

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue
Herausgeber: hotelleriesuisse
Band: - (2014)
Heft: 36

Anhang: zagg
Autor: [s.n.]

Nutzungsbedingungen

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

Conditions d'utilisation

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

Terms of use

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

Download PDF: 23.03.2026

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



Kochkunst

Neue Zagg-Wettbewerbe und neue Sorgen beim Team-Kampf: Die Regionalequipes fehlen.
Seite 4 und 5



An der Messe auf Einkaufstour: An der Zagg 2014 gilt es, neue Aussteller zu entdecken. Um dann einen Korb voller Ideen mit nach Hause zu nehmen.

Fotolia/723/rf/Bildmontage htr

Frischer Messe-Auftritt

Neue Messehalle, neue Möglichkeiten: Eine voll ausgebuchte Zagg 2014 überrascht in Luzern mit vielen Attraktionen.

GUDRUN SCHLENCEK

Neu, grösser und sinnlicher: Die Gastronomie Zagg präsentiert sich dieses Jahr auf dem neuen Luzerner Messegelände mit mehr Raum und einer neuen Halle 1, dem Herzstück des Messeplatzumbaus. Damit konnten die Organisatoren erstmals dem Ausstellerandrang gerecht werden: Eine Warteliste wie in den letzten Jahren gab es nicht. Die Nachfrage

entspricht dem erweiterten Angebot – bereits im Juli konnte die Messe den letzten Quadratmeter verkaufen. Gut 1000 Quadratmeter mehr Ausstellungsfläche und 7 Prozent mehr Aussteller bietet die Zentralschweizer Gastgewerbemesse im Vergleich zur Zagg vor zwei Jahren. «So viele Aussteller hatte die Zagg noch nie», freut sich Messeleiterin Suzanne Galliker.

Namhafte nationale Firmen als neue Aussteller

Ob aufgrund der neuen Hallensituation oder aufgrund der engagierten Organisatoren sei dahingestellt: Die diesjährige Zagg zählt auf jeden Fall nicht nur mehr Aussteller, sondern unter den neuen Ausstellern finden sich auch einige namhafte Firmen – wie Hiestand, Nestlé, die drei Migros-Firmen respektive Linien Jowa, Mérat und «i gelati» sowie die Brauerei Schützengarten als grösste Bierbrauerei der

Ostschweiz. Das zeigt auch, dass die Zagg bereits weit mehr als eine regionale Messe ist: Der Schwerpunkt liegt auf der Deutschschweiz. Den Röstigraben übersprungen hat dieses Jahr der Cash & Carry-Anbieter Aligro. Das Unternehmen aus dem Waadtland stellt erstmals in Luzern aus.

Die Messe muss aber auch zwei namhafte Abgänge in Kauf nehmen: Pistor, mit Sitz in der Zentralschweiz eigentlich ein «Stammkunde» der Messe, und Electrolux bleiben der Zagg 2014 fern. Suzanne Galliker bedauert das, ist aber zuversichtlich: «Es kommt immer wieder vor, dass Firmen sich



«So viele Aussteller wie dieses Jahr hatte die Zagg noch nie.»

Suzanne Galliker
Messeleiterin Zagg

Galliker. Im Fokus der Gastronomie steht denn auch nicht der Hotelier, sondern der Gastronom. «Es ist einfach eine Tatsache, dass wir weniger Hoteliers als Gastronomen als Besucher zählen», meint Suzanne Galliker, aber schliesslich sei ja der Hotelier – in

zurückziehen – um nach ein paar Jahren wieder anzuklopfen.»

Die neue Hallensituation ermöglicht ein neues Messekonzzept mit diversen Sonderschauen, die sich durchwegs der Kulinarik und ihrem Genuss verschrieben haben. «Besucherumfragen zeigen, dass der Besucher Food & Beverage sehen will», verdeutlicht Suzanne

der Schweiz – in aller Regel auch ein Gastronom. Immer mehr Besucher, nämlich bereits rund ein Fünftel, kämen dafür aus der Gemeinschaftsverpflegung, stellt die Messeleiterin fest.

Das Dach zur sinnlichen Präsenz: Sonderschau «1000 Sinne»

Das Dach zur sinnlichen Präsenz der Zagg 2014 bildet die Sonderschau im Eingang zu den Hallen 1 und 2: Mit «1000 Sinne» will die Messe die erwarteten 30 000 Besucher sinnlich berühren und deren Sinne wecken: Damit diese dann mit wachen Sinnen all die Sinneseindrücke, welche die Messe bietet, noch besser wahrnehmen können. Wie beispielsweise die Kochspektakel mit innovativen Messeprodukte im neuen Forum Futura (Seite 2) oder die Nacht der Gastronomen: Hier werden in feierlichem Rahmen Träger gastronomischer Wettbewerbspreise noch einmal gross geehrt.

Editorial

Wieder mal fremde Luft schnuppern. Ohne Druck.



GUDRUN SCHLENCEK

Kürzlich habe ich von einem börsenkotierten Schweizer Unternehmen gelesen, welches den Umsatz satt gesteigert hat. Das an sich ist vielleicht nicht speziell, aber der seitens Firma aufgeführte Grund: die motivierten Mitarbeiter – die eigenverantwortlich so effektiv arbeiten, dass die Produktionskosten gesenkt werden konnten.

Neue Mitarbeitende finden Sie an der Zagg vielleicht nicht. Doch der Motivation Ihres Teams könnte ein Messebesuch durchaus einen Kick verleihen. Es tut gut, ab und zu fremde Luft zu schnuppern und sich von neuen Eindrücken inspirieren zu lassen. Fernab von der betrieblichen Struktur. Ein solch «freier» Tag fördert Selbstbestimmtheit und Eigenmotivation – erwiesenermassen der nachhaltigste Antrieb des Menschen.

Bei der Kochkunst scheint dieser innere Antrieb teilweise verloren gegangen zu sein. Irgendwo zwischen Zeitdruck und inflationärer Wettbewerbslandschaft: Das Mehr an Trophäen hat eher das Gegenteil bewirkt. Verknüpfen Sie deshalb den Messebesuch mal nicht mit einem Leistungsziel. Gehen Sie einfach hin. Selbstmotiviert.

Zagg 2014 Vom 7. bis 10. September in Luzern

262 Aussteller zählt die Gastronomie Zagg dieses Jahr, 17 mehr als vor zwei Jahren. Möglich machte diese Zunahme das neue Messegelände. Führte man letztes Mal noch eine Warteliste interessierter Aussteller, so ist die Zagg 2014 schlicht ausverkauft. Insgesamt 9617 m² Ausstellungsfläche bietet die Zagg 2014 den erwarteten 30 000 Besuchern.

www.zagg.ch

ANZEIGE

WIR INVESTIEREN IN KMUS

RECEPTION



LIBOR-Investitionskredit WIR ab 0,272%

Genossenschaftlich gut!
0848 947 947, www.wirbank.ch



Zagg-News

Eine Nacht der
siegreichen
Gastronomen

An der «Nacht der Gastronomen» feiert die Hotel & Gastro Union mit rund 600 Gästen die Wettbewerbsieger des Gastgewerbes 2014. Insgesamt treten 24 Gewinner an: vom Swiss-Chocolate-Meister über den Barista-Meister bis zum Barkeeper des Jahres. In der Nacht vom 9. September verleiht das Publikum einem der Siegreichen noch einen zusätzlichen «Gastrostern», der mit 1886 Franken dotiert ist (Gründungsjahr Hotel & Gastro Union).

Schweizer
Cocktailmeister-
schaften 2014

Ivan Mikhaylov / 123rf.com

Rund 60 Barkeeper messen sich am 8. September bei den Schweizer Cocktailmeisterschaften 2014 an der Zagg (Forum 1). In den Kategorien Classic (Pre-Dinner-Cocktails) und Flairtending wird jeweils der Schweizer Meister erkoren, der an den Weltmeisterschaften 2015 in Sofia (Bulgarien) die Schweiz vertritt. Zum dritten Mal findet die alkoholfreie «Official Swiss Mocktail Championship» statt. gsg

Kochen für die Zukunft

Im neuen «Forum
Futura» zaubern
Köche aus den Neu-
heiten der Messe
innovative Speisen.
Der Zagg-Gast darf
degustieren.

GUDRUN SCHLENZKE

Bei der neuen Zagg-Sonderschau ist der Titel Programm: Das Forum Futura in Halle 3 versteht sich als Plattform für Innovationen und neue Ideen für die Gastronomie der Zukunft. Das Zentrum der Innovationsplattform bildet eine auf einer Bühne platzierte Showküche: Täglich zaubern zwei Köche – einer davon wird Stefan Kläy vom Landgasthof Lueg sein – vor den Augen des Publikums und mit medialer Begleitung des Moderators Waldemar Schön in nur rund 45 Minuten ein Gericht, welches anschliessend von den Besuchern degustiert werden kann.

Das Kochen in engem Zeitrahmen und unter dem kritischen Blick der Zuschauer ist an sich nichts Neues. Innovativ am Forum-Futura-Kochs ist vielmehr die Art des Einkaufs: Die Köche werden am Vormittag – ebenfalls begleitet von Moderator Waldemar Schön – mit einem Einkaufswagen durch die Messehallen

spazieren und für ihr Mahl die – notabene – innovativsten Produkte aussuchen. Mit dem «Eingekauften» entwickeln die Köche zur Mittagszeit auf dem Podium der Sonderschau dann das gewünschte Degustationsmenü. An die Wand projizierte Bilder aus der vorangegangenen Einkaufstour zeigen den Entstehungsweg des Menüs.

Aussteller zeigen Neuheiten und
Nischenprodukte

«Wir wollen den Besuchern aus dem Gastgewerbe zeigen, was mit den an der Zagg präsentierten Neuheiten alles machbar ist», verdeutlicht der Mit-Initiator und Mit-Organisator des Forums Max Gsell, Vorstandsmitglied von Gastro St. Gallen, die Idee der Innovationsplattform. Dabei kämen sowohl Frisch- als auch Convenience-Produkte zum Zuge. Der Besucher darf gespannt sein, mit welchen Kreationen die täglich wechselnden Kochkünstler im Forum Futura überraschen werden.

Die Aussteller wurden im Vorfeld über die geplante Einkaufstour des Forum-Futura-Kochs informiert. Vertreter der Hersteller respektive Lieferanten der Hauptkomponenten haben die Möglichkeit, während des Koch-Events auf der

Bühne mit präsent zu sein und werden ebenfalls in die Moderationsrunde einbezogen. Zudem stehen die Aussteller den Besuchern in der Lounge des Forums anschliessend Rede und Antwort.

Eingebettet ist die Showküche in eine Ausstellung unterschiedlicher Firmen. Auch hier haben die Veranstalter nach solchen gesucht, welche Neues bieten oder mit überraschenden Nischenprodukten punkten. Mit von der Partie sind unter anderem der Fleischverarbeiter und -lieferant Mèrat sowie Nestlé, Oona (Tropenhaus Frutigen AG),

«Wir wollen den
Besuchern zeigen,
was mit den
Neuheiten alles
machbar ist.»Max Gsell
Mit-Organisator Forum Futura

Gourmet Porc Grand Cru – aus Fleisch von Schweizer Edelschweinen – degustieren. Die Möglichkeit, Kaviar und Fisch zu verkosten, besteht am Stand des Tropenhauses Frutigen: Unter «Oona – Echter Berner Alpen Kaviar» vertreibt das Unternehmen Störflisch (frisch, geräuchert und pasteurisiert) sowie Egli. Kultiviert wird der Fisch in Frutigen. Letztes Jahr konnten 860 Kilo Kaviar geerntet werden. «In den kommenden drei bis vier Jahren wird die Kaviar-Ernte auf rund

die Firma Prodig aus Eschlikon mit den Ladina-Planen (siehe Artikel Igeho-Beilage Seite 7) sowie die Betimax AG. Letztere erklärt ihr Datiergerät für die Selbstkontrolle innerhalb des HACCP-Konzepts dem interessierten Zagg-Besucher.

Am Mèrat-Stand kann dieser wiederum Produkte der neuen Linie «Swiss

drei Tonnen ansteigen», rechnet Andreas Schmid vom Tropenhaus Frutigen. Die Störflitmenge belaufe sich dann auf um die 18 Tonnen.

Nestlé stellt die diesjährigen Finalisten ihres Kochwettbewerbs «Buitoni Grande Concorso Pasta» vor und präsentiert zudem das im Sommer lancierte Konzept «Café+» von Frisco Findus: Damit will der Hersteller Gastronomen und Hoteliers anregen, ihre Dessertspeisekarte um «eine süsse Kleinigkeit, gleichzeitig serviert mit dem Kaffee, und das Ganze zu einem attraktiven Preis», zu ergänzen. Denn ein Café crème oder einen Espresso bestellt der Gast gerne nach dem Mittagessen, die übliche Portionsgrösse eines Desserts ist ihm aber häufig zu viel.

Die «akzeptierte» Preisspanne für eine solche Kombination aus einer Tasse Kaffee mit Mini-Dessert liegt zwischen 5 Franken und Fr. 8.50. Das zeigten erste Umsetzungen im Markt, verrät Dominik Studer von der Nestlé Suisse S.A.

Geplant ist, dass das Forum Futura auch in den kommenden Jahren stattfindet. Die Sonderschau soll zu einem festen Bestandteil der Zagg werden.

ANZEIGE

HÄFELE

LICHT MIT SYSTEM.

LOOX. LED-BELEUCHTUNGSSYSTEME
FÜR MÖBEL UND EINRICHTUNG.ENGINEERED
BY HÄFELE

www.haele.ch

LOOX

Für die Kochschau im Forum Futura begeben sich die Köche direkt an der
Messe auf Einkaufstour. Dann wird gekocht.

Fotothek, 123rf/Bildmontage htr

Tischlein deck dich für
kreative RestaurantfachleuteMit «Tavola Creativa»
findet an der Luzerner
Gastro-Messe der erste
Wettbewerb für die
Service-Kunst statt.
Veranstaltet vom Berufs-
verband Restauration.

GUDRUN SCHLENZKE

Nun hat auch die Zagg ihren eigenen Wettbewerb für Restaurantsfachleute. An der Gastgewerbemesse Igeho in Basel sind die Internationalen Servicemeisterschaften längst regelmässig Programm. An der Messe in Luzern findet dieses Jahr der erste Wettbewerb für die Tischkunst statt: «Tavola Creativa» heisst die neue Veranstaltung. Träger der Zagg-Competition ist ebenfalls der Berufsverband Restauration. Teilnehmen dürfen denn auch ausschliesslich Mitglieder des Verbandes.

Der Berufsverband Restauration fordert in seiner Ausschreibung die Teilnehmenden zu Aussergewöhnlichem und viel Einfallsreichtum auf. An der Messe einzudecken ist ein Tisch von 160 Zentimeter Durchmesser für zwei bis sechs Personen.

Ihre Ideen mussten die Kandidaten bereits im Vorfeld schriftlich einreichen. Die vier Berufsleute mit den besten Einfällen dürfen schliesslich ihre Kunst an der Zagg zur Schau stellen. Eine Jury bewertet die Tischkunst: Massgebende Kriterien sind insbesondere schöpferischer Einfall, Einmaligkeit, Kreativität, Fantasie, Originalität und Wirkung. Ersichtlich muss auch die Menü- und Getränkewahl sein. Nicht zwingend eingehalten werden müssen die Servicegrundregeln.

Aus den vier Wettbewerbsteilnehmern wird der Sieger respektive die Siegerin der 1. Tavola Creativa erkoren: Dieser kann dann an der 9. Internationalen Servicemeisterschaft 2015 mit dabei sein.

Ein attraktiv eingedeckter
Tisch verkauft mit.

123rf.com

Süsse Welt der tausend Sinne

Schokolade, Wein und Bier: Eine Sonderschau entführt an der Zagg auf eine Entdeckungsreise. «1000 Sinne» vermittelt «sinnvolles» Wissen und stellt die Besucher auf die Probe.

GUÐRÚN SCHLENCZEK

Der Name der neuen Zagg-Sonderschau ist kein Zufall. Denn Konzept und Organisation der Ausstellung «1000 Sinne» im Eingangsbereich zu den Hallen 1 und 2 der Gastronomiemesse Zagg in Luzern tragen die Handschrift von Urs Messerli, der im Herzen von Bern das gleichnamige Restaurant «Mille Sens» (14 Gault-Millau-Punkte) managt.

Der Gastronom, Berater und Kochbuchautor spielt mit dieser Bezeichnung sowohl bei seinem eigenen Lokal als auch bei der Sonderschau der Luzerner Gastronomie nicht nur auf die Vielfalt der Sinneserlebnisse an. «Es gibt tausend Wörter, die das Wort Sinn enthalten: sinnvoll, sinnlos, sinnbringend...»

Ist der Gasträum kalt, vergeht der Appetit

Sinnvoll soll denn auch die von ihm konzipierte Sonderausstellung sein: Urs Messerli möchte dem Besucher nicht nur die Vielfalt, sondern vor allem auch die Tragweite des Sinns spürbar machen. «Man vergisst oft, dass die Wahrnehmung ein Zusammenspiel aller Sinne ist: des Hörens, Sehens, Riechens, Tastens und Schmeckens.»

Konkret für die Gastronomie bedeutet das: Das Bild des servierten Tellers sowie der Geschmack und Geruch der Speise sind das eine, die Ambiance, Raumtemperatur, Geräuschkulisse und so weiter das andere, welche das Gastverhalten und damit schlussend-



«Man vergisst oft, dass Wahrnehmung ein Zusammenspiel aller Sinne ist.»

Urs Messerli
Restaurant Mille Sens, Bern



Schokolade, ein Feuerwerk der Aromen. Zu erspüren an der Zagg im Sensorik-Parcours der Sonderschau «1000 Sinne». Paul Grecaud/123rf.com

lich den Umsatz des gastgewerblichen Betriebes bestimmen. «Ist der Gasträum kalt, wirkt sich das ganz klar auf den Konsum aus.»

Auf einen Sensorik-Parcours entführt die Hochschule ZHAW in Wädenswil an der Sonderausstellung. Am Produkt Schokolade sollen «die fünf Sinne erlebt und sensorische Unterschiede erkannt werden», führt Nina Julius, wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Fachstelle Sensorik der ZHAW, aus. Rund 1500 Degustationsstäbchen warten im Parcours auf ihre Verkostung. Auf die Probe kann der Besucher dabei Auge, Geruchs-, Geschmacks- und Tastsinn stellen.

«Für den ersten Kaufentscheid ist das Auge Sinnesorgan Nummer eins», bemerkt Julius. Doch gerade beim Essen sind Geruch und Geschmack, aber auch der Tastsinn ebenso zentral. Bei der Schokolade ist eher weniger das manuelle Ertasten gemeint, sondern wie sich die Textur der dunklen Köstlichkeit im Gaumen anfühlt.

Der Rachen riecht mit, was der Gaumen schmeckt

Fürs Geschmackserlebnis werden im Gaumen nicht nur unterschiedliche Rezeptoren für die verschiedenen Geschmacksstoffe der Schokolade stimuliert. Ebenso würden beim Kauen Aromastoffe freigesetzt, die über den Rachenraum «gerochen» werden, verdeutlicht Julius.

Die letzte Station dieses Sinnes-Parcours dient der Gesamtbeurteilung des Produkts: Der Tester hat die Möglichkeit, die Schokolade einem Geschmacksprofil zuzuordnen. Bei der Produktbewertung unterscheidet man in der Sensorik zwischen objektivem und subjektivem Urteil, erläutert Julius. Subjektiv wähle der Konsument wie auch der Gastronom das, «was er mag». Zusätzlich kann die objektive sensorische Analyse dem Koch helfen, ein Produkt neutral zu betrachten und zu beurteilen, um dann zu entscheiden, welche Zutaten wie zusammenpassen. «Es geht bei der Sensorik um die Charakterisierung der einzelnen Komponenten. Das Kombinieren dieser Komponenten geschieht dann beim Kochen.»

Seinen Durst stillen kann der Besucher in der Sonderschau an der Bar, die mit Musik und Video-Präsentationen zudem Auge und Ohr anspricht. Am Duftstand (Betreiber: Aromalife AG, Utzenstorf) soll der Geruchssinn auf seine Kosten kommen: Präsentiert werden natürliche ätherische Öle, unter anderem zur Raumbeduftung.

Im «Sinnesforum» wird «sinnvoll» diskutiert

Das Zentrum der Sonderschau bildet das «Sinnesforum»: Zwei bis vier Vorträge sind hier täglich zu hören. Es referieren ein Bier-Sommelier (der Diplom-Bier-Sommelier Pierre Du-

bler der Berner Brauerei Felsenau AG), ein Wein-Sommelier (vom Deutschen Weininstitut),

ein Barista (Blaser Café) und ein Chocolatier (Aeschbacher Chocolatier AG).

Mit «1000 Sinne» wollen die Zagg und Urs Messerli den Trend zu «Terroir und Vielfalt» aufgreifen – als Gegenbewegung zum industrialisierten «Einheitsbrei», wie Messerli es ausdrückt: «Es geht um die bewusste Wahrnehmung.» Und diese fange beim Einkauf an. «Bevor man sich für ein neues Olivenöl entscheidet, sollte man dieses mit seinem Team verkosten. Das führt auch zu einem ganz anderen Bezug zum Produkt.»

Mit dem Sinnesforum zeigt die Zentralschweizer Messe zudem, dass sie etwas kann, was der Online-Handel nicht bietet: das physische Erleben der Produkte mit allen Sinnen. Für ein solches muss ein Käufer sich vor Ort begeben, zum Produzenten oder Händler, um bei diesem die Produkte zu sehen, zu schmecken, zu riechen oder zu ertasten. Oder eben an die Fachmesse Zagg nach Luzern reisen.

ANZEIGE

BRITA®
Professional

**MIT BRITA
MACHE ICH DEN
BESTEN ESPRESSO
DER STADT**

Professionelle Wasseroptimierung
für die Zubereitung von Kaffee
und Kaffeespezialitäten

Besuchen Sie uns an der ZAGG Luzern
vom 07. – 10. September 2014
in Halle 2, Stand 270

Erleben Sie Nina Rimpl,
die Schweizer Baristameisterin 2014
am Montag 08. September 2014 an
unserem Stand und lassen Sie sich einen
meisterlichen Cappuccino schmecken!

Erfahren Sie mehr unter: www.brita.ch



Sensorik Was Wädenswiler Forscher aktuell unter die Lupe nehmen

Das Sensorik nicht nur etwas mit Sinnesfreuden, sondern durchaus auch mit gesellschaftlich Relevantem wie gesunder Ernährung zu tun hat, zeigen aktuelle Forschungsschwerpunkte der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW in Wädenswil.

Einer dieser Forschungsschwerpunkte ist die ältere Generation. Denn auch diese gilt es passend zu ernähren, und auch das ist nicht zuletzt wieder eine Frage des Geschmacks: Denn das sensorische Empfinden verändert sich – in der Regel – im Alter. Anfang September wird die ZHAW Studien zu einem Senioren-Panel vorstellen, welche zeigen, wie über 65-jährige Lebensmittel wahrnehmen und schmecken.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt bei der Methodik: Insbesondere Schnellmethoden verlangen die Praxis, so Nina Julius

von der ZHAW. Schnellmethoden wie das «Nappings» oder «Flash Profiling». Ersteres sei durchaus für die Gastronomie praxistauglich: Die betrachteten Produkte werden nach Ähnlichkeiten und Unterschieden gruppiert. Zudem wird jede Gruppe mit einem oder mehreren objektiven Begriffen sensorisch beschrieben. Somit erhalte der Gastronom einen schnellen, sensorischen Überblick über die ausgewählten Produkte.

Sensorische Kompetenzen kann sich der Interessierte mit der Weiterbildung «Certificate of Advanced Studies (CAS) in Sensorik» an der ZHAW in Wädenswil aneignen. Der CAS Sensorik läuft aktuell das erste Mal. Die Teilnehmer kommen aus der Lebensmittelindustrie und aus der Forschung, aber auch aus der Gemeinschaftspflege. Der Lehrgang des kommenden Jahres startet am 30. Januar 2015. gsg

Zagg-News

Westschweizer
Cash & Carry-
Markt in Luzern

Westschweizer Firmen nach Luzern zu locken, ist für die Zagg jeweils ein schwieriges Unterfangen. Auch der Versuch, als Messe in die Romandie zu expandieren, scheiterte. Mit dem Cash & Carry Anbieter Aligro (Halle 4, Stand 414) aus Chavannes-Resens zählt die Messe nun einen weiteren namhaften Vertreter.

Gut für die
Umwelt: Silikon-
Deckel statt Folie

Die Gastro Futura AG aus Zug (Halle 2, Stand 299) bietet mit «Flexisilid» eine neue Abdeckungsvariante: Das Silikon-Material passt auf alle Standard-Gastronorm-Schalen und kann – im Gegensatz zur üblichen Frischhaltefolie – wieder und wieder verwendet werden. Damit sei der neue Deckel viel umweltfreundlicher, wirbt der australische Hersteller. Der Silikon-Deckel ist äusserst temperaturstabil und lässt sich in der Spülmaschine reinigen. Kostenpunkt für 1/1-GN-Schale: Fr. 41.30. gsg

Spontane Kreativität

Kochkunst wird an der Zagg 2014 gross geschrieben, wenn auch in veränderter Form: Am Culinary Challenge messen sich Küchen- statt Regionalteams. Die Events im Überblick.

GUDRUN SCHLENCEK

Zu einer gastgewerblichen Messe gehören Kochwettbewerbe wie die Butter zum Brot. Die Zagg 2014 hat einige solcher Kochkunst-Austragungen zu bieten. Aufgrund veränderter Rahmenbedingungen (siehe Artikel Zagg-Beilage Seite 5) dieses Jahr zum Teil in veränderter Ausführung: War der European Culinary Challenge an der Zagg 2012 noch ein Wettkampf des Kochverbandes, so ist nun die Messe selbst hier federführend. Es kochen nicht mehr Regionalmannschaften, sondern neue Teams gastgewerblicher Betriebe. Insgesamt treten acht Küchenmannschaften gegeneinander an, täglich zweie.

Beim Kochduell kommt ein warmer Steh-Lunch auf den Tisch
Gefragt ist spontane Kreativität: Erst am Tag des Wettkampfes



Kulinarische Augenweiden gibt es auch an der diesjährigen Zagg zu entdecken.

ZVG

selbst und erst vor Ort erhalten die Teams einen Warenkorb, aus dem sie anschliessend eine Vor- und eine Hauptspeise kreieren müssen. «Die Teilnehmer müssen kreativ und spontan sein, wie im Alltag eben», so Messeleiterin Suzanne Galliker. Nach der Menüplanung stellen die Küchenteams in verglasten Showküchen ihre Kochkunst unter Beweis. 40 Gäste haben die Möglichkeit, das Ergebnis zu degustieren; fünf Juroren nehmen das Geschaffene kritisch unter die Lupe. Mitbringen dürfen die Küchenteams nur

das Dessert. Täglich wird ein Sieger erkoren.

In der Kocharena (Kochduell) kommen Einzelkämpfer zum Zug: Dreimal am Tag treten jeweils zwei Köche gegeneinander an. Die Ambitionierten haben die Aufgabe, innert 35 Minuten einen Steh-Lunch zu servieren, welcher nur mithilfe einer Gabel oder eines Löffels verzehrt werden kann. Die Bewertung erfolgt durch Juroren und durchs Publikum: Bei Präsentation und Degustation haben ausgewählte «Publikums-Juroren» Mitspra-

cherecht. Das Finale findet am Mittwoch statt.

Ganz im Zeichen der kreativen Kunst steht die Sonderschau Internationale Kochartistik. Bis zu sechs Präsentationen können die Besucher täglich bestaunen. Einzelaussteller präsentieren Dekorations- und Schaustücke aus der kalten Küche und aus der Patisserie. Auch hier wird nach dem 100-Punkte-System der «Wacs-Rules» bewertet.

Am letzten Messtest steht der Kochwettbewerb «La Cuisine des Jeunes» von «Schweizer Fleisch»

auf dem Programm. Unter dem Motto «Red Hot Chili Chicken» machen vier Finalisten den Sieg an der Zagg unter sich aus. Teilnahmeberechtigt sind alle, die zwischen 2010 und 2014 ihre Kochlehre abgeschlossen haben. Nominiert für das Finale sind: Steven Duss, Mille Sens, Bern; Michel Bucher, Hotel Seedamm Plaza, Pfäffikon; David Richards, Flussbad Schwäbis, Thun; Vera Zimmermann, Restaurant Le Val d'Or, Stromberg.

Ebenfalls ihr Können präsentieren die Schweizer Kochnationalmannschaft und die Junioren-Kochnationalmannschaft. Die beiden Teams werden an der Zagg ihren letzten warmen Probelauf vor dem World Culinary Cup in Luxemburg bestreiten.

Zagg-Kochshows
Veranstalter,
Daten, Locations

European Culinary Challenge ECC (Veranstalter: Zagg): vom 7. bis 10. September in Halle 1, neben dem Restaurant Lucerne;
Kochwettbewerbe Kochduell und Kochartistik (Schweizer Kochverband): vom 7. bis 9. September in Halle 4, Stand 430 und 431;
La Cuisine des Jeunes (Verband Schweizer Fleisch): am 10. September in Halle 4, Stand 431.

ANZEIGE

Sais

BRÄT
WIE ÖL.SCHMECKT
WIE BUTTER.*

*EINGESOTTENE BUTTER

Jetzt 1 Liter-
Gratisflasche
anfordern
und testen!

Unilever
Food
Solutions
Inspiration. Tag für Tag.



www.ufs.com/
sais-musterbestellung



An der Zagg messen sich am diesjährigen European Culinary Challenge keine Regionalteams. Es mangelte an ausländischen Bewerbern.

-bezahlen - «Coach», der die geeigneten Kochtalente innerhalb der Schweizer Kochlandschaft sucht und einen «Ersatzpool» aufbaut. Heute sei es so, dass eine abdankende Kochnationalmannschaft sich in der Regel komplett auflöst. Damit gehe nicht nur das ganze Know-how verloren, sondern auch die im Laufe der Zeit - mit Sponsorengeldern - angesammelte Infrastruktur.

Auch die Olympiade der Köche könnte Schwierigkeiten bekommen

Das Problem des ausbleibenden Nachwuchses für Kochkunstausstellungen kennt man auch in Deutschland. Aktuell gebe es fünf aktive Kochregionalmannschaften, berichtet Felicitas Laun, Geschäftsführerin des Verbands der Köche Deutschlands - vor zehn Jahren waren es noch fast doppelt so viele. Möglicherweise mit ein Grund, dass es an der diesjährigen Zagg nicht zu einem Messen internationaler Regionalteams im Rahmen des European Culinary Challenge kam: Das Vorhaben scheiterte an den fehlenden ausländischen Bewerbern.

Der Grund für das schwindende Kochkunst-Engagement liege gemäss Laun weniger in der fehlenden Zeit, sondern vielmehr im fehlenden Geld. Deshalb unterstützt der deutsche Kochverband seine Nationalmannschaft seit zwei Jahren finanziell. Auch die Schweizer Koch-Nati erhält neu vom Kochverband für ihre Auftritte eine Spesenvergütung.

Für die nächste Kocholympiade in Erfurt in zwei Jahren sieht Felicitas Laun noch keine Probleme. Ob vier Jahre später deutlich mehr oder deutlich weniger Regionalmannschaften antreten, bleibt abzuwarten: «Es kann in die eine oder andere Richtung gehen.»

ANZEIGE

Kampf um Kochteams

Der Schweizer Kochverband weiss noch nicht, wie er die nächste Koch-Nati auf die Beine stellen soll. Es fehlt an Kandidaten. Auch in Deutschland kennt man das Problem.

GUDRUN SCHLENCZEK

Um die Schweizer Kochkunst steht es nicht gut. Zumindest was die Disziplin im Team betrifft. Es fehlt an Regionalmann-

lin: «2016 wird die nächste Kochnationalmannschaft bestimmt. Bis dahin müssen wir das Problem lösen.»

Der Einstieg in die Schweizer Kochkunstlandschaft sei heute über den Gusto-Kochwettbewerb viel einfacher als über den «harten Weg» in einer Regional-Equipe: Sascha Müller, Teamchef der amtierenden Schweizer Kochnationalmannschaft, ist von dem Lehrlingskochwettbewerb von Howeg begeistert, sieht diesen jedoch gleichzeitig als Hauptursache für das aktuelle Regionalteam-Sterben. Die jungen Kochtalente würden vermehrt dort entdeckt, viele schaffen es direkt in die Jugend-Kochnationalmannschaft, in welcher sie von erfahrenen Coaches auf das nötige nationale Niveau gebracht werden. In der Jugend-Kochnationalmann-



«Bis 2016 müssen wir das Problem lösen. Dann wird die neue Koch-Nati bestimmt.»

Andreas Fleischlin
Schweizer Kochverband

schaft erhielten die jungen Kochtalente bereits «die gleiche Promotion» mit den gleichen Sponsoren wie in einer aktiven Nationalmannschaft.

Nach der Jung-Nati ist der Anreiz weg
Nach ihrer Amtszeit in der Jugendnati hätten sie dann keine Ambitionen mehr, in einem Regionalteam sich die Sporen noch ein-

mal abzuverdienen, um dann in die Kochnationalmannschaft zu wechseln. Dadurch mangle es den Regionalteams an interessierten jungen Kochkunsttalenten. «Die Brückenfunktion der Regionalteams fehlt», bringt Sascha Müller die Problematik auf den Punkt. Denn für einen direkten Übertritt in die Kochnationalmannschaft mangle es den meisten noch an der nötigen Berufserfahrung.

Der Teamchef der Koch-Nati denkt laut über Rekrutierungsalternativen nach. «Vor fünf Jahren hätte ich noch gesagt, dass es Regionalmannschaften braucht, um eine Kochnationalmannschaft aufzustellen.» Nur ein gewachsenes Team könne den Anforderungen gerecht werden, formuliert er

seine ursprüngliche Annahme. Doch inzwischen sei die Fluktuation innerhalb der Kochteams so gross, dass ein längerfristiger Zusammenhalt sowieso eine Illusion ist. Müller schlägt deshalb ein

Modell wie im Fussball vor: Die Kochnationalmannschaft wird nicht mehr wie bis anhin alle zwei Jahre komplett ausgewechselt, sondern immer nur «einzelne Spieler». Dafür brauche es einen

Flavour Art

Aromatisierte Kaffee-basierte Heiss- und Kaltmilchgetränke der Premiumklasse

- ▶ Mit dem Flavour Point für die Schaefer Coffee Art sind der Kreation ausgefallener Kaffee-Milch-Getränke keine Grenzen gesetzt.
- ▶ Bis zu vier Sirup-Sorten garantieren enorme Spielräume bei der Komposition individueller Getränke-spezialitäten.
- ▶ Exotische Getränke in immer gleicher Qualität einfach auf Knopfdruck.



Besuchen Sie uns an der
ZAGG in Luzern:
7. - 10. September 2014
Halle 2, Stand 229



«Ein längerfristiger Zusammenhalt bei den Kochteams ist heute eine Illusion.»

Sascha Müller
Schweizer Koch-Nationalmannschaft

führt Fleischlin vor allem zwei an: In den Regionen schaffen es die Regionalteams nicht mehr, sich zu formieren. Gleichzeitig wächst das Angebot für Einzelwettbewerbe, wodurch Wettbewerbsinteressierte sich neu orientieren.

Für die nächste Koch-Nati fehlen aktuell die Regionalteams

Für den Kochverband hat dieser Rückgang der Regionalmannschaften weitreichende Konsequenzen: Bislang erkort der Verband die jeweils erfolgreichste Regionalmannschaft zur Schweizer Kochnationalmannschaft. Massgebend für die Beurteilung waren die Auftritte der Teams an den vom Kochverband definierten Austragungen, wie jene an der Igeho in Basel oder der Zagg in Luzern. Doch ohne eine gewisse Anzahl an Regionalmannschaften keine Auswahl. Andreas Fleisch-

Kochwettbewerbe Eine Arbeitsgruppe sucht nach Lösungen

Unter dem Arbeitstitel «Futura Swiss Culinary Art» hat der Kochverband eine Arbeitsgruppe zum Thema Kochwettbewerbe ins Leben gerufen. Teilnehmende sind Vertreter der Branchenverbände sowie Organisatoren verschiedener Kochwettbewerbe. Gemeinsam diskutiert man über die Zukunft der Schweizer Kochkunst. Das Nachwuchsproblem kennen alle. «Man muss immer etwas dafür tun, die Kandidaten zu bekommen», bestätigt Christof Lehmann, CEO Kadi AG. Der Veranstalter des Wettbewerbs «Goldener Koch von Kadi» betreibt für diesen denn auch entsprechenden Aufwand: Leh-

mann spricht von «mehreren 100 000 Franken Marketingbudget» pro Jahr und einem Personalaufwand von insgesamt ein bis zwei Vollzeitstellen.

Kadi ist Mitglied der Arbeitsgruppe, Lehmann wünscht sich von den Teilnehmern, dass «alle Fakten auf den Tisch kommen». Er gehe davon aus, dass zwar keine Wettbewerbe von der Bildfläche verschwinden werden, wünscht sich aber eine «Bündelung der Kräfte». Wichtig sei, dass man sich nicht gegenseitig die Kandidaten wegnehme. Erreichen könne man das beispielsweise mit einer erhöhten Durchlässigkeit bei den Wettbewerben, so der Kadi-CEO. gsg



Schaefer AG, Allmendweg 8, 4528 Zurichli, T: 032 681 62 00,
info@schaefer.com, www.schaefer.com

schaefer
Coffee comes to life

Starker Auftritt der Migros

An der diesjährigen Zagg ist die Migros erstmals mit allen ihren Foodservice-Bereichen präsent. Unter dem neuen Saviva-Dach tritt man in Luzern nun gemeinsam auf.

GUDRUN SCHLENCZEK

André Hüslér, Saviva hat ihre Präsenz an der Zagg 2014 massiv ausgebaut und ist neu auch mit Jowa, Mérat und i gelati präsent. Spiegelt das Ihre Expansionsstrategie im Foodservice-Bereich?

Das kann man durchaus so sagen, wir investieren aktuell massiv in neue Foodservice-Produkte und Dienstleistungen. Bischofszell hat mit Pastanova eine neue Pasta-Linie lanciert; Jowa bietet z. B. glutenfreies Brot fürs Frühstücksbuffet, das – für die Sicherheit der Allergiker – in der Verpackung aufgebunden wird und auch so aufs Frühstücksbuffet gelangt.

Und mit welcher Neuheit überraschen Sie die Kunden an der Zagg?

Migros und Saviva Starkes Plus mit Grossverbrauchern

2013 ist die Migros-Gruppe im Grossverbrauchermarkt ausserhalb der Migros (Umsatz: 983 Mio. Franken) stärker gewachsen (plus 7,6%) als mit dem Detailhandel (plus 7,2%). André Hüslér (48) leitet seit 2011 den Gastronomie-Grosshandel der M-Industrie und übernahm im Juli 2013 zugleich die Unternehmensleitung der Saviva AG. Der gelernte Koch hat die Ecole hôtelière de Lausanne EHL absolviert. gsg



Abgepackt auf den Tisch: So wird eine Kontamination mit Allergenen vermieden.

123rf.com/Bildmontage htr

Ein Highlight sind sicher die neuen gluten- und lactosefreien Fertigmenüs, welche wir über Scana und Cash + Carry Angehörn (CCA) anbieten. Die Menüs für Menschen mit Intoleranzen tragen den Brand «Gourmet Maison» und stehen auch in verschiedenen Migros-Restaurants auf der Speisekarte.

Wie stark ist der Foodservice-Bereich in den letzten Jahren gewachsen?

Wir können bis anhin nur für das Jahr 2013 reden, vorher wurde der Foodservice-Markt nicht isoliert als Ganzes betrachtet. Letztes Jahr ist der Grossverbrauchermarkt mit Drittkundens um 7,6 Prozent gewachsen – organisch.

Saviva besteht seit gut einem Jahr: Was hat das Zusammengehen bis anhin gebracht? Wir entwickeln laufend gemeinsame Allianz-Angebote für

spezifische Kundengruppen und können intern und extern von vielen Synergien profitieren.

Zum Beispiel?

Die Zagg ist ein wunderbares Beispiel, was uns das gemeinsame Agieren bringt: Auftritt und Kommunikation wurden klar untereinander abgestimmt. Die Stände der einzelnen Geschäftsfelder befinden sich an der Messe erstmals in direkter Nachbarschaft.

Ein Gemeinschaftsstand unter dem Dach der Saviva?

Das nicht. Jedes Geschäftsfeld tritt weiter eigenständig auf. Der Name Saviva ist als Allianz-Marke im Hintergrund präsent. Saviva versteht sich als Bindeglied der Spezialisten aus Produktion und Handel.

Und der Name Migros?

Die meisten zu Saviva gehörenden Unternehmen wie Scana, Cash + Carry Angehörn und

Mérat sind etablierte Marken mit eigenständigem Profil. Unsere Zugehörigkeit zur Migros steht in der Kommunikation nicht im Vordergrund. Wo auch immer Migros unseren Kunden einen Mehrwert bieten kann, nutzen wir aber die Zusammenarbeit.

Saviva ist mit hotellerieusuisse eine Partnerschaft eingegangen: Sind die Hoteliers die interessanteren Kunden?

Sie sind auf jeden Fall interessante Kunden. Mit einer Partnerschaft wollen wir Hoteliers einen Mehrwert bieten. Es können aber durchaus noch weitere Partnerschaften mit anderen gastgewerblichen Sparten folgen.

Nun ist auch Migros Partner von hotellerieusuisse mit dem Cumulus-Programm. Was das Ihre Idee?

Wir haben den Anstoss zur Cumulus-Aktion gegeben. Für die Hotellerie, also den Kunden von Saviva, eine grosse Chance: Cumulus zählt rund 2,5 Millionen Teilnehmer, welche ab kommendem Jahr Cumulus-Punkte in Hoteldienstleistungen umwandeln können.

Zur Hotellerie passt, dass Sie Ihren Kunden ein spezielles Frühstückskonzept bieten: Versprechen Sie sich von diesem Markt besonders viel?

Das Frühstück passt gut zu unserer Saviva-Allianz: Wir können ein Grossteil des Angebotes mit Produkten aus unserer eigenen Industrie abdecken. Inzwischen zählen wir bereits Hotelkunden, welche das auch so nützen. Unser Ziel ist, dass der Kunde alles aus einer Hand bekommt.

Seit Juni verfügt Saviva mit Benefit Price über eine Dauertiefpreislösung: Das Pendant zu M-Budget? M-Budget hat für den Migros-Detailhandel natürlich eine ganz andere Bedeutung. Wir bieten ja nicht in allen Produktkategorien Dauertiefpreise, sondern nur bei einer Auswahl.

Saviva an der Zagg Fixfertige Menüs für Allergiker

Saviva belegt an der Zagg 2014 mit allen ihren Geschäftsfeldern – Jowa, Mérat, Bischofszell Culinarium, i gelati, Elsa-Mifroma, CCA und Scana – insgesamt 330 m² Fläche: Eine Neuheit sind die neuen Fertigmenüs (1- bis 2-Komponenten-Menüs) für Menschen mit Intoleranzen, welche dank speziellem Pasteurisierungsverfahren ihren Geschmack behalten und ab Lieferung 20 Tage haltbar sind. Mérat präsentiert neu den «Swiss Gourmet Porc Grand Cru». gsg

Migros promotet im Endkonsummarkt aktuell ihre eigene Industrie mit der Kampagne «von uns, von hier». Nützt Ihnen die Eigenproduktion auch im GV-Markt?

Das ist sicher ein Vorteil für uns. Zum einen in Sachen Wertschöpfung: Wir bieten Produktion und Handel aus einer Hand. Vertikalisierung wirkt sich immer günstig auf den Preis aus. Zum anderen garantieren wir Schweizer Qualität und Sicherheit. Beides wird immer wichtiger.

Weniger wichtig scheint das Thema Nachhaltigkeit zu sein:

Während die Migros-Website mit zahlreichen Öko-Labels wirbt, findet man bei Saviva ausser dem Engagement für United against Waste nichts. Das ist richtig, bei der Kommunikation sind wir hier erst im Aufbau. Die einzelnen Unternehmen sind in Sachen Nachhaltigkeit jedoch stark engagiert. Ein Augenmerk gilt der Erreichung des «Green-Logistics»-Standard. Mit dieser Zertifizierung setzt Scana in der Gastronomiebranche neue Massstäbe. Man muss auch sagen, dass regionale Produkte im Gastgewerbe zwar sehr gut ankommen, Themen wie Fair Trade oder Bio aber immer noch ein Schattendasein fristen.



«Vertikalisierung wirkt sich immer günstiger auf den Preis aus.»

André Hüslér
Unternehmensleiter Saviva AG

ANZEIGE

DIES IST EIN GRÜNER TISCH

Das weltweit größte Komplettsortiment kompostierbarer Unifarben

Ab sofort bietet Duni das weltweit größte Komplettsortiment kompostierbarer Servietten und Tischdecken in Unifarben an. Dieses Sortiment, bestehend aus insgesamt 19 trendgerechten Unifarben, trägt ab sofort das Gütesiegel OK Compost und ist damit dank rein kontrollierter Inhaltsstoffe in industriellen Kompostieranlagen biologisch abbaubar. Erfahren Sie mehr auf duni.com/compostability

Erfahren Sie mehr auf Duni.com oder scannen Sie einfach den QR-Code.

Duni-Produkte mit dem Gütesiegel OK compost sind in industriellen Kompostieranlagen biologisch abbaubar.

DUNI AG Lettenstrasse 11 6343 Rotkreuz Tel 041 798 01 71
Fax 041 798 01 72 Info: switzerland@duni.com Duni.com

Besuchen Sie uns auf der Messe **ZAGG** in Luzern Halle 2, Stand 279.

Ein echter Schweizer Topf

Erstmals an der Zagg ist die Firma Prodlog aus Eschlikon. Ihre Pfannen gehören zu den besten, die zurzeit auf dem Markt erhältlich sind. Und sie sind ein Familienprodukt.

RENATE DUBACH

Star- und andere Köche landauf, landab sind begeistert von den Ladina-Kochtöpfen und Pfannen. Sie seien die besten Töpfe, mit denen sie je gearbeitet hätten, hört man. Marco Böhler zum Beispiel, Executive Sous-Chef im Restaurant Stucki von Tanja Grandits (2 Michelin-Sterne, 18 Gault-Millau-Punkte) in Basel, meint: «Die Pfannen leiten und speichern die Wärme extrem stark. Wenn ich die Pfanne vom Herd nehme, ist eine Sauce auch noch nach zwei Minuten nahe am Siedepunkt, und ein Risotto wird sehr schön gleichmässig gar und nichts klebt an.» Dario Cadonau vom «Vivanda» in Brail (1 Michelin-Stern, 15 Gault-Millau-Punkte), in Lain Hotel Cadonau, wiederum lobt die Verarbeitung: «Es gibt nicht mal eine Beule, wenn mal eine zu Boden fällt.»

Schicht um Schicht zum perfekten Topf

Dahinter stecken jahrzehntelange Erfahrung und der unbedingte Wille zur Perfektion. «Es gibt viele gute Pfannen, aber bei jeder fehlt etwas. Entweder ist der Rand nicht ganz geschlossen, sodass mit der Zeit das Aluminium ausgewaschen wird und eine scharfe Kante entsteht. Bei anderen werden die Griffe heiss», sagt Mario Weber. Hergestellt werden die Ladina-Produkte bei der Prodlog GmbH im thurgauischen Eschlikon. Weber ist Anwalt und ist gleichzeitig für das Marketing des Familienunternehmens verantwortlich: «Mein Vater wollte nach rund 30 Jahren Arbeit in der Produktion und Logistik bei der Firma Spring ganz einfach die perfekte Pfanne herstellen.»

Vor vier Jahren hat Stephan Weber mit der Entwicklung angefangen, seit eineinhalb Jahren kann man die Früchte dieser Arbeit kaufen. Alle Ladina-Produkte sind aus einem fünfschichtigen



Handliche Griffe, glänzender Chromstahl, guter Wärmespeicher: Ladina-Töpfe aus dem Thurgau. zvg

Material in einem Stück gefertigt, innen liegt eine Schicht Chromnickelstahl mit einer speziellen Legierung, die das Anbraten ohne Ankleben ermöglicht, aussen unterstützt magnetischer Chromstahl die Induktionsfähigkeit. Dazwischen sind drei Schichten Aluminium. Dank dieses Aufbaus wird das Kochgut ohne Ankleben

sehr schnell erhitzt und die Hitze gleichmässig verteilt. Das Metall wird ebenfalls in Eschlikon hergestellt, von der Alinox AG, die sonst für Flugzeuge, Schiffe und medizinische Geräte Materialien produziert. Geformt werden die Pfannen in der Firma Noser-Inox AG in Oberrohrdorf. Die Produktion ist für Dario Cadonau klar ein

Pluspunkt: «Ich finde es schön, dass die Ladina-Produkte vollkommen in der Schweiz hergestellt werden.»

Die Rüebli schmecken nach dem Kochen immer noch nach Rüebli

Bei der Prodlog GmbH war neben Vater und Sohn auch die Mutter Theres Weber an der Ent-

wicklung beteiligt: «Die ergonomischen Griffe waren ihr Anliegen. Sie klagte darüber, dass ihr die Hände schmerzten, wenn sie mit Pfannen mit kleinen Griffen arbeiten musste. Also sollten unsere Pfannen Griffe haben, die von der ganzen Hand umfasst werden können. Und sie durften keine scharfen Kanten oder Ecken haben, und allzu schwer sollten sie auch nicht sein», sagt Mario Weber.

Nachdem alle Anforderungen erfüllt waren und die Köche mit den Pfannen zu kochen angefangen hatten, trafen die ersten positiven Rückmeldungen ein. Dazu gesellte sich auch eine, die sich die Webers nicht ganz erklären konnten: «Der ursprüngliche Geschmack der Lebensmittel bleibt in diesen Pfannen besser erhalten, ein Rüebli schmeckt mehr

nach Rüebli, als wenn ich es in einer anderen Pfanne koche», sagten die Profiköche. «Das haben wir nicht realisiert, als wir selber damit kochten», sagt Mario Weber, «es ist physikalisch nicht erklärbar, aber wir vermuten, dass es mit der Legierung zu tun hat, die wir verwenden.» Klar sei, dass Farbe und Geschmack bei einer Chromstahlpfanne besser erhalten bleiben, als bei einer beschichteten Pfanne. Und noch etwas war nicht vorhersehbar: Das typische Induktionsbrummen haben die Ladina-Produkte nicht. Auch keine Absicht, aber willkommener Nebeneffekt, heisst es in Eschlikon.

Und schliesslich sehen die Pfannen sehr schön aus – was für einige Köche offenbar kein Pluspunkt ist. Ja, es gäbe Köche, die sagten, Pfannen, die so schön aussähen,

könnten bestimmt nicht so gut kochen, bestätigt Weber: «Wir waren eigentlich gar nicht darauf aus, dekorative Pfannen herzustellen. Aber wir wollten schon hochglanzpolierte, weil die einfacher zu reinigen sind. Und die glänzen halt. Deshalb ist die Hemmschwelle für einzelne Köche noch gross.»

Jede Pfanne wird vom Hersteller persönlich kontrolliert

Bleibt noch der letzte Punkt: der Preis. Der muss doch ziemlich hoch sein, bei all diesen Vorzügen? Die Preise fangen für Private bei 350 Franken – für kleinere Pfannen ohne vergoldete Griffe – und gehen hoch bis 580 Franken für die grössten Pfannen mit vergoldeten Griffen. Die Gastronomie-Preise sind wesentlich tiefer, konkrete Preise will das Unternehmen aber nicht publizieren.

«Schön, dass die Ladina-Produkte in der Schweiz hergestellt werden.»

Dario Cadonau
Gourmetrestaurant Vivanda in Brail

«Unsere Preise liegen etwa im Bereich der All-clad-Pfannen, die qualitativ vergleichbar sind. Wir geben eine Garantie von 25 Jahren für Privathaushalte und 8 bis 10

Jahre für die Gastronomie. Wenn man allzu günstige Pfannen kauft, und diese alle paar Monate ersetzen muss, rechnet sich dies auch nicht. Zudem ist es überhaupt nicht nachhaltig», erklärt Mario Weber.

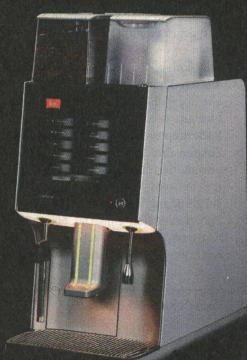
In Eschlikon ist man über den Erfolg der Ladina-Pfannen erfreut, rund 4000 davon wurden inzwischen hergestellt, die erste Serie von 1800 ging an einen Händler in Taiwan. Mario Weber dazu: «Wir wollen keine 100 000 Stück pro Jahr herstellen, schliesslich geht jede einzelne Pfanne vor dem Verkauf durch die Hände meines Vaters, der sie kontrolliert und den Brandrückstand auf den Nieten wegpoliert. Jetzt schauen wir erst einmal, wie sich der Verkauf auf Weihnachten hin entwickelt.»

Dario Cadonau



HALLE 2
STAND 215
ZAGG
MELITTA® CAFINA® XT6 LIVE ERLEBEN!

FÜR
DAS
BESTE
IN DER
TASSE



Melitta®
Cafina® XT 6

DIE MAHLSCHLEIBEN der neu entwickelten Cafina®-Mühle bestehen aus Werkzeugstahl, haben einen Durchmesser von 75 mm und mahlen extrem gleichmässig, aromaschonend und konstant. DAS INNOVATIVE MILCHSYSTEM MIT KALTMILCH-SCHAUM gibt warmen und kalten Milchschaum in unterschiedlichen Arten aus und schafft damit eine noch größere Getränkevielfalt. DIE PROFESSIONELLE EDELSTAHLBRÜHGRUPPE besteht aus hochwertigen Materialien – überwiegend Edelstahl – für einen verschleißfreien Betrieb bei einer Maximalenwaage von 20g. DAS CLEANING IN PLACE-SYSTEM (CIP) garantiert maximale Sauberkeit durch vollautomatische Reinigung sämtlicher Milchleitungen.

caфина®
Ein Unternehmen der Melitta Gruppe

Cafina AG
www.cafina.ch

SCHWOB

«Swiss made» und
alles aus einer Hand

Tradition, Fachwissen, Spitzentechnologie und ein klares Bekenntnis zum Produktionsstandort Schweiz – gepaart mit einem hohen Kundenfokus und drei Textilpflegestandorten – machen Schwob zum erfolgreichen Textilunternehmen.

Der Schlüssel zum Erfolg von «Le Nouveau Chef» (neu exklusiv erhältlich bei Schwob) sind die perfekte Passform, die hohe Funktionalität und das hervorragende Preis-Leistungs-Verhältnis. Der persönliche Kontakt vom Designer mit den Kunden in der Küche oder im Service, gewährleistet die kontinuierliche Weiterentwicklung der Kochbekleidung. Le Nouveau Chef nutzt nur Gewebe aus Europa, die dem Öko-Text-Standard 100 entsprechen. Viele der weltweiten Spitzenköche tragen heute Le Nouveau Chef und sind begeistert. Nebst den bekannten Spitzenköchen, wie Tanja Grandits mit ihrem gesamten Team oder Andreas Caminada, haben sich bereits viele anspruchsvolle Chefs für unsere Produkte entschieden.

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

Igeho: Halle 4, Stand 411

CASH + CARRY ANGEHRN

50 Jahre Cash + Carry
Angehrn

Mit neun Märkten ist CCA Angehrn in der Deutschschweiz vertreten. Vor 50 Jahren eröffnete der erste CCA-Markt in Gossau, eine Pionierleistung im Grosshandel. Das Jubiläumsjahr steht ganz im Zeichen von Menschen: Kundinnen und Kunden, Mitarbeitende und Lieferanten erzählen ihre Geschichten und wie sie mit CCA Angehrn verbunden sind.

An der ZAGG will CCA Angehrn hoch hinaus mit den Besuchern: Eine unvergessliche Ballonfahrt sowie weitere attraktive Preise werden an der Messe verlost. Für zusätzliche Gewinnchancen steht der einarmige Bandit bereit. Am Stand werden neue Produkte und Dienstleistungen, wie zum Beispiel die Tiefpreismarke Benefit Price, die gluten- und laktofreien Gourmet Maison-Ménüs für Gäste mit Intoleranzen oder das attraktive Saviva Bonus-Programm präsentiert. Ebenfalls am Stand von CCA Angehrn präsentiert ELSA MIFROMA Service Culinaire eine Neuheit für den Raclettegenuss am Tisch.

Saviva AG, Geschäftsbereich CCA Angehrn
Mooswiesstrasse 42
9201 Gossau
Telefon 071 388 13 00
Fax 071 388 13 01
cca.marketing@saviva.ch
www.cca-angehrn.ch

Igeho: Halle 1, Stand 120

HUGENTOBLER

ZAGG-Highlights von
Hugentobler

Seit über 40 Jahren erfinden und bauen wir Kochtechnik und Küchensysteme, die sowohl Köche als auch Gastronomen in Gewinnerposition bringen. Wir streben nach Lösungen für einen einfacheren und erfolgreicher Kochalltag mit dem Ziel, aus Lebensmitteln beste Speisen herzustellen. Kommen Sie an unseren Stand, lassen Sie sich inspirieren und entdecken Sie neue Wege, wie man mit der HUGENTOBLER-Produktpalette Profiküchen rentabler machen kann.

- NEU! Reg-o-mat
- NEU! CSC Sous Vide Bad
- «freeze'n'go» mit Frigolet
- Kombisteamer Practico Vision
- Hold-o-mat

Diese und weitere Messe-Highlights stellen wir Ihnen an der ZAGG vor. Besuchen Sie uns, erfahren Sie mehr über unsere Kochapparate und -systeme, die Küche in Gewinnerposition bringen.

Hugentobler Schweizer Kochsysteme AG
Gewerbestrasse 11
9322 Schönbühl
Telefon 0848 400 900
Fax 031 858 17 15
info@hugentobler.ch
www.hugentobler.ch

Igeho: Halle 1, Stand 134

HÜGLI NÄHRMITTEL

Direttissima!
Schnell & zuverlässig

«Direkt zum Kunden» ist nun seit beinahe 80 Jahren die Kernkompetenz von Hügli Food Service Schweiz. Unsere geschulten Aussendienstmitarbeiter vertreten dabei die erstklassigen Hügli-Produkte direkt im Markt. Sie profitieren damit von folgenden Vorteilen: keine Umwege, keine zusätzlichen Handelsspannen und direkte Belieferungswege. Der unmittelbare Kontakt ermöglicht es uns, auf Kundenbedürfnisse einzugehen. Dieser persönliche Service ist ein Markenzeichen des Hügli-Aussendienstes, der die qualifizierte Beratung vom Profi zum Profi garantiert.

Zu unseren zufriedenen Kunden zählen Hotels, Kantinen, Spitäler, Caterer und Restaurants. Unsere Basis- und Convenience-Produkte erleichtern dem Koch die Arbeit und lassen ihm genügend Freiraum für seine eigene Kreativität. Sie betonen den Eigengeschmack der Speisen, ohne diesen zu übertönen.

Passt! Hügli soll auch weiterhin das Geheimnis der erfolgreichen Küche bleiben.

Hügli Nährmittel AG
Bleichstrasse 31
9322 Steinach
Telefon 0800 55 46 92
Fax 071 447 29 94
verkauf.ch@hugli.com
www.huglifoodservice.ch

Igeho: Halle 2, Stand 231

CAFINA

Erster Spross einer
neuen Generation

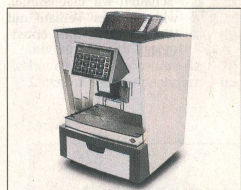
Cafina präsentiert an der ZAGG das erste Modell einer neuen Kaffeevollautomaten-Generation. Die Melitta® Cafina® XT6 steht unter dem Motto «Für das Beste in der Tasse» und wurde für die gastronomischen Betriebe entwickelt, die einen hohen Anspruch an die Kaffeequalität haben und dabei auf Leistung nicht verzichten wollen.

Klare, reduzierte Formen, markante Funktionsbereiche, hochwertiges Aluminiumgehäuse: Der komplett neu entwickelte Kaffeevollautomat Melitta® Cafina® XT6 gibt sich als echter Profi zu erkennen, ohne dabei auf emotionale Ansprache zu verzichten. Grosse Aufmerksamkeit schenkt der Vollautomat seinen Produkten: Tageslicht-LEDs beleuchten den kompletten Tassenraum und rücken die Kaffee-, Milch- und Schoko-Spezialitäten in den Vordergrund. Mit ihren kompakten Abmessungen – 30 cm Breite, 71 cm Höhe, 58 cm Tiefe – integriert sich die Cafina XT6 problemlos an jedem Standort.

Cafina AG Kaffeemaschinen
Römerstrasse 2
5502 Hunzenschwil
Telefon 062 889 42 42
Fax 062 889 42 83
info@cafina.ch
www.cafina.ch

Igeho: Halle 2, Stand 215

THERMOPLAN

Kaffeegenuss auf
höchstem Niveau

Thermoplan zeigt an der ZAGG das komplette Geräteprogramm für das professionelle Gastgewerbe, die Hotellerie und die Gemeinschaftsgastronomie. Den Schwerpunkt bilden die Kaffeevollautomaten der Baureihen BLACK&WHITE 3 und BLACK&WHITE ONE.

Der Hersteller aus dem benachbarten Weggis zeigt in Luzern verschiedene Modelle der modular konstruierten Top-Baureihe BLACK&WHITE 3. Für jeden Einsatzbereich ist ein geeigneter Kaffeevollautomat lieferbar – sogar mit Mengenbrühmodul für grössere Bedarfsmengen oder mit Choco-Modul für Trinkschokolade. Allen gemeinsam ist die beeindruckende Produktqualität und -vielfalt. Espresso, Kaffee, Café Crème bis hin zu Spezialitäten à la Cappuccino, Latte Macchiato sowie Milchschaum- oder Schoko-Drinks – die Produktauswahl lässt keine Wünsche offen. Der kompakte Kaffeeautomat.

THERMOPLAN AG
Thermoplan-Platz 1
6353 Weggis
Telefon 041 392 12 00
Fax 041 392 12 01
thermoplan@thermoplan.ch
www.thermoplan.ch

Igeho: Halle 2, Stand 267

BRITA

Der Fortschritt geht
weiter

Was vor einem Jahrzehnt als neue Lösung im Bereich Wasserfiltration begann, wird fortgeführt, weiterentwickelt und den veränderten Marktbedingungen angepasst. So reagiert BRITA beispielsweise auf verengte Platzverhältnisse in Buffetunterbauten mit dem neuen PURITY C 1100 Quell ST. Perfekt aufeinander abgestimmte Filtermedien und -komponenten garantieren eine Wasserqualität, die höchsten Ansprüchen genügt. Dafür stehen bis heute die drei PURITY Versprechen: optimale Wasserqualität, höchste Produktsicherheit und einfache Handhabung.

Auf der Suche nach dem perfekten Kaffee unterstützt BRITA seit Jahren den SCAE und ist offizieller Sponsor von Nina Rimpl, Barista-Schweizer Meisterin 2014.

Erleben Sie Nina Rimpl am Montag, den 08. September 2014 an unserem Stand und lassen Sie sich einen meisterlichen Cappuccino schmecken!

BRITA Wasser-Filter-Systeme AG
Gassmatt 6
6025 Neudorf
Telefon 041 932 42 30
Fax 041 932 42 31
info-ppd@brita.net
www.brita.ch

Igeho: Halle 2, Stand 270

ROMER'S HAUSBÄCKEREI

Feines an der ZAGG
degustieren

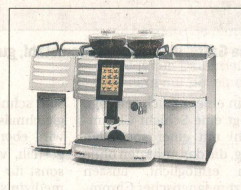
ZAGG-Besucher können die Produkte von Romer's Hausbäckerei in der Halle 2, am Stand 258 degustieren. Beispielsweise die Blätterteig-Chüchli in Premium-Qualität. Dank der feinen Konsistenz und dem luftigen Blätterteig vermitteln sie ein ganz spezielles Geschmackserlebnis. Es gibt sie in den Sorten Käse, Spinat und Quiche. Die Leckerbissen sind unterbacken, wiegen 50 Gramm und sind sortenrein in Kartons zu je 40 Stück erhältlich.

Rustikales Krustenbrot aus Ruchmehl
Aussehen knusprig, innen luftig, kraftvoll und aromatisch. So schmeckt das Krustenbrot aus der Traditionslinie «Grossvaters Backrezepte» von Romer's Hausbäckerei. Zutaten und Rezept sind seit Jahrzehnten unverändert: Die grossporige, luftige Krume entsteht durch die althergebrachte Teigfertigung, bei der man dem Teig viel Zeit zum Reifen gibt. Das 500-grammige Krustenbrot ist vorgebacken und erhältlich in Kartons zu je 10 Stück.

Romer's Hausbäckerei AG
Neubuchstrasse 1
8717 Benken
Telefon 055 293 36 36
Fax 055 293 36 37
info@romers.ch
www.romers.ch

Igeho: Halle 2, Stand 258

SCHAERER

Mehr als nur Kaffee-
maschinen

Mit «Flavour Art» präsentiert Schaefer ein Konzept, das gezielt über die reine Bereitstellung von Kaffeemaschinen hinausgeht. Bereits seit Jahren hat es sich das Schweizer Traditionsunternehmen zur Aufgabe gemacht, Kunden auch jenseits technischer Fragestellungen zu begleiten und effektiv zur Etablierung eines erweiterten und qualitativ hochwertigen Kaffee-Angebots beizutragen. Dieser Anspruch wurde im Zuge der neuen Möglichkeiten der Schaefer Coffee Art mit dem Sirupsystem «Flavour Point» bei der Zubereitung aromatisierter Kaffee-basierter Heiss- und Kaltmilchgetränke in konkrete Formen gegossen. Neben der Entwicklung einer individuellen Getränkekarte unterstützt der Hersteller vollautomatischer Kaffeemaschinen auf Wunsch beispielsweise bei der Produktion unterschiedlichster Verkaufsinstrumente, die den Absatz von Kaffeespezialitäten nachhaltig ankurbeln sollen.

Schaerer AG
Allmendweg 8
4528 Zuchwil
Telefon 032 681 62 00
Fax 032 681 62 64
info@schaefer.com
www.schaefer.com

Igeho: Halle 2, Stand 229

WÄSCHEKRONE

Exklusives Dessin zu
Topkonditionen

Die exklusive Tischwäsche-Serie Circolo und Leaves, von Wäschekrone setzt ganz besondere Akzente. Sie entfaltet Charme und lädt die Gäste zum behaglichen Verweilen und Afterschlafen ein. Der Einsatzbereich ist vielfältig und reicht von der gemütlichen Stube hin zu kontrastreichen Inszenierungen in puristischem Ambiente.

Die Vollzwirn-Damast-Tischwäsche Circolo bietet acht verschiedenen Farben, das Dessin Leaves ist in sechs Farben erhältlich. Die Tischwäsche ist aus Vollzwirndamast, 100% Baumwolle mit ca. 240g/m², ist indanthren-garngelb und garmercerisiert, optisch aufgehellt und all-over gemustert. Tischdecken werden 4-seitig schmal gesäumt, runde Decken mit Band unterlegt. Die exklusiven Dessins sind bei 95 Grad waschbar. Die Tischwäsche gibt es in allen gängigen Massen, ebenso wie als Tischsets, Servietten, Tischläufer, Kissenhüllen mit Reissverschluss und sind auch als Bettläufer vielseitig einsetzbar.

Wäschekrone GmbH & Co. KG
Hirschstrasse 98
D-89150 Laichingen
Telefon +49 7333 804 855
Fax +49 7333 804 955
info@waeschekrone.ch
www.waeschekrone.ch

Igeho: Halle 2, Stand 248

Prodega/Growa/Transgourmet

Transgourmet
Multichannel



Zwei Marktführer im Abhol- und Belieferungsgrosshandel beschreiten einen vereinten Weg. Kunden profitieren von einem gemeinsamen Serviceangebot. Die neue Belieferungsstrategie der Transgourmet setzt auf Regionallager. Diese entstehen immer in direkter Nachbarschaft zu einem Prodega- oder Growa-Abholmarkt, von wo aus die Lieferungen vorbereitet werden. Der grosse Vorteil für den Kunden sind ein noch grösseres Sortiment, regionale Produkte und kurze Transportwege.

Eigenmarke Quality

Die vielfältigen Produkte der Eigenmarke Quality auf dem Prodega/Growa/Transgourmet Stand erleben. Die Auswahl umfasst von frischen Milchprodukten über ein vitaminreiches Frische- und Gemüseangebot bis hin zu einer gemischten Profi-Reinigungslinie und deckt somit die wichtigsten Bedürfnisse einer Gastküche ab.

Prodega/Growa/Transgourmet
Transgourmet Schweiz AG

Lochackerweg 5
3302 Moosseedorf
Telefon 031 858 48 48
Fax 031 858 48 45
www.transgourmet.ch

Igeho: Halle 4, Stand 403

VEGA

Kulinarische
Highlights



VEGA geht mit dem Spitzenkoch Torsten Götz (GENUSS-Botschafter, Promi- & Gesellschaftskoch, Food Coach, sowie Team-Koch der Schweizer Fussballnationalmannschaften) eine Partnerschaft ein. Lassen Sie sich an der ZAGG von den kulinarischen Kreationen von Torsten Götz inspirieren und probieren Sie seine Köstlichkeiten an unserem Stand. Sonntag, 07.09. und Montag, 08.09. von 11:00 - 15:00 Uhr.

Rolf Cavigel LIVE! Erfahren Sie von ihm persönlich, wie die Rezepte «Gebackener Milchreis mit Vanille und Safran-Orangen-Sorbet mit Kardamom-Karamell-Grünmel und Chili-Graffiti» oder «Eingelegter Parmesan in Absinth mit Pumpernickel-Crossies und Zimtduft» in seinem Buch «Das Parfum der Küche» entstanden sind. Lassen Sie sich an unserem Stand begeistern. Dienstag, 09.09. von 14:00 - 15:00 Uhr.

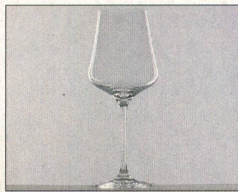
Hotelwäse Erwin Müller GmbH + JOBELINE,
VEGA Vertrieb v. Gastronomiebedarf GmbH

Tramstrasse 7
9444 Diepoldsau
Telefon 0848 809 800
www.erwinmueller.ch, www.jobeline.ch
www.vega-ch.com

Igeho: Halle 2, Stand 219

GASTROIMPULS

Gabriel-Glas – eines
für alle!



In Zusammenarbeit mit dem österreichischen Glas-Designer Siegfried Seidl hat der Schweizer Wein-«Papst» René Gabriel ein Glas entwickelt, welches sich für praktisch alle Rebsorten eignet und einen maximalen Genuss bietet.

«Eines für alle», ein Universalglas für Rot-, Rosé- und Weissweine. Die leicht konische, innen geschwungene Form konzentriert das Bouquet, und die grösste Breite von 95 Millimetern führt zu einem gewissen «Dekantier-Effekt», weil der Wein beim Einschenken Luft bekommt.

Das maschinengefertigte Glas überzeugt auch qualitativ. Der Stiel ist aus dem Kelch gezogen um somit sehr bruchfest.

Gastroimpuls
Hunkeler Gastro AG

Grimselweg 5
6002 Luzern
Telefon 041 368 91 91
www.gastroimpuls.ch
info@gastroimpuls.ch

Igeho: Halle 2, Stand 245

NESTLÉ PROFESSIONAL

Die Kunst perfekten
Kaffees



NESCAFÉ Milano – erleben Sie die beste
Lösung

Vereinfachen Sie Ihre Kaffeezubereitung: Höhere End-Cup-Quality bei einfacherem Handling. Vergrössern Sie Ihre Gewinnspanne auf Kaffee, weil sie für NESCAFÉ Milano keine Startinvestition benötigen. Sie profitieren sofort vom zunehmenden Kaffee-Umsatz.

NESCAFÉ Milano Lounge – geniessen
Sie das Kaffee-Erlebnis

Überraschen Sie Ihre Kunden mit 400 Zubereitungsvariationen. Passen Sie die NESCAFÉ Milano Lounge an Ihre Bedürfnisse an.

Weitere Informationen und kostenlose Tickets für die ZAGG unter www.nescafe-solutions.ch. Kontaktformular ausfüllen oder Mail senden mit dem Vermerk «htr».

Nestlé Professional
Beverage Solutions

Blumenfeldstrasse 15
9401 Rorschach
Telefon 071 844 85 50
info@nescafe-solutions.ch
www.nescafe-solutions.ch

Igeho: Halle 2, Stand 234

DYHRBERG

Die innovativen
Sortimente



Willkommen an der ZAGG mit viel Swissness. Die Fachmesse für Gastgewerbe, Hotellerie und Gemeinschaftsgastronomie hat sich als Treffpunkt der Schweizer Gastrobbranche etabliert und ist stetig gewachsen. Besuchen Sie uns in der Halle 4 Stand 407 und erfahren Sie mehr über die innovativen Sortimente rund um die Holzofen- und tiefgekühlten Seafood-Produkte der Marke Krista.

Wie letztes Mal verwöhnt Dyhrberg die Besucher auch dieses Jahr wieder kulinarisch. In Zusammenarbeit mit Thomas Messerli Mille Sens Restaurant in Bern und dessen Küchenchef Domingo S. Domingo (Dodo) sowie der Messeleitung wird den Besuchern ein Gastroerlebnis geboten, das einer Gastronomie-Messe würdig ist.

Dyhrberg AG

Solothurnerstrasse 40
4710 Balsthal
Telefon 062 386 80 00
Fax 062 386 80 19
admin@dyhrberg.ch
www.dyhrberg.ch

Igeho: Halle 4, Stand 407

Fachpersonal finden Sie auf hoteljob.ch!

hoteljob.ch SUCHEN LOGIN REGISTRIEREN KONTAKT DE FR IT

Die Stellenplattform für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus.

DIREKTION / GESCHÄFTSLEITUNG

RECEPTION/RESERVATION

KÜCHE

Alle Jobangebote 38

Alle Jobangebote 103

Lehrstellen/Praktikum 1

Bewerberprofile 250

Top Jobs

Koch & Pâtissier
Festanstellung-Vollzeit
Region Zürich

Küchenschef m/w
Saisonstelle
ganze Schweiz

PLEASE DISTURB

htr-Code

Alle Jobangebote 250



**«Wir profitieren bei der HOTELA von günstigen
Prämien für die Sozialversicherungen –
sie ist eine NPO und arbeitet einfach überzeugend.»**

Hanna E. Rychener Kistler, Direktorin
der Höheren Fachschulen für Tourismus,
Zürich (IST)/Lausanne (EIT)

SIMPLIFY YOUR BUSINESS.