrund steht, kommt bei uns durchaus Fertigpasta zum Einsatz.

«Nach dem Gast und dem Mitarbeiter kommt für mich schnell der Bauer.»
Kurt Röösli
Hotel Waldhaus Sils-Maria

Wie unterscheiden Sie gute von schlechten Convenience-Produkten?
Man hat ja ein Bild von einem Produkt im Kopf. Wenn das Convenience-Produkt diesem Bild entspricht, erfüllt es die Anforderungen. Beispiel gefrorene Spinatwürfel: Hier muss Farbe und Geschmack, wie man sie vom Spinat her kennt, stimmen.

Sie kaufen viele Pro-Specie-rara-Produkte direkt beim Bauern ein: Finden Sie immer genug Rohware, um das zu kreieren, was Sie wollen?
Ich warte nicht, bis der Bauer kommt und mir seine Produkte anbietet. Sondern ich sage, was er für mich anbauen könnte, suche das Gespräch und treffe Vereinbarungen mit den Landwirten. Wir machen dann konkret Termine für die Lieferung der Produkte ab. Danach richte ich meine Küchenplanung. Je nachdem gibt es dann mal ein Yak-Buffet oder ein Specie-rara-Buffet.

Kaufen Sie Bio-Produkte?
Ich unterstütze täglich Bio-Bauern, bin aber von der integrierten Produktion genauso überzeugt. Diese lässt dem Bauern mehr Freiheiten. Ich gebe Ihnen ein Beispiel: Gemäss Bio-Richtlinien darf ein Kaninchen kein Restbrot vom Bäcker fressen, wenn es nicht bio ist. Das kann ich nicht zu hundert Prozent verstehen.

Wie schaffen Sie einen so guten Bezug zu den Bauern?
Wichtig ist es, ein verlässlicher Partner zu sein. Wenn ich verlange, dass der Bauer eine Marktfrucht für mich anbaut, muss ich die Ware nachher auch abnehmen. Zudem zeige ich echtes Interesse an den Erzeugnissen und drücke meine Wertschätzung aus. Ich verlange nicht nach Tomaten, wenn Randenzeit ist, das stresst den Bauern nur. Für mich kommt nach dem Gast und dem Mitarbeiter schnell der Bauer.

Sie wollen den Bauern faire Preise zahlen. Gibt es eine Schmerzgrenze?
Der Preis muss reell sein. Wenn ich für Tomaten aus unseren südlichen Tälern pro Kilo 6 bis 8 Franken zahle, ist das für mich angemessen. Verlangt der Bauer 12 Franken, dann suche ich das Gespräch.

Sie sind gelernter Koch. Viele andere auch. Warum haben nicht alle Köche diesen Bezug zum Produkt?
Sicher war meine Kindheit prägend. Meine Grosseltern waren Bauern. Mit acht Jahren konnte ich schon melken. Landwirt – das war mein Traumberuf. Aber ein Bauer ohne Land, das geht nicht gut. Deshalb wurde ich Koch.

Sollten Köche grundsätzlich mehr Bezug zur Scholle haben?
In einer Ferienregion finde ich das sehr angebracht. Für einen Koch, der am Flughafen arbeitet, ist das sicher anders.

Sie kochen nicht nur anders, Sie führen auch anders und erhielten bereits den Titel Lehrmeister des Jahres: Was ist hier Ihr Credo?
Viel loben und für die verschiedenen Charaktere der Mitarbeiter offen sein. Ich versuche immer, das Gute in allen zu sehen. Fehler dürfen passieren, und wenn der gleiche Fehler wiederholt passiert, dann ist das auch ein Führungsfehler. Natürlich gehe ich voraus als Chefkoch, aber ich schaue, dass alle mitkommen. Am Ende vom Tag geht es mir gut, wenn es meinen Mitarbeitern gut geht.

Sie setzen wie die aktuelle Gault-Millau-Köchin des Jahres Tanja Grandits auf Teamwork: Ändert sich der Arbeitsstil in Schweizer Profi-Küchen?
Der hat sich in den letzten Jahren bereits sehr geändert. Heute sind Küchen, wie die unsrige, offen für den Gast – allein deshalb liegt ein lautstarker Befehlston als Führungsinstrument nicht mehr drin. Nur ein gutes Team sichert den Erfolg.

Stand B44, Halle 1.2

ANZEIGE

Ein gutes Ragout will Weile haben

Moderne Garmethoden wie das Sous-vide-Verfahren oder Niedergaren verhelfen Fleisch zweiter Qualität zu einer Art Renaissance. Schmorstücke werden so ganz zart.

GUDRUN SCHLENCZEK

Rindfleisch ist ein stabiles Geschäft, das zeigen die Zahlen des Schweizer Fleischmarktes. Der Konsum hat sich auf konstantem Niveau eingependelt, im Gegensatz zum Schweinefleisch, das inzwischen von Poulet überholt wurde. Verschiebungen gibt es allerdings innerhalb des Rindfleischmarktes, denn Rindfleisch ist nicht gleich Rindfleisch. Da bestehen nicht nur Unterschiede zwischen Rassen, Aufzucht und Mast – in erster Linie unterscheidet der Rindfleischhandel zwischen erster und zweiter Qualität. Erstere ist die im Detailhandel wie in der Gastronomie begehrte und dort auch am häufigsten eingesetzte: Sie stammt meist vom männlichen Jungtier, das in der Regel 14 bis 16 Monate gemästet wurde.

«Praktisch alle Fleischgerichte können mit Sous-Vide zubereitet werden.»
Micha Schärer
Koch

Fleisch zweiter Qualität stammt vom weiblichen Jungrind

Die zweite Qualität bezeichnet ältere Tiere zwischen 14 und 28 Monaten. Es handelt sich hier um weibliche Jungrinder, bei denen sich nach der Aufzucht herausgestellt hat, dass sie für die Milchproduktion ungeeignet sind.

«Die Altersdifferenz bedeutet aber nicht, dass das Fleisch qualitativ oder ernährungsphysiologisch irgendwie schlechter ist», betont Peter Schneider von Proviande. Entscheidend für das Resultat auf dem Teller ist vielmehr die Art, wie der Koch mit der Rohware umgehe. «Ein gutes Fleischgericht braucht Zeit.» Zeit beim Einkauf, Zeit bei der Lagerung, Zeit bei der Verarbeitung. Mit genügend Zeit entwickelt sich dann auch Fleisch der zweiten Qualität zu einem Produkt, das von jenem der ersten kaum mehr unterscheidbar ist. Gleichzeitig ist solches Fleisch preiswerter im Einkauf: Bei guten Stücken liegt der Kilopreis von Fleisch älterer weiblicher Tiere gut und gerne 10 Franken unter jenem von männlichen Jungrindern. Bei Proviande registriert man denn auch eine gesteigerte Nachfrage nach Rindfleisch zweiter Qualität. Vor allem moderne, langsame Verarbeitungsmethoden wie Sous-Vide und Niedergaren trügen zu dieser Entwicklung bei, konstatiert Schneider. «Dank Sous-vide-Verarbeitung erleben Schmorstücke eine Art Renaissance.»

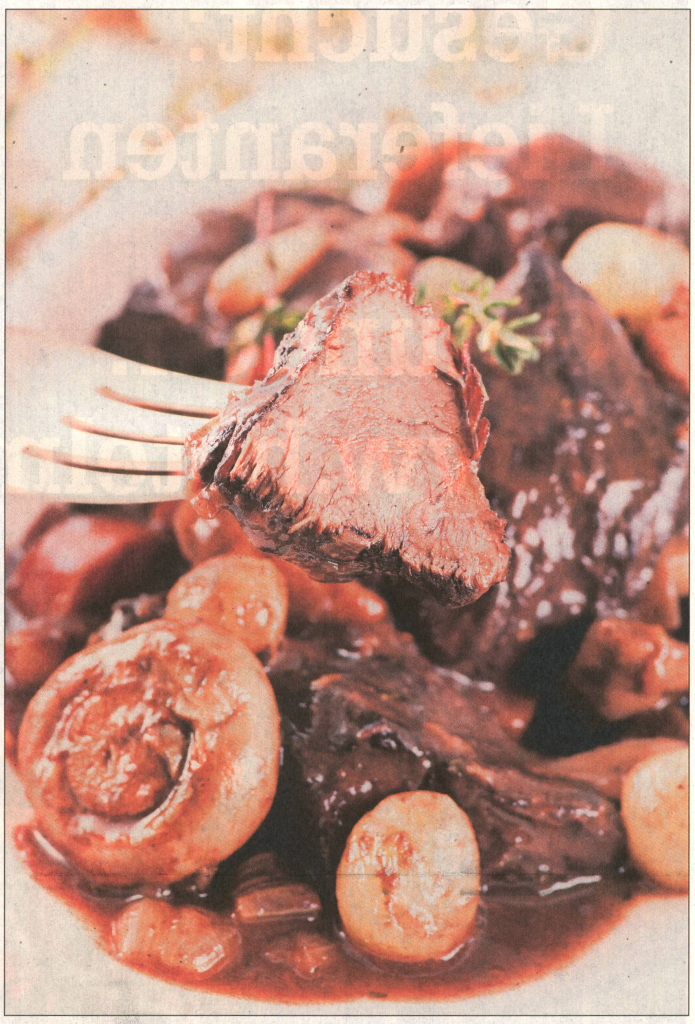
Langes Garen, Lagern und Massieren nehmen Fasrigkeit

Einer, der voll auf den Trend setzt, ist Lifestylekoch Micha Schärer. «Praktisch alle Fleischgerichte können mit Sous-Vide zubereitet werden», schwärmt Schärer. Wie das geht, wird der junge Kochstar an der Igeho am Stand von Schweizer Fleisch demonstrieren. Die Zubereitung von Ragout, Filet und Entrecôte stehen auf dem Programm. Neben dem zarten Resultat lobt Schärer die grosse Zeitersparnis und das «saubere Mise en place», wenn man gleich portionsweise kocht. Das Prinzip, das hinter all den neuen Garmethoden steckt, ist immer das gleiche: Das Fleisch verliert durch den langen Koch-Prozess seine Fasrigkeit. Für mehr Zartheit kann aber auch schon vor dem Kochen gesorgt werden. Schneider empfiehlt, Fleisch immer mindestens zehn Tage gekühlt liegen zu lassen. Milchsäurebakterien spalten in dieser Zeit die langen Fasern. Eine andere Möglichkeit ist das mechanische Behandeln, beispielsweise in einem Tumbler. Solches Fleisch müsse dann innert nützlicher Zeit verarbeitet werden, so Schneider.

Igeho Halle 1.2, Stand D23

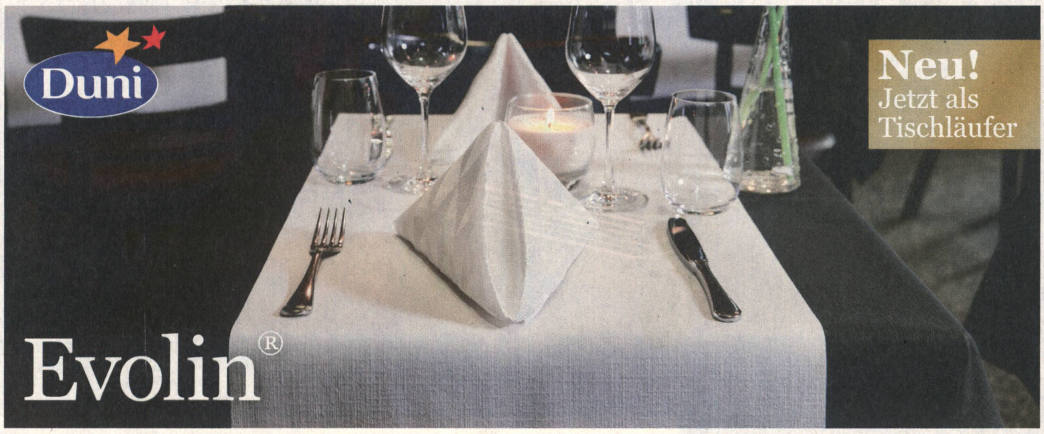
Sous-Vide
Wie das Ragout butterweich wird

Das Rezept von Micha Schärer für ein Ragout im Sous-vide-Verfahren: Ragoutstücke würzen und marinieren und kurz in Öl anbraten. Danach ein Mirepoix anbraten und mit Rotwein ablöschen. Ragout beigeben und mit Fond aufgiessen. Danach das Ragout im Schockkühler auskühlen und in hitzeresistente Vakuumsäcke abfüllen. Das Sous-vide-Bad auf 80 °C erwärmen und die Ragoutsäcke über Nacht während 12 Stunden garen. Anschliessend die Säcke im Schockkühler herunterkühlen. Vor dem Servieren Ragout nochmals aufkochen, abschmecken, Sauce einreduzieren und servieren.



Professionell verarbeitet werden Schmorstücke zum Hochgenuss. Sous-Vide heisst eine der Trendtechniken, mit denen Fleisch zart wird. zvg

ANZEIGE



Duni.com

Evolin® endlich auch als Tischläufer

Endlich keine verzogenen Läufer mit Querfalten mehr, das lästige Kontrollieren der gereinigten Tischwäsche entfällt. Evolin® ist perforiert auf der Rolle und dadurch platzsparend und faltenfrei zu lagern. Der Läufer lässt sich bequem und schnell verarbeiten. Decken Sie einige Bereiche des Restaurants mit Evolin®-Tischdecken und in anderen Bereichen mit Tête-à-Tête-Läufern ein. Das sorgt optisch für Abwechslung und sieht einfach toll aus.

DUNI AG · Lettenstrasse 11 · 6343 Rotkreuz · Tel. 041 798 01 71 · info_switzerland@duni.com

Gesucht: Lieferanten

Gefunden: www.hotelmarktplatz.ch

hotel
marktplatz.ch
Eine Dienstleistung von hotelleriesuisse