

igeho magazin

ALLES FÜR ERFOLGREICHE GASTGEBER

IGEHO CAMPUS

Der neue ultimative
Branchentreffpunkt

CARE BEREICH

Professionelle Hotellerie
und modernste Ausstattung
machen auch betriebs-
wirtschaftlich Sinn

NEUHEITEN

Fruchtdrinks, Berufsbe-
kleidung, Schliesssysteme,
Weiterbildungsangebote
und noch viel mehr

igeho

Punkten Sie als Gastgeber zwischen Feierabend und Abendessen.

Lassen Sie sich für Ihr After-Work-Konzept inspirieren: Zahlreiche Ideen von den Drinks und Rezepten über passende Häppchen bis zur Präsentation.

Besuchen Sie uns an der IGEHO vom 21. bis 25. November 2015: Stand A074, Halle 1.2



www.cca-angehrn.ch

EIN GESCHÄFTSBEREICH VON **SAVIVA**
Swiss Food Services

WILLKOMMEN

50 Jahre Gastfreundschaft

Liebe Messebesucherinnen und -besucher

Herzlich willkommen an der Igeho. Schön, dass Sie bei uns zu Gast sind!

Die Igeho ist der Ort, an dem sich Fachbesucher aus Hotellerie, Gastronomie, Take-away und Care Inspiration holen, sich überraschen und verwöhnen lassen. Und die Igeho ist der Ort, an dem Gastfreundschaft zelebriert und geliebt wird: mit Ihnen, und dank Ihnen. Zum mittlerweile 50. Mal dürfen wir gemeinsam mit Ausstellern und Partnern diese Welt der Gastlichkeit inszenieren – und für diese langjährige Treue möchten wir uns bedanken.

«Die Igeho bietet alles für erfolgreiche Gastgeber. Und noch ein bisschen mehr.»

Doch womit wartet die Igeho 2015 auf? Tauchen Sie ein in unsere Welt der Gastlichkeit und entdecken Sie bereits heute die spannenden Highlights der Jubiläumsausgabe:

Der **Igeho Campus** ist der ultimative Treffpunkt im Treffpunkt. Ab Seite 22 geben wir Ihnen exklusiven Einblick in das hochkarätige Programm mit packenden Rednern, heissen Diskussionsrunden und spannenden Expertentalks.

Das **Restaurant CH** in Halle 1.1 führen Studierende der Belvoirpark Hotelfachschule. Treten Sie ein, geniessen Sie und lassen Sie sich von Talent und Können des Branchennachwuchses begeistern. Mehr dazu erfahren Sie ab Seite 33.

Die **Kocharena** bietet Live-Kochen, beste Unterhaltung und Fachinformationen aus erster Hand. Lesen Sie ab Seite 45, welche bekannten Köpfe in Halle 1.0 den Kochlöffel schwingen, über ihren Berufsalltag erzählen und neue Ideen vorstellen.



Haben wir Sie neugierig gemacht? Dann freuen wir uns, vom 21. bis 25. November mit Ihnen die Igeho zu gestalten. Denn Sie sind es, die unsere Messehallen mit Leben füllen: Aussteller mit innovativen Produkten und überraschenden Lösungen, Experten mit einzigartigen Erfahrungen und neuen Erkenntnissen und Besucher mit neugierigen Augen und offenem Geist.

Herzlich

D. Dresel

Dominique Dresel, Exhibition Director



Inhalt

RESTAURANT- UND HOTELAUSSTATTUNG Design zum Wohlfühlen. Im Gespräch mit der Designerin Alexa Blum.	8
WELT DES KAFFEES Kaffeequalität neu definiert? Filterkaffee, «bulletproof coffee» und «cold brew» sind im Trend.	19
IGEHO CAMPUS Diese spannenden Themen und packenden Referenten erwarten Sie auf der neuen Veranstaltungs- und Begegnungsplattform.	22
RESTAURANT CH Der Nachwuchs trumpft auf. Mit regionalen Speisen und Getränken in der gemütlichen Landbeiz.	33
WELT DER TECHNOLOGIEN Jetzt sollen wir auch noch facebooken, twittern und instagramen? Ein Hotelier und eine Professorin sagen warum und wie.	36
NAHRUNGSMITTEL UND GETRÄNKE Die vegane Küche ist gefragt. Alternativen zu Fleisch, Fisch und Käse.	42
KOCHARENA Show-Kochen mit bekannten Köpfen, spannenden Geschichten und Fachinformationen aus erster Hand.	45
FEINKOSTE UND WEINE Mehrwert durch regionale Küche. Tradition und Heimat haben Hochkonjunktur.	48
KÜCHENTECHNIK UND REINIGUNGSLÖSUNGEN Modernste Küchentechnik im Care-Bereich. Ein Besuch im Seniorenzentrum Rosengarten (Laufen BL).	61
SWISS HOSPITALITY INVESTMENT FORUM Hotelbesitzer und -betreiber treffen Investoren – am Swiss Hospitality Investment Forum.	67
MEFA An der Mefa geht's um die Wurst.	71
PRAKTISCHE INFORMATIONEN Alle wichtigen Informationen zu Anfahrt, Tickets, Messegelände und den verschiedenen Igeho Informationskanälen auf einen Blick.	73
ECOCIRCLE Nachhaltige Produkte an der Igeho.	74
MESSENEUHEITEN Alle Neuheiten der Igeho und der Parallelmesse Mefa auf einen Blick.	76
IMPRESSUM	98

NEU

Alles für den perfekten Kaffee

Die Weltneuheit **A600** definiert den Dialog mit der Maschine neu. Das intelligente & benutzerfreundliche Touchscreen lässt sich individuell auf Ihren Betrieb anpassen und wird durch ein funktionales Lichtkonzept wirksam ergänzt. Das revolutionäre, automatische Reinigungskonzept sorgt für höchste Sauberkeit und maximale Effizienz. Für den perfekten Kaffeegenuss sorgt innovative Schweizer Technik. Sie werden vom vollendeten Geschmackserlebnis begeistert sein: Kaffeeklassiker, Schokolade und vielfältige Getränke-creationen mit kaltem oder warmem Milchschaum und Flavors.

Make it wonderful – A600.franke.com



Besuchen Sie uns auf der **IGEHO 2015** in Basel vom 21. bis 25. November Halle 1.1 / Stand D114

MAKE IT
Wonderful!

FRANKE

ERHOLSAMER SCHLAF

Ein guter Tag beginnt nachts

Was macht den erholsamen Schlaf im Hotelzimmer aus? Verschiedenste Faktoren sind zu berücksichtigen. Doch am Ende will jeder Gast vor allem eines: ein bequemes Bett.

Text Andreas Schmidt Foto Igeho

«Zu weiche Matratze», schreibt der eine; «zu harte Matratze» der andere; «wunderbar geschlafen» ein Dritter. Wer auf Hotel-Bewertungsplattformen die Beurteilungen zur Schlafqualität

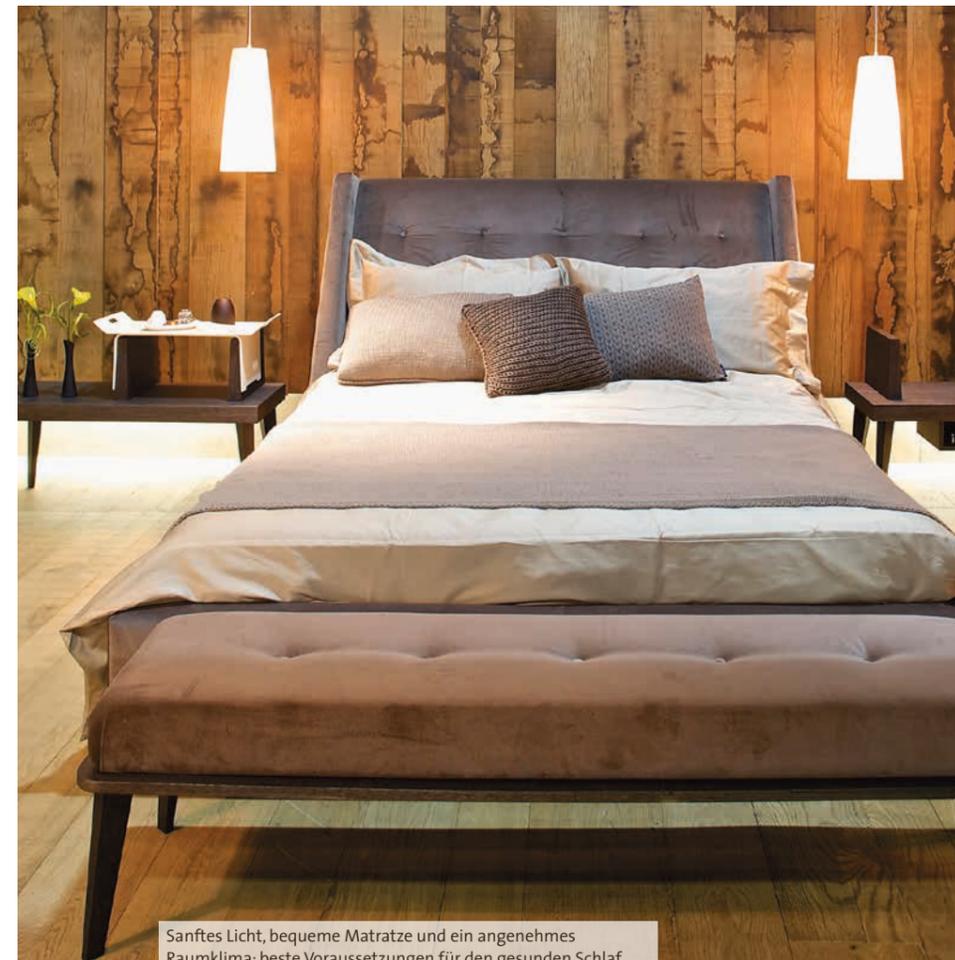
liest, merkt sogleich: Die individuellen Bedürfnisse und Vorlieben könnten unterschiedlicher nicht sein. Entsprechend aufwendig ist die Ausstattung von Hotelzimmern: Vom Bett über die Lüftung bis zum Schall- und Lichtschutz muss diese möglichst viel Komfort bieten, damit die Gäste gut schlafen – und das nächste Mal wiederkommen.

Lösungen für jeden Körper

Ein Bettsystem, das vielen Schläfern entspricht, ist ein wichtiger Faktor für den gesunden Schlaf. Experten empfehlen für Hotels deshalb Matratzen, die punktelastisch reagieren und sich dadurch gut an unterschiedliche Körperkonturen anpassen. Viele Hotels setzen auf komfortable Taschenfederkernmatratzen in Kombination mit Boxspringbetten, beispielsweise von Produzent und Igeho Aussteller Schlafconcept. Auch moderne Kaltschaummatratzen mit einem klassischen Lattenrost bieten besten Schlafkomfort für jeden Körpertypus.

Wunschkonzert im Schlafgemach

Dass Hotelgäste grossen Wert auf erholsamen Schlaf legen, belegt auch eine Studie des Fraunhofer Instituts. Für 98 Prozent ist dieser gar ein Muss. Dem sind sich die Hotelbesitzer bewusst und reagieren kreativ: Immer mehr Hotels bieten sogenannte Schlafmenüs an. Zur Auswahl stehen spezielle Verdunkelungsvorhänge, sanfte Musik, Ohropax, ein dickeres Duvet oder ein härteres Kissen. Das Zimmer wird alsdann wunschgemäß ausgestattet und bietet somit beste Voraussetzungen für eine geruh-same Nacht – und einen produktiven neuen Tag. ||



Sanftes Licht, bequeme Matratze und ein angenehmes Raumklima: beste Voraussetzungen für den gesunden Schlaf.

Mehr dazu am Igeho Campus

Sie möchten mehr zum Thema Schlafen erfahren? Verfolgen Sie den «Talk für den Hotelier – Schlafkomfort» von HOTELIER-Chefredaktor Hans R. Amrein mit Gästen am Montag, 23. November 2015 um 16.30 Uhr.

DESIGN ZUM WOHLFÜHLEN

«Gestaltung ist Kommunikation.»

Die Designerin Alexa Blum gestaltet Räume mit Farben und Materialien. Statt auf aktuelle Trends achtet sie dabei lieber auf die Kommunikationsziele der Auftraggeber und auf die Geschichte des Hauses.

Text Markus Tschannen Foto L'Auberge Langenthal | Porträt Marco Mostosi

Frau Blum, Sie haben viele Gestaltungskonzepte für psychiatrische Institutionen erarbeitet, aber auch für Hotels. Wo liegen die Unterschiede, wo die Gemeinsamkeiten?

In der Psychiatrie kann es ein Ansatz sein, mit einem unerwarteten Design alte Klischees aufzubrechen – zum Beispiel mit offenen Räumen und intensiven Farben. In der Hotellerie hingegen ist unter Umständen ein Konzept interessanter, mit dem Erwartungen erfüllt oder neu interpretiert werden. Das

«Ich orientiere mich am Zeitgeist eines Hauses, nicht an Moden.»

Resultat kann dann ähnlich aussehen, denn sowohl in der Psychiatrie als auch im Hotel ist eines wichtig: Der Gast soll sich wohlfühlen.

Und wann fühlt sich ein Gast in einem Hotelzimmer wohl?

Wenn er wertgeschätzt wird. Ein gut und individuell gestalteter Raum, der die Charakteristiken des Hauses widerspiegelt, drückt diese Wertschätzung aus. Manche Hotelketten vermitteln hingegen eher das Gefühl, dass sich ein Gast dem weltweit einheitlichen Konzerndesign unterordnen muss.

Gibt es ein typisches Wohlfühlmaterial?

Stoff verbessert grundsätzlich die Akustik und bringt, wenn er nicht flächig gespannt ist, weiche, fließende Formen in den Raum. Das wirkt organisch und behaglich.

Wie beginnt ihre Arbeit in einem Projekt?

Ich setze mich mit dem Auftraggeber zusammen; oder führe gleich mit der ganzen Geschäftsleitung und allenfalls mit dem Architekten einen Workshop



Grossbürgerliche Villa, neu interpretiert: Seminarhotel L'Auberge in Langenthal.

durch. Dabei ergründen wir das Selbstbild des Betriebes. Gestaltung ist Kommunikation. Sie soll sich an den kommunikativen Zielsetzungen des Hauses orientieren.

Was beeinflusst die Gestaltung sonst noch?

Die Architektur und je nachdem der Ort und die Geschichte des Hauses. Das Restaurant und Seminarhotel L'Auberge in Langenthal zum Beispiel war einst eine herrschaftliche Villa. Die Hotelzimmer haben wir deshalb üppig gestaltet, mit floral gemusterten Wandbespannungen aus Stoff. Die Räume wirken erlesen; nicht auf eine barocke Art, sondern schlicht und eher ländlich. Ich halte mich viel lieber an den Zeitgeist des Hauses als an Moden. Dadurch ist das Design auch in zehn Jahren noch aktuell.

Sie beachten Trends also gar nicht?

Ich räume ihnen zumindest keine Priorität ein. Es gibt aber durchaus begrüssenswerte Entwicklungen. Zum Beispiel dürfen Materialien heute wieder

das sein, was sie sind: authentisch. Holz und Stein dürfen raue Oberflächen haben, ein Teppich darf auch einmal zeichnen oder üppig sein.

Individuelles Design und charakteristische Materialien – das klingt pflegeintensiv.

Nicht, wenn ich meinen Job gut mache. Es ist meine Aufgabe, gutes Design mit Brauchbarkeit zu vereinen. Entsprechend gründlich wähle ich die Materialien und ihre Herstellungsmethode aus: bei Textilien die Oberflächenstruktur, die Farbgebung oder das Einsatzgewicht. Sie müssen nicht nur pflegeleicht sein, sondern auch gut altern. In einem Hotelzimmer erfahren sie ganz andere Belastungen als zu Hause im Wohnzimmer.

Achten Sie auch auf Designaspekte, wenn Sie privat verreisen?

Ja, ich will mich schliesslich wohlfühlen. In London übernachtete ich jeweils in einem Hotel, das sehr kleine Zimmer hat. Die sind aber so luftig gestaltet, dass man sich nie eingegengt fühlt.

Waren Sie schon in einem schlecht gestalteten Hotel?

In Berlin erwartete mich einmal ein grau und bordeauxrot gestrichenes Hotelzimmer. Das wirkte so aufdringlich, dass ich den Raum rückwärts wieder verliess. Das ist aber bereits eine Weile her und mit etwas Glück hat das Hotel inzwischen ein neues, einladendes Farbkonzept erhalten. ||

Mehr über Alexa Blum und ihre Arbeit erfahren Sie unter: www.alexablum.ch



Alexa Blum

Schlafkomfort und Stil perfekt vereint.



Die happy Boxspringbettkollektion verbindet beispiellosen Liegekomfort mit hochwertigem Design. Lassen Sie sich von unseren vielfältigen Farb-, Stoff- und Fussvarianten inspirieren und finden Sie Ihr massgeschneidertes Boxspring-System.

Besuchen Sie uns an der Igeho, Halle 1.1, Stand C052

Hilding Anders Switzerland AG
Biltnerstrasse 42
CH-8718 Schänis

Tel. +41 55 619 66 00
happy@happy.ch
www.happy.ch/de/objektbereich



Gedämpfte Farben, diskrete Muster und natürliche Materialien setzen Räume stimmungsvoll in Szene.

DAMIT SICH DER GAST WOHLFÜHLT

Greige, Tapeten und Leinenoptik – die Trends im Gastrobau

Qualität in Küche und Service sind die Basis eines erfolversprechenden Gastronomiekonzepts. Ebenso wichtig ist jedoch, dass sich der Gast wohlfühlt. Welche Materialien und Farben dazu beitragen, weiss der Einrichtungsexperte.

Text Markus Tschannen Foto Igeho

Farbtöne in greige, gemischt aus den Farben grau und beige, sind schon seit längerer Zeit sehr beliebt – auch im Innenausbau von Restaurants. Neu ist der Trend hin zu blau. Lange war diese Farbe in der Gastronomie tabu, galt als kalt und steril. Doch es kommt auf den richtigen Ton an, wie Hans Brönnimann von der Gschwend AG Gastro-Bau weiss: «Genauso wie greige wirken tiefe Blautöne edel und unaufdringlich. Sie schaffen so eine Atmosphäre, in der sich der Gast wohlfühlt.»

Ebenfalls (wieder) aktuell sind Tapeten, zum Beispiel im Vintage-Look. Aber auch Bildertapeten, Strukturtapeten oder individuelle Designs im Eigendruck werden beim Gastrobauer regelmässig nachgefragt.

Echte Materialien und ein gedämpfter Lärmpegel

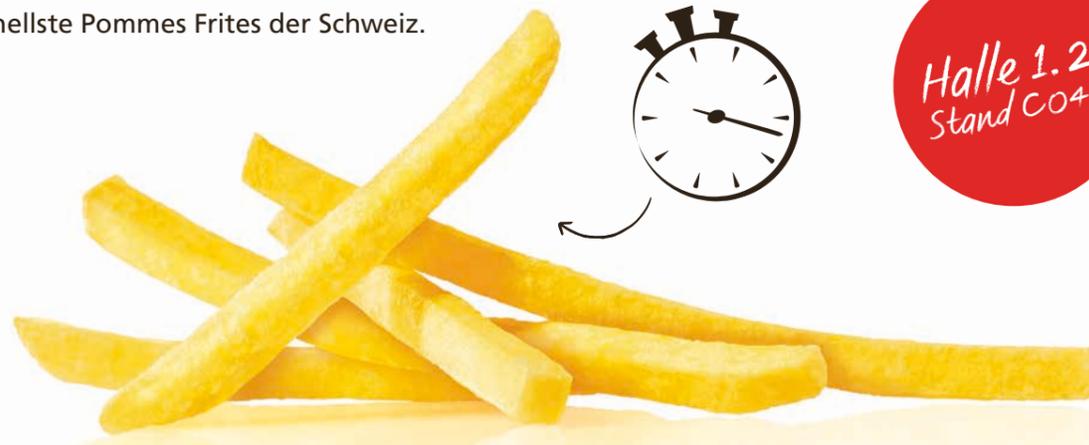
Bei den Materialien ist mehr denn je Natürlichkeit angesagt. Massive Hölzer, Stahl, gebrochene statt polierte Granitoberflächen, Natursteinböden und Leinenoptik sind nicht nur auf dem Land, sondern immer öfter auch in urbanen Gasträumen zu finden. Definitiv vorbei sind die Zeiten der Restaurants, in

denen man sich kaum unterhalten konnte. Umgebungslärm und klapperndes Geschirr empfinden Gäste als störend, viele Betriebe haben darauf reagiert. «Die Menschen sehnen sich nach ruhigen Räumen», bestätigt Brönnimann. Reduzieren die im Gastraum verwendeten Materialien den Lärm nicht ausreichend, kommen zusätzlich Akustik-elemente zum Einsatz, wie man sie beispielsweise aus dem Tonstudio kennt. Diese dämpfen Umgebungsgerausche, so dass ein Restaurant zwar immer noch belebt wirkt, der Geräuschpegel das vertrauliche Gespräch aber nicht mehr stört. Dass die Akustik-elemente ins Gesamtdesign integriert und nicht wie Eierkartons an die Wand geklebt werden, versteht sich von selbst. «Bei aller Liebe zu Vintage, man sollte es nicht übertreiben», sagt Hans Brönnimann mit einem Augenzwinkern. ||

EXPRESS FRITES

Zeit und Kosten sparen

Besuchen Sie uns an der IGEHO in Basel und testen Sie das schnellste Pommes Frites der Schweiz.



Halle 1.2
Stand C046



Seit 1951 steht KADI als innovativer Produzent von Kühl- und Tiefkühlprodukten im Dienst der Schweizer Köche. Besuchen Sie uns auf www.kadi.ch. Wir haben die passende Beilage für Sie im Angebot!





Besuchen Sie unseren Stand
in der Halle 1.2 Stand C094
und geniessen Sie die
Degustation unserer Frisch-
produkte

Kühle Meeresbrise

ALIGRO

 SEIT 1923 PARTNER DER GASTRONOMIE

mehr Informationen : aligro.ch

AUSSCHALTEN UND ABSCHALTEN

Fünf Fragen an Ulrike Stöckle

Kommunikationsberaterin und Organisatorin von Digital Detox Camps.

Text Markus Tschannen Foto zvg

Was ist ein Digital Detox Camp?

Ein Workshop zur digitalen Entgiftung. Dabei lernen die Teilnehmenden, wie sie elektronische Medien sinnvoller nutzen können.

Warum braucht es das?

Wir verbringen immer mehr Zeit im Internet und sind ständig erreichbar. Viele können kaum noch abschalten und leiden irgendwann auch gesundheitlich darunter.

Weshalb ist Digital Detox eine Chance für den Tourismus?

Hotels, Restaurants oder ganze Regionen können sich mit entsprechenden Angeboten eine rasant wachsende Zielgruppe erschliessen: Menschen nämlich, die für das Problem sensibilisiert sind und etwas dagegen tun wollen.

Wie sehen solche Angebote aus?

Das können Workshops sein, Offlineaktivitäten oder auch nur ein handyfreier Wellnessbereich. Und es gibt Hotels, die Schalter eingebaut haben, mit denen die Gäste das WLAN in ihrem Zimmer deaktivieren können.

Warum legen die Leute das Handy nicht einfach beiseite?

Weil sie genau das oft nicht mehr können. Sie benötigen und suchen Hilfestellungen. Es gibt Luxusunterkünfte, die über keinerlei Internetempfang verfügen. Diese werden von Geschäftsleuten rege gebucht. ||

Mehr dazu am Igeho Campus

Am Sonntag, 22. November 2015 um 16.00 Uhr, hält Ulrike Stöckle einen Vortrag zum Thema «Digital Detox: Wie sich neue Zielgruppen durch offline Angebote im Tourismus erschliessen».



OBRIST

ARTISANS DU VIN DEPUIS 1854

TESTUZ



CURE D'ATTALENS
Grand Cru
Chardonne Lavaux
AOC

COUP DE L'ETRIER
Epesses Lavaux
AOC



www.obrist.ch

www.testuz.ch

CCA ANGEHRN

«After-Work-Feeling» – als Gastgeber mit dem richtigen Konzept vor dem Dinner punkten

Die Zeit zwischen Feierabend und Abendessen eignet sich hervorragend, um sich mit einer gut durchdachten After-Work-Idee von den Mitbewerbern zu differenzieren. CCA Angehrn bietet zahlreiche Ideen an: Von den Drinks und Rezepten über passende Häppchen bis zur Präsentation.

Text Edith Horváth Foto zvg

Cash+Carry
CCA Angehrn
Frühe für Profis

Mit frischen Ideen setzt CCA Angehrn den Messestand in Szene. Im Mittelpunkt steht die Bar, an der vielfältige Getränke gemixt werden, die eigens mit einem Barkeeper für die Igeho kreiert wurden. Das Hauptaugenmerk liegt auf frischen Smoothies und leichten erfrischend-spritzigen Limonaden. Daneben gibt es innovative Drinks und Neuheiten, die in Zusammenarbeit mit dem Partner «i gelati» entstanden sind. Ebenso werden neu entworfene Mixgetränke mit Alkohol am Stand angeboten. Zu einem gemütlichen Drink darf das passende Fingerfood natürlich nicht fehlen. CCA Angehrn bietet zusätzlich frische Ideen und Inspirationen in Form von Services und Dienstleistungen. Nicht zuletzt sind das Geschirr und das Interior auch wichtig für ein funktionierendes Konzept. Deshalb können die Besucherinnen und Besucher alles, was sie am Messestand sehen, bei CCA Angehrn kaufen: vom Pfefferminzblatt im Drink über das Cocktailglas bis hin zum Stuhl, auf dem man gerade sitzt. Das Verkaufsteam freut sich auf interessante Gespräche und eine spannende Zusammenarbeit.

Nachhaltiges Bauen kann viel bewirken

Der CCA-Markt in Spreitenbach wird in einem Pilotprojekt bis Ende November umgebaut. Die Übersichtlichkeit im Markt wird erhöht, durch schlichtes und hochwertiges Design steht die Ware im Vordergrund. Mit Services und Dienstleistungen wird das schon breite Angebot ergänzt und unterstützt die Kundinnen und Kunden dort, wo nötig. Ein Besuch lohnt sich.

Im neuen CCA-Markt werden die Gebäudetechnik, die Haustechnik und die Kälteanlagen ersetzt. Geühlt wird neu mit natürlichen CO₂-Kühlmitteln und Grundwasser, geheizt mit Abwärme und Fernwärme. Pro Jahr bedeutet das eine Reduktion um 300 Tonnen CO₂, 45 000 Liter Heizöl sowie 32 000 kWh Strom. Bei Saviva werden Massnahmen für eine nachhaltige Wertschöpfungskette verwirklicht – vom Rohstoffanbau bis zum Produktrecycling. Partnerschaftliche Zusammenarbeit ist da besonders wichtig, weshalb auch Lösungen für die Kundinnen und Kunden gesucht werden. ||

Seit über 50 Jahren der Cash+Carry-Pionier

Vor über 50 Jahren öffnete mit dem Cash+Carry Angehrn in Gossau SG der erste CC-Markt der Schweiz seine Tore. Heute ist CCA Angehrn mit neun Märkten in der ganzen Deutschschweiz vertreten. Den Profi-Kunden aus der Gastronomie und dem selbstständigen Detailhandel wird ein einzigartiges Vollsortiment mit über 25 000 Artikeln in den Bereichen Frische, Lebensmittel und Nonfood sowie viele exklusive Service- und Beratungsdienstleistungen angeboten. Seit 2013 ist CCA Angehrn ein Geschäftsbereich von Saviva.



Frühe zubereitete Smoothies erwarten die Igeho Besucher am Stand von CCA Angehrn.

STANDARDISIERTE HOTELLERIE IM SPITAL

Perfekter Service im Uni-Spital

Als erstes der Schweiz realisiert das Universitätsspital in Zürich bis Ende 2015 Hotellerieservice auf allen Stationen. Bisherige Pflegedienstmitarbeitende übernehmen den Dienst.

Text Gudrun Schlenczek, htr hotel revue Foto May Sae-Ueng, htr hotel revue

An Schweizer Universitätsspitalern ist es heute in der Regel noch üblich, dass Mitarbeitende der Pflege sich um die Hotellerieservice auf den Stationen kümmern. Das Unispital Zürich (USZ) geht neue Wege: Ab Ende 2015 werden die Hotellerieserviceleistungen auf allen Bettenabteilungen vom Hotellerieservice-Team ausgeführt. Die Umstellung läuft seit Oktober 2013, aktuell befindet sich das Projekt «Hotellerie» am USZ in der

Umstellung auf einen professionellen Hotellerieservice nicht nur die Vorgabe, dass dieser kostenneutral über die Bühne geht – mit einem «Sparzwang» sei der Wechsel jedoch keineswegs verbunden, es durften auch keine Kündigungen ausgesprochen werden.

Pflegeassistentinnen und Pflegehilfen, die sich bereits bis anhin um Mahlzeitenbestellung und -verteilung, Blumenservice usw. kümmerten, erbringen neu im Auftrag des Bereichs Hotellerie die Patientenhotellerieleistungen auf den Abteilungen und sind nicht mehr der Pflege, sondern der Hotellerie angegliedert – mit den gleichen Arbeitspensen und zu gleichen Lohnkonditionen.

Schulungsbedarf:

Hotellerie im Spital will gelernt sein

Ein «Kulturwechsel», wie Projektleiterin Susanne Suter betont: Die Abkehr von der Pflege- hin zur Gastgebermentalität, das sei für die Mitarbeitenden klar eine Herausforderung und mit hohem Schulungsaufwand verbunden, führt Anette Grossenbacher weiter aus. Fünf Gruppenleitende, eingeteilt nach Medizinbereichen, führen jeweils 20 bis 30 Patientenhotellerie-Mitarbeitende.

Eine Herausforderung sind auch die vielen neuen Schnittstellen, welche die Trennung von pflegerischen und Hotellerie-Tätigkeiten mit sich bringt. Entsprechend wichtig sei es, alle Beteiligten in den laufenden Prozess einzubeziehen. Auch Widerstand gehöre zu so einem Veränderungsprozess, konstatiert Susanne Suter. Für eine erfolgreiche Ab-

sechsten und letzten Umsetzungsphase. «In grossen Spitalern wie dem unsrigen geht die Umsetzung eines solchen directionsübergreifenden Projektes nicht von heute auf morgen», erklärt Anette Grossenbacher, Leiterin Hotellerie am USZ, welches 850 stationäre Bettenplätze bietet. In der Regel ist eine Patientenhotellerie-Mitarbeitende für eine Station mit 18 bis 32 Betten zuständig; ein «Springerdienst» unterstützt sie bei Arbeitsspitzen wie beim Mahlzeiten- und Getränkeservice.

Der medizinische Part bestimmt den Aufwand der Hotellerie

Es sei weniger die Grösse der Abteilung, die den personellen Bedarf bestimme, sondern wie anspruchsvoll der medizinische Part ausfällt. Betroffen von der Umstellung ist auch der Reinigungsdienst: Deren Mitarbeitende haben mit der Eintrittszimmervorbereitung ein Job Enrichment erfahren. Anette Grossenba-



Professioneller Hotellerieservice – auch im Spital.

wicklung sei es deshalb «ganz wichtig, dass die Direktion des Spitals voll und ganz hinter dem Projekt steht», ergänzt Anette Grossenbacher. Es war der Entscheid der Direktion, die Hotellerie am USZ auf allen Bettenabteilungen einzuführen, mit dem Ziel, pflegerische und nicht pflegerische Tätigkeiten zu entflechten und so eine für ein so grosses Spital nötige Standardisierung und Professionalisierung zu erreichen.

Der Change-Prozess braucht Zeit

Auch nach zwei Jahren Erfahrung wäre der Schulungsbedarf noch nicht gedeckt, verdeutlicht Suter die Langwierigkeit eines solchen Change-Prozesses. Selbst wenn Anette Grossenbacher im Zuge natürlicher Fluktuationen langfristig Professionelle aus dem Gastgewerbe für den Hotellerieservice auf der Station engagieren möchte, der Schulungsaufwand bliebe. Während die bisherigen Pflegeassistentinnen und -hilfen sich das gastgewerbliche Know-how aneignen müssen, sind Mitarbeitende aus dem Gastgewerbe gefordert, sich mit gewissen medizinischen Belangen vertraut zu machen. Warum tun sich bisher gerade Universitätsspitaler mit dem Einführen der Hotellerie auf der Station schwer? Der medizinische und pflegerische Part nehme an einem Universitätsspital sicher einen anderen Stellenwert ein, meint Suter. Und der hohe medizinische Anspruch mache die Abstimmung mit der Pflege nicht leichter, ergänzt Grossenbacher. Das USZ hat mit dem Hotellerieprojekt den Schritt gewagt. Es wird sich zeigen, ob auch andere Schweizer Universitätsspitaler diesem Beispiel folgen werden. ||

Mehr dazu am Igeho Campus

Am Montag, 23. November 2015 um 11.30 Uhr, hält Christa Heierli der Schweizerischen Interessengruppe der Hotellerie auf Pflegestationen ein Referat zu «Trends in der Hotellerie auf Pflegestationen in Spitalern und Heimen».



JEDE TASSE EIN UNIKAT

Kaffee: heisskalt geliebt

Mit Leidenschaft den Gästen Mehrwert bieten: Junge Gastronomen, kleine Lokale und innovative Röstereien setzen beim Kaffee auf Ausbildung, Qualität und «neue» Verfahren.

Text Mareike Fischer Fotos Igeho | Shutterstock



Erstklassige Kaffeequalität: Nicht nur die Maschine macht's.



Präzision hat viele Gesichter

Es sind unsere Ingenieure, Meister und Techniker, Schleifer und Schweisser, die in Sursee einzigartige thermaline Grosskochgeräte und Kochblöcke fertigen. Sie formen, bearbeiten oder testen Teile und Produkte, die in vielen Küchen der Welt einen wichtigen Teil des Erfolgs ausmachen. Mehr erfahren Sie unter www.professional.electrolux.ch/thermaline

Electrolux Professional AG, Allmendstr. 28, CH-6210 Sursee, Tel. +41 41 926 81 81, professional@electrolux.ch



Discover the Electrolux Excellence and share more of our thinking at www.professional.electrolux.ch



Electrolux

Rund 1 Million Tassen Kaffee werden jährlich im Schweizer Gastgewerbe verkauft: Der Gesamtumsatz beträgt laut Angaben von CafetierSuisse rund 1,8 Milliarden Franken. Keine Frage also, dass engagierte Gastronomen die Entwicklungen auf dem Kaffeemarkt genau im Auge behalten. Dabei sind es oft neue, kleine Lokale, die Pionierarbeit leisten. Ein Beispiel ist das Nocciolato Specialty Coffee House in Bern, das sich vor zwei Jahren mit mehr als 30 Kaffeevariationen seine Angebotsnische geschaffen hat. Die erstklassige Qualität des Kaffees steht im Vordergrund; die Mischung hat Geschäftsführer Daniel Izzo selbst entwickelt und röstet sie vor Ort. Dazu kommt ein gehöriges Mass an Kreativität: Mehr als 36 Kaffeevariationen gibt es zu probieren – vom schwarzen

Ristretto über vier Latte-Macchiato-Varianten bis zum Shakerato classico mit Zitronenzeste. Das Konzept des Cafés schräg gegenüber vom Bundeshaus kommt an. «Weil unsere Gäste spüren, dass wir unser Handwerk beherrschen und mit Herz und Leidenschaft bei der Sache sind», sagt Izzo zufrieden.

Was heisst guter Kaffee?

Auch Shem Leupin, Schweizer Barista Meister 2013 und zuständig für Einkauf und Qualitätssicherung bei der traditionsreichen Zürcher Kaffeerösterei Stoll AG,

setzt auf beste Qualität und ein fachgerechtes Handling: «Der Kaffee muss frisch sein. Zwei Wochen nach der Röstung ist er perfekt und sollte dann möglichst rasch verbraucht werden», erklärt der Kaffeekenner. Menge, Mahlgrad, Wassertemperatur – all das müsse stimmen, damit sich die Aromen mit möglichst wenig Bitterkeit entwickeln können und Süsse und Säure ausbalanciert sind. Damit das gelingt, ist gut ausgebildetes Personal wichtig.

Die Rückkehr des Filterkaffees

Einiges zu lernen gibt es neuerdings rund um den Filterkaffee, der in New York, Stockholm oder Berlin schon auf dem Vormarsch ist – dem hierzulande aber noch Skepsis entgegenschwappt. Zu Unrecht, meint Leupin: «Wird alles richtig gemacht, eröffnen sich einem ganz neue Geschmackswelten mit über-

Der Kenner trinkt Filterkaffee – schwarz, ohne Zucker.

raschenden Fruchtnoten.» In der Schweiz gibt es erst etwa ein halbes Dutzend Lokale, die den Filterkaffee neu beleben. Benjamin Prager (Bear, Brothers & Cow) ist ein Pionier, der im «Brewers Cup» bei der Barista Championship in Göteborg 2015 einen Pokal für die Schweiz geholt hat. Auch das Café Frühling in Basel oder das Benzin und Koffein in Zürich brühen wieder. Und der «Cold brew» ist bei den jungen Gastronomen im Trend: Er entsteht mit kaltem Wasser und der Slow-Drip-Methode in zwölf Stunden über Nacht. Schneller geht's, wenn man den doppelt so stark gebrühten heissen Filterkaffee direkt auf Eiswürfel giesst.

Auch punkto Single-Origin-Kaffee sind die kleineren Restaurants und Cafés Vorreiter. Ob die Kaffeekirsche in Äthiopien oder in Brasilien angebaut wird – das macht einen geschmacklichen Unterschied. Über 1000 Aromen sollen sich bei Kaffee herauschmecken lassen. Probieren Sie es an der Igeho! Dort bietet die Welt des Kaffees etwas für jeden Geschmack: ob die Bohne nun gefiltert, als tiefschwarzer Espresso oder als liebevoll getoppter Cappuccino serviert wird. ||



Auch gebrühter Kaffee ist wieder chic.

Gesund – aber «bulletproof»?

Etwa 3 Tassen Kaffee nehmen wir täglich zu uns. Umso erfreulicher ist es, dass das nationale Lieblingsgetränk mittlerweile als sehr gesund gilt. Dass Kaffee Blutgefässe und Bronchien erweitert, anregt und die Konzentration steigert, ist unbestritten. Nun scheint regelmässiger Konsum neueren Studien nach das Risiko von Herz-Kreislauf-Erkrankungen und auch von Diabetes, Parkinson und Depressionen zu senken. Das wollen wir gerne glauben. Manche Fitnessjunkies schwören übrigens neuerdings auf «bulletproof coffee», der gleich eine ganze Mahlzeit ersetzt: Dabei kommt in den Becher ein ordentlicher Löffel Butter oder Kokosnussöl. Die Mischung soll Tote wecken. Wer mag, kann vor einem langen Messetag den Selbstversuch wagen!

Sola Switzerland

Tafelkultur seit 1866 | L'art de table depuis 1866 | Cultura della tavola dal 1866 | Cultura da maisa dapi 1866



Igeho

Halle: 1.1
Stand: A090



Spürbar anders
Nous faisons la différence
Inequivocabilmente diversa
La differenza è evidente
www.solaswiss.com

INSPIRATION, MEINUNGSBILDUNG UND KONTAKTPFLEGE

Igeho Campus – der Branchentreffpunkt Nr. 1

Am Igeho Campus treffen sich Entscheidungsträger aus der Branche mit Meinungsmachern aus Politik, Wirtschaft, Tourismus und Medien zum Erfahrungsaustausch. Frische Impulse, spannende Einsichten und neue Kontakte erwarten die Besucher während der gesamten Messedauer.

Text Barbara Meier Fotos Thinkstock | Igeho

Was macht Schweizer Hoteliers und Gastronomen erfolgreich? Welche Potenziale eröffnet der barrierefreie Tourismus? Wie verändern Technologietrends das Marketing der Branche von morgen? Diese und weitere aktuelle Themen stehen auf dem hochkarätigen Programm des Igeho Campus in Halle 1.0 Nord. Die neue Veranstaltungs- und Begegnungsplattform bietet dem interes-

sierten Besucher viel Raum für Inspiration, Meinungsbildung und Kontaktpflege.

Die Referate und Diskussionsrunden am Igeho Campus sind öffentlich und mit dem Igeho Ticket kostenlos zugänglich. Eine Anmeldung ist nicht erforderlich. Ausnahme: SVG-Symposium 2015; nähere Informationen zu Inhalt, Anmeldung und Preisen siehe Seiten 53 und 54. ||



PROGRAMM IGEHO CAMPUS 2015

Samstag, 21. November 2015

Ein Querdenker, der Schweizer «Vegi-Papst» Rolf Hiltl, ein Buchhalter mit Geschmack und gutem Riecher und der höchste Hotelier der Welt geben sich ein Stelldichein und präsentieren ihre ganz eigenen Erfolgsrezepte. Zudem zeigen ausgewählte Gewinner des Best-of-Swiss-Gastro-Awards, wie ein Perspektivenwechsel oder das Überdenken eta-

blierter Verhaltensmuster und Gewohnheiten zu Erfolg führen können. «Mmh!» oder «Hmm?» fragt die Künstlerin und Erlebnisdesignerin Andrea Staudacher und regt zum Nachdenken über das Essen der Zukunft an. Im Promitalk schliesslich verraten die Ex-Miss Schweiz Dominique Rinderknecht und TV-Liebling Marco Fritsche, worauf sie bei der Wahl eines Gastbetriebs Wert legen.

Tagesmoderation: Peter B. Grossholz

Vormittag

Service Excellence: «Mut zur Extrawurst»

09.00 – 10.15 Uhr	Messeeröffnung mit kurzer Begrüssung durch René Kamm, CEO MCH Group, Eröffnungs-Keynote von Dr. Ludwig Hasler, Philosoph und Publizist, und Live Act
10.45 – 11.15 Uhr	Impulsvortrag «Business Spirit: mit der richtigen Einstellung mehr erreichen» Karem Albash, Querdenker, Inhaber Matrix Live
11.15 – 11.30 Uhr	Best Practice «Mehr Fleisch am Knochen. Hiltl – vegetarisch seit 1898» Rolf Hiltl, Gastronom und Inhaber Haus Hiltl
11.30 – 11.45 Uhr	Best Practice «Vom Buchhalter zum Gastronom» Michel Péclard, Gastronom und Hotelier, Inhaber Pumpstation Gastro GmbH
11.45 – 12.00 Uhr	Best Practice «Mit Kooperationen und Innovationen zum Erfolg» Casimir Platzer, Präsident GastroSuisse, Direktor Belle Epoque Hotel Victoria, Kandersteg, und Präsident International Hotel & Restaurant Association
12.00 – 12.30 Uhr	Diskussionsrunde mit Karem Albash, Rolf Hiltl, Michel Péclard und Casimir Platzer

Nachmittag

Profilierung/Positionierung: «Gewinnerkonzepte»

13.30 – 14.00 Uhr	Keynote «Schlechte Zeiten sind gut für gute Unternehmer» Roland Berger, Geschäftsführer tune quality
14.00 – 14.15 Uhr	Impulsvortrag «Was macht Schweizer Gastronomen heute erfolgreich und wo hakt es noch» Andreas Krumes, Partner Best of Swiss Gastro
14.15 – 14.45 Uhr	Präsentation ausgewählter «Gewinnerkonzepte» Best of Swiss Gastro Award
14.45 – 15.15 Uhr	Interaktive Diskussionsrunde mit den Gewinnern Best of Swiss Gastro Award und Andreas Krumes, Partner Best of Swiss Gastro
15.45 – 16.15 Uhr	Impulsvortrag «Das Essen der Zukunft» Andrea Staudacher, Future Food Gallery MMH or HMM, Zürich
16.45 – 17.15 Uhr	Promitalk mit Dominique Rinderknecht und Marco Fritsche

Networking am Igeho Campus

12.30 – 13.30 Uhr	Networking mit Campus Talks
ab 17.15 Uhr	Networking Apéro

Sonntag, 22. November 2015

Kunden mit Dienstleistungen begeistern, das ist Service Excellence. Doch was braucht es noch, um das Quäntchen mehr zu bieten? Beat Krippendorf, Carsten K. Rath und weitere Experten erklären, wie aus zufriedenen Kunden begeisterte Kunden und Fans werden. Was es für die Verpflegungsindustrie bedeutet, dass unser Alltag an Regelmässigkeit verloren hat, und welche Funktio-

nen Hotels und Restaurants der Zukunft erfüllen werden, zeigt Mirjam Hauser anhand von Trendbeispielen. Barrierefreie Angebote ermöglichen Seniorinnen und Senioren und Menschen mit einer Behinderung, selbstständig zu verreisen und auswärts zu essen. Was es dazu braucht, und welche Möglichkeiten sich dadurch professionellen Gastgebern eröffnen, verraten Susanne Gäumann und René Dobler in ihren Referaten.

Tagesmoderation: Peter B. Grossholz / Remo Fehlmann

Vormittag

Service Excellence: «Das Rad neu erfinden»

09.30 – 11.00 Uhr	Keynote «Emotional Energy: Das Prinzip Menschlichkeit oder wie gute Beziehungen den Geschäftserfolg nachhaltig beeinflussen» – inkl. Musik-Performance Beat Krippendorf, VR-Präsident Swiss Quality Hotels International
11.00 – 11.30 Uhr	Keynote «Service ist Excellence» Carsten K. Rath, Gründer und Geschäftsführer Kameha Grand Zürich
11.30 – 12.30 Uhr	Diskussionsrunde mit Remo Fehlmann, Direktor Seminarhotel Sempachersee, Nottwil, Direktor GastroSuisse, Beat Krippendorf, Carsten K. Rath, Adrian Stalder, Hotel-Berater staldersprojects sagl., Wolfgang Foerster, dipl. Hotelier (EHL Lausanne), Inhaber GastroTRAIN, Trainer für Gastfreundschaft und Servicequalität, Zita Langenstein, Butleresse und Leiterin Weiterbildung GastroSuisse

Networking am Igeho Campus

12.30 – 13.30 Uhr	Networking mit Campus Talks
ab 17.30 Uhr	Networking Apéro

Nachmittag

Neue Zielgruppen: «Wer wagt gewinnt»

13.30 – 14.00 Uhr	Keynote «Leidensdruck und neue Marktnischen: Welches ist die ideale Zielgruppe?» Rolf P. Gruber, Geschäftsführer Richards & Gold Brand Coaching
14.00 – 14.30 Uhr	Keynote «Food Trends 2020: Neue und alte Werte, Wünsche und Konsumgewohnheiten» Mirjam Hauser, Senior Research Manager GIM Suisse AG
14.30 – 15.00 Uhr	Best Practice «HITZBERGER Fastfood natürlich – von der Vision zur Umsetzung» Eduard Hitzberger, Spitzenkoch und Inhaber HITZBERGER Restaurants & Take Aways
15.00 – 15.20 Uhr	Best Practice «Barrierefreiheit – dank Hotelpitex» Susanne Gäumann, Geschäftsleiterin Claire & George Hotelpitex
15.20 – 16.00 Uhr	Best Practice «Reiseinformationen barrierefrei» René Dobler, Geschäftsführer Schweizerische Stiftung für Sozialtourismus
16.00 – 16.30 Uhr	Keynote «Digital Detox: Wie sich neue Zielgruppen durch offline Angebote im Tourismus erschliessen» Ulrike Stöckle, Gründerin Digital Detox Camp Deutschland
16.30 – 17.30 Uhr	«Talk für den Hotelier: Die Krise der 3-Sterne-Hotellerie» mit Hans R. Amrein, Chefredaktor Hotelier, und Gästen

Montag, 23. November 2015

«Einzigartigkeit als Erfolgsbasis» – der Unternehmer und Buchautor Bruno Heini liefert Denkanstösse und konkrete Praxis-Inputs am Symposium des Schweizer Verbands für Spital-, Heim- und Gemeinschaftsgastronomie (SVG). Ist der Patient König? Experten aus dem Care-Bereich zeigen Trends und Bedürfnisse in der Spitalhotellerie zwischen

Wettbewerbsdruck, medizinischen und pflegerischen Anforderungen und dem Bedürfnis nach Komfort. Der Nachmittag ist dem Thema Aus- und Weiterbildung in Hotellerie und Gastronomie gewidmet. Den Steilpass für spannende Diskussionen zwischen Experten und Praktikern liefert der bekannte Fernsehkoch Johann Lafer, der das schweizerische Bildungssystem aus seiner Sicht beurteilt.

Tagesmoderation: Peter B. Grossholz

Vormittag

Care Trends: 5 Sterne in der Residenz

09.30 – 11.30 Uhr	SVG-Symposium 2015: Impulsvortrag «Mehr Butter aufs Brot» Bruno Heini, Unternehmer und Buchautor
11.30 – 11.50 Uhr	Keynote «Trends in der Hotellerie auf Pflegestationen in Spitälern und Heimen» Christa Heierli, Ressort Mitgliederbetreuung Schweizerische Interessengruppe der Hotellerie auf Pflegestationen
11.50 – 12.10 Uhr	Best Practice «5 Sterne in der Residenz» Toni Albino, Leiter Gourmetrestaurant Gustav, Seniorenresidenz Zürich
12.10 – 12.30 Uhr	Best Practice «Multifunktionales und hygienisches Patientenzimmer» Gabriela La Rocca, Inhaberin G. La Rocca GmbH

Networking am Igeho Campus

12.30 – 13.30 Uhr	Networking mit Campus Talks
ab 17.30 Uhr	Networking Apéro

Nachmittag

Aus- und Weiterbildung: «Quo vadis Bildung?»

13.30 – 13.45 Uhr	Impulsvortrag «Schweizerisches Bildungssystem aus deutscher Sicht» Johann Lafer, Fernsehkoch
13.50 – 14.20 Uhr	Impulsvortrag «Grundbildung Hotellerie-Gastronomie 2020: quo vadis?» Martin Schönbächler, Vizedirektor/Rektor Hotel & Gastro formation
14.25 – 15.10 Uhr	Diskussionsrunde mit Martin Schönbächler, Roger Augsburg, Kantonsvertreter, René Schanz, Fachgruppenleiter Küche, n. n., Fachgruppenleiter Restauration, Piera Dalla Via, Fachgruppenleiterin Hauswirtschaft, und Daniel Thomet, Fachgruppenleiter Hotel-Kommunikationsfachfrau/-mann
15.15 – 16.00 Uhr	Kurzvortrag mit anschliessender Diskussionsrunde «Berufliche Weiterbildung im Fokus: Erfolgsmodell oder Sackgasse?» Ernst «Aschi» Wyrsch, Dozent & Projektleiter Leadership/Motivation, St. Gallen, Clemens Hunziker, Direktor Hotel Schweizerhof, Luzern, Roger Moor, eidg. dipl. Restaurationsleiter, Niththiyabhanantham Varatharajah, Restaurant Lounge, Sursee, J. Meyer, Landgasthof Niesenberg, Elvira Schwegler, Geschäftsführerin Berufsverband Hotellerie-Hauswirtschaft
16.00 – 16.30 Uhr	Keynote «Mit der wertorientierten Führung fit für die Zukunft» Ernst «Aschi» Wyrsch, dipl. Hotelier SHV/VDH, Projektleiter und Dozent St. Gallen Business School for Leadership, Motivation und Glück
16.30 – 17.30 Uhr	«Talk für den Hotelier: Schlafkomfort» mit Hans R. Amrein, Chefredaktor Hotelier, und Gästen

Dienstag, 24. November 2015

Nachhaltigkeit ist das grosse Thema unserer Zeit und weit mehr als der Einsatz energieeffizienter Geräte und umwelt-schonender Herstellungstechniken. Experten zeigen, wie und wo professionelle Gastgeber verantwortungsvoll und nachhaltig handeln können, und wie sie ihr Engagement als Wettbewerbsvorteil nutzen.

Den Nachmittag eröffnet Jürg Schmid, Direktor Schweiz Tourismus, mit seinen Gedanken zur Notwendigkeit der Differenzierung. Dass sich so Einnahmequellen erschliessen lassen, zeigen die Gastgeber des ersten ganz aus Stroh gebauten Hotels ins Europa, des wohl bekanntesten Crowdfunding-Projekts der Branche, oder die Macher der Veranstaltung Fashionhotel im 25Hours Hotel Zürich-West.

Tagesmoderation: Gery Nievergelt / Sabrina Glanzmann

Vormittag

Food Waste, Energieeffizienz: «Nachhaltig erfolgreich»

09.30 – 10.00 Uhr	Keynote «Nachhaltig erfolgreich» André von Steiger, Präsident United Against Waste und Leiter Verkauf, Pistor
10.00 – 10.30 Uhr	Best Practice «Food Waste in der Hotellerie: Zwischen Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit» Martin von Moos, Präsident Zürcher Hoteliers, Gastgeber Hotel Belvoir Rüslikon
10.30 – 11.00 Uhr	Best Practice «Regionalität» Roland Wehrle, Gründer Not Guilty Gastronomie AG
11.00 – 11.30 Uhr	Keynote «Energieeffizienz in der Hotellerie: Clevere Einsparpotenziale» Armin Eberle, Geschäftsführer EnAW
11.30 – 12.00 Uhr	Best Practice «Nachhaltig ohne Label: Die «Green Philosophy» des Hotels DAS KRANZBACH» – Klaus King, Direktor Wellnesshotel Kranzbach
12.00 – 12.30 Uhr	Diskussionsrunde «Nachhaltig erfolgreich» mit Martin von Moos, Roland Wehrle, Klaus King, Urs Jenny, Präsident ENAK und Peter Lutz, CMO SV Schweiz

Networking am Igeho Campus

12.30 – 13.30 Uhr	Networking mit Campus Talks
ab 17.30 Uhr	Networking Apéro

Nachmittag

Neue Einnahmequellen für Hotelbetriebe: «Das gewisse Etwas»

13.30 – 13.50 Uhr	Keynote «Einfach etwas anders. Die Notwendigkeit der Differenzierung.» Jürg Schmid, Direktor Schweiz Tourismus
13.50 – 14.40 Uhr	Diskussionsrunde «Herausforderungen und Lösungen aus der Sicht des Hoteliers» Sieglinde Gübeli, Direktorin Hotel Platzhirsch, Zürich, Andy Hostettler, Mitinhaber Hotel Ermatingerhof, Jürg Schmid und Michael Thomann, Geschäftsführer Sorell Hotels Switzerland
14.40 – 15.00 Uhr	Impulsvortrag «Herausforderungen und Lösungsansätze aus Sicht hotellerieuisse» Andreas Züllig, Präsident hotellerieuisse und Gastgeber Schweizerhof Lenzerheide
15.00 – 15.15 Uhr	Best Practice «Crowdfunding» Lisa und Louis Papadopoulos, Maya Guest House, Inhaber und Geschäftsführer
15.30 – 15.45 Uhr	Best Practice «Erlebnisküche/Foodlab» Andrin C. Willi, Chefredaktor marmite
15.45 – 16.00 Uhr	Best Practice «Fashionhotel: Ein Hotel als Modehaus» Anita Vogler, General Manager 25Hours Hotel Zürich-West, und Tim Schlichting, Geschäftsführer la folie, Erlebniskultur GmbH
16.00 – 16.30 Uhr	Keynote «Medical Wellness: Chance für die Schweizer Hotellerie?» Daniel Beerli, Leiter Schweizer Hotelklassifikation/hotellerieuisse, und Roland Lyman, Hochschule Luzern – Wirtschaft, Institut für Tourismuswirtschaft ITW
16.30 – 17.30 Uhr	«Talk für den Hotelier: Booking und Co.» mit Hans R. Amrein, Chefredaktor Hotelier, und Gästen

Mittwoch, 25. November 2015

Die einen twittern täglich, die andern bloggen sporadisch, viele nutzen Facebook, Youtube und Co. nur privat. Social Media werden jedoch immer wichtiger, um mit Kunden in Kontakt zu treten, Geschichten zu erzählen und eine emotionale Bindung aufzubauen. Die Experten Jörg Eugster und Marie-Christine

Schindler bringen Licht in den Social-Media-Dschungel und zeigen, wie diese Kommunikationsmittel richtig und effizient eingesetzt werden können. Über Trends und Tools in der digitalen Gästebetreuung und die Auswirkungen von Technologietrends auf das Marketing referiert die Spezialistin Gabriele Bryant.

Tagesmoderation: Prof. Martina Dalla Vecchia

Vormittag

Online Marketing und Social Media: «Muss oder schön zu haben?»

09.30 – 10.15 Uhr	Keynote «Diese Technologietrends verändern unser Marketing von morgen» Jörg Eugster, Internet und Online-Marketing-Experte, Geschäftsführer NetBusiness Consulting AG
10.15 – 10.45 Uhr	Keynote «Twittern, Bloggen, Instagramen: Die Zukunft von Social Media ist jetzt!» Marie-Christine Schindler, Inhaberin mcschindler.com GmbH
10.45 – 11.05 Uhr	Best Practice «Wo Luzern Geschichte(n) schreibt» Clemens Hunziker, Direktor Hotel Schweizerhof Luzern
11.05 – 11.30 Uhr	Best Practice «Neues vom Löwenrudel» Rosa Ilmer, Gastgeberin Gasthof Löwen Bad Ragaz
11.30 – 12.00 Uhr	Best Practice «Online Marketing: Wie Hotels gegen Booking & Co. online bestehen können» Jörg Eugster, Internet und Online-Marketing-Experte, Geschäftsführer NetBusiness Consulting AG
12.00 – 12.30 Uhr	Keynote «Gute Hotels kennen keine Krisen oder keine Angst vor negativen Bewertungen» Stefan Velte, Senior Manager B2B Sales & Cooperations Holidaycheck

Networking am Igeho Campus

12.30 – 13.30 Uhr	Networking mit Campus Talks
-------------------	-----------------------------

Nachmittag

Online Marketing und Social Media: «Muss oder schön zu haben?»

13.30 – 14.00 Uhr	Keynote «Digitale Gästebetreuung: Trends und Tools» Gabriele Bryant, Spezialistin im Bereich Online-Marketing und Social Media für die Hotellerie, Inhaberin Blum, Bryant AG
14.00 – 14.30 Uhr	Impulsvortrag «Digitaler Concierge» Martin Sturzenegger, Direktor Zürich Tourismus
14.30 – 15.00 Uhr	Abschlussdiskussion/Ausblick mit Josef Oberholzer, «Self-Service Hotel» Tower Hotel, Waldkirch, und weiteren Gästen

Programm Stand 18. September 2015. Änderungen vorbehalten. Weitere Informationen auf www.igeho.ch/events, in der Igeho App sowie vor Ort.

ERLEBNISSE UND EMOTIONEN MACHEN DEN UNTERSCHIED

«Schön, dass Sie unser Gast sind...»

Was heisst das eigentlich, Gastfreundschaft? Alle Welt diskutiert derzeit über den Begriff, denn die aktuelle «Krise» der Schweizer Tourismusbranche lässt die Gastfreundschaft als zentrales Thema wieder einmal aufleben.

Text Hans R. Amrein, HOTELIER Foto zvg

Ja, natürlich sind wir stets freundlich und zuvorkommend, natürlich tun wir «alles für unsere Gäste», wünschen ihnen bei jeder Gelegenheit einen guten Tag oder eine schöne Wanderung, viel Erfolg im Business oder eine «gute Nacht». Unser Direktor oder General Manager empfängt, wenn immer möglich, jeden Gast persönlich, schüttelt ihm kräftig die Hand und sagt aus tiefstem Herzen: «Schön, dass Sie unser Gast sind!»

So oder ähnlich tönt es derzeit aus der Branche, wenn über Gastfreundschaft, Freundlichkeit, Herzlichkeit und solche Dinge geredet wird. Liebe Igeho Besucherinnen und Igeho Besucher, die soeben geschilderten Verhaltensweisen oder Stichworte sind nichts anderes, als die Basis der Branche! Freundliches Personal? Ein Hotelier als Gastgeber beim Gast? Selbstverständlichkeiten! Und nicht mehr!

Also, gehen wir einen Schritt weiter. Einzigartig, unverwechselbar soll ein Hotel sein, dazu auch noch authentisch, regional verwurzelt. Alle sprechen vom sogenannten Alleinstellungsmerkmal (USP). Ja, man muss sich «differenzieren», abheben von den Mitbewerbern im Markt. Alles richtig! Aber alles Selbstverständlichkeiten. Jeder Marketingprofi hat solche Dinge schon längst kapiert.

Also, was ist das Erfolgsgeheimnis der Zukunft? Sicher, wir sollten dem Gast besondere Erlebnisse bieten, ihn entzücken, überraschen, verblüffen, mehr als begeistern. Emotionen sind «in». Zwischenfrage: Waren sie das vor fünfzig Jahren nicht? Der «Wow-Effekt» ist das Ziel aller Ziele in der Hotellerie. Und wie erreichen wir dieses «Wow!» beim Gast?

Ich gebe Ihnen ein «banales» Beispiel. Wir weilten kürzlich – unerkannt als Hotel-Tester – vier Tage in einem der besten Stadthotels der Welt, im Four Seasons in Florenz. Sprechen wir nicht über die wundervolle Kulisse (historischer Palast aus dem 17. Jahrhundert) – einzigartig! Die Zimmer und Suiten: Man fühlt sich nicht nur in der Renaissance,

nein, man lebt mitten drin – ein Traum! Der 400 m² grosse Hotelpark mit altem Baumbestand, Wasserfällen und Teichen, und das mitten in Florenz – ein Paradies!

Und das Personal? Die überaus freundlichen und äusserst aufmerksamen Service-, Rezeptions- und Spa-Leute machen alles richtig. Doch das ist hier Standard, Hotelalltag, Normalität.

Worin sich das Four Seasons Florenz von vielen andern Luxushäusern auf dieser Welt unterscheidet: Man beachtet hier die kleinen und kleinsten Details im direkten Umfeld des Gastes. Nach zwei Tagen weiss auch der fünfte Frühstückskellner, dass ich am Morgen immer einen doppelten Espresso trinke – ohne Zucker und ohne Kaffeeahm. Dass ich Himbeeren und Rosinen liebe – im Birchermüesli. Aber bitte ohne Rahm! Dass der kleine, aber bissige Rauhaardackel «Pippo» heisst, hat spätestens zehn Minuten nach der Ankunft auch der zweite Gärtner, die dritte Pool-Dame und der Vize-Bar-Chef kapiert. Dass ich täglich – auch in Florenz – die Süddeutsche Zeitung lese (und zwar nur die Süddeutsche!) – kein Problem. Die Zeitung liegt (unaufgefordert) auf meinem Frühstückstisch. Und sollte die «Süddeutsche» aus unerklärlichen Gründen mal nicht verfügbar sein, eilt ein Portier des Hauses an den Kiosk im Hauptbahnhof von Florenz...

Und der Direktor des Hauses, Patrizio Cipollini? Ein Hotelier wie aus dem Lehrbuch «Der perfekte Gastgeber». Der Mann ist ein Profi. Er hat Charisma, Charme und Stil und empfängt uns mit offenen Armen. Wir fühlen uns wie bei Freunden zu Hause. Ja, es sind eben die vielen kleinen Details, die den grossen Unterschied ausmachen. Details und Emotionen. Geschichten und Erlebnisse. Das sind die neuen Schlüsselbegriffe in der Hotellerie, egal ob in Zürich, Florenz, Zermatt oder Interlaken. Egal, ob im Drei-Sterne- oder im Luxushotel. ||

Viele kleine Details machen den grossen Unterschied.

GESAMTREVISION DER GASTGEWERBLICHEN LEHREN

Kampf um die besten Talente

Weniger Kinder und die steigende Maturitätsquote führen zu weniger Lernenden, die den Gast von morgen betreuen. Das Gastgewerbe ist nun daran, die Profile all seiner Lehren zu schärfen, um sich dem Wettbewerb der Talente zu stellen. Denn die Jugend von heute ist die Zukunft von morgen.

Text Marco Moser, GastroJournal Grafik zvg

Neue Verpflegungsmodelle erfordern neue Berufsbilder. Die Lehre der Systemgastronomen ist noch ganz jung. Und gleichzeitig verlangt der Gesetzgeber regelmässig eine Überarbeitung und Weiterentwicklung bei den bestehenden Lehren, wie beispielsweise bei Köchen, Restaurationsfachleuten und Hotelfachleuten.

«Jetzt ist der richtige Zeitpunkt, alle gastgewerblichen Berufe auf den Prüfstand zu stellen und eine Gesamtreform anzugehen», sagt Daniel C. Jung, Gesamtleiter Berufsbildung und Dienstleistungen bei GastroSuisse.

Umfassende Revision der Berufslehren

Derzeit bietet das Gastgewerbe neun verschiedene Lehrberufe an: drei auf Stufe eidgenössisches Berufsattest (EBA), sechs mit einem eidgenössischen Fähigkeitszeugnis (EFZ). Ergänzend zu den bisherigen Ausbildungen lancierte hotellerie-suisse vor drei Jahren auch die Idee einer neuen Lehre in der Hotellerie. Derzeit wird der dazugehörige Bildungsplan erarbeitet und das neue Berufsbild erhält immer klarere Umriss.

Jährlich bildet das Gastgewerbe rund 4000 Lernende aus (vgl. Grafik); und diese sind mannigfaltig, sowohl von den zu verrichtenden Arbeiten her als auch von den Anforderungen an die Lernenden. Das allein zeigt, wie umfassend die Revision der Berufslehren sein wird.

«Wir stehen am Anfang. Mittlerweile ist die Stossrichtung des Gesamtsystems definiert. Jetzt geht es um die Weiterentwicklung, Schärfung und Detailausarbeitung der einzelnen Berufsbilder auf verschiedenen Stufen. Sobald diese als Gesamtbild oder Big Picture vorhanden sind, können wir die Berufslehren etappenweise reformieren», zeichnet Jung die nahe Zukunft.

Klare Berufsbilder, ausgerichtet auf den heutigen Markt

Die Gesamtrevision ist nicht zuletzt auch der demografischen Entwicklung geschuldet: Schon jetzt sinkt die Zahl der Lernenden, der Kampf um die Talente hat längst begonnen. «Wir müssen klare Berufsbilder definieren», folgert daraus Richard Decurtins, Leiter Nachwuchsmarketing bei GastroSuisse. Zusammen mit dem anderen Arbeitgeberverband, hotellerie-suisse, wurden jeder Berufslehre die künftigen Handlungskompetenzen zugeordnet. Aktuelle Trends und Marktbedürfnisse flossen in die Überlegungen mit ein.

Insbesondere der letzte Punkt «Marktbedürfnisse» führt immer wieder zu Diskussionen, ganz speziell beim Koch. Während die einen noch dem Ausbeinen nachtrauern, verwendet dieses Wissen in der Praxis höchstens eine Minderheit. «Vor allem beim Koch zeigen sich die unterschiedlichsten Ausbildungsbedürfnisse der Lehrbetriebe», schildert Jung die heterogene Branche.

Zudem sei besonders bei den Köchen die Ausbildung nicht so aussagekräftig wie die Betriebe, bei denen jemand gearbeitet und gekocht hat. Bekannte Häuser und namhafte Adressen reichern einen Lebenslauf weit stärker an als das eine oder andere Zertifikat.

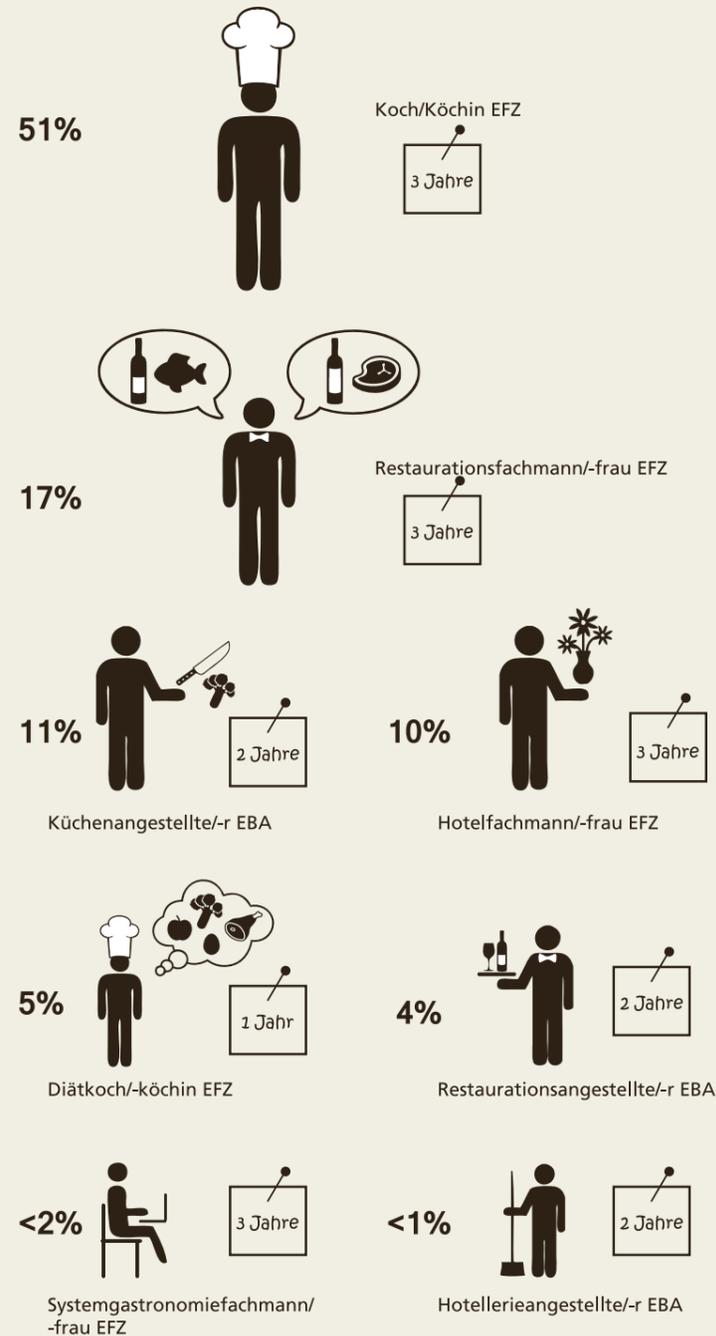
Die Ausbildung steht und fällt mit dem Lehrmeister

Eine umso grössere Bedeutung kommt den Betrieben bei der Ausbildung zu, wie Jung betont: «Wir könnten noch so gute Lehren entwickeln, draussen müssen sie funktionieren.» Und Decurtins ergänzt: «Das steht und fällt mit den Lehrmeistern. Die vier Tage im Betrieb sind bei der Ausbildung von Lernenden matchentscheidend.»

Was nach einer Revolution klingt, ist eine übliche Revision. Sie orientiert sich an der Situation, wie sie sich mutmasslich im Jahre 2020 darstellen wird – und soll bis dahin auch abgeschlossen sein. Dass dabei alle gastgewerblichen Lehren gleichzeitig im Sinne einer grundsätzlichen Auslegeordnung überprüft werden, macht mehr als nur Sinn. «Wir wollen wissen, wie die Berufe zusammenhängen», präzisiert Roman Dörig, pädagogischer Begleiter der Revision.

Doch Daniel C. Jung kann ebenso beruhigen. Trotz derzeit fundamentaler Gedanken an den Grundpfeilern der gastgewerblichen Lehren versichert er: «Die Grundbildungen werden grosso modo bleiben.» Jetzt gehe es vorderhand um «das Ziel der Reise», wie Jung es ausdrückt. Daraus ergäben sich die konkreten Berufsbilder, die dann zeitlich gestaffelt umgesetzt werden. ||

3442 Lehrvertragsabschlüsse im 2014



Quelle: Bundesamt für Statistik 2014; Illustration: Olivia Luginbühl

Highlights für die Profis von heute und morgen



Arbeiten am Tisch – 70 Schritt-für-Schritt Arbeitsanleitungen

Die Kür einer Serviceleistung besteht aus dem Filetieren von Fischen, Tranchieren von Fleisch oder Flambieren salziger Gerichte. Doch diese

klassischen Arbeiten am Tisch, vor den Augen des Gastes, sind weitgehend aus dem Repertoire verschwunden. Das Werk «Arbeiten am Tisch» macht Profis wie auch interessierten Laien das Wissen zugänglich und gibt entsprechende Anleitungen, um die Arbeitsabläufe selbst auszuprobieren und zu üben.

Preis für Mitglieder von GastroSuisse CHF 49.– (für Nicht-Mitglieder CHF 69.–).



Marketing-Wegweiser für ein erfolgreiches Restaurantkonzept

«Mehr Erfolg in der Gastronomie» beschreibt einen einfachen und kostensparenden Weg zum erfolgreichen Restaurantkonzept. Eaven Stoller

erklärt kurzweilig und praxisnah, wie ein gewinnbringender Produktmix zusammengestellt wird, und wie es dem Gastronomieunternehmer gelingt, seine Gäste immer wieder aufs Neue zu begeistern. Das Buch vermittelt auf einfache Weise einen soliden Weg, um in der Gastronomie erfolgreicher zu sein.

Preis für Mitglieder von GastroSuisse CHF 29.– (für Nicht-Mitglieder CHF 39.–)

www.gastrobuch.ch



Stand **A102** Halle **1.1**

M100. Der Ursprung von echtem Kaffeegenuss.

Vassalli Service AG 8050 Zürich +41 43 299 70 70 www.vassalliag.ch

LA CIMBALI
By Vassalli



RESTAURANT CH

Der Nachwuchs trumps auf

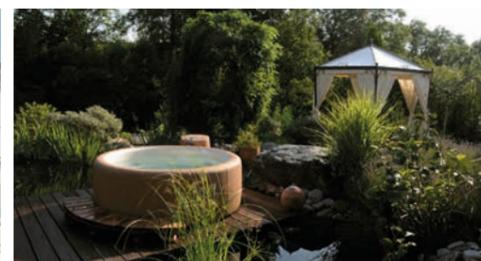
An der Igeho 2015 setzen Studierende der Belvoirpark Hotelfachschule Zürich ihre Vision eines innovativen Gastronomiekonzeptes um. Das Restaurant CH in Halle 1.1, im Stil einer gemütlichen Landbeiz konzipiert, bietet regionale Speisen und Getränke in bester Qualität.

Text Sandra Schindler/Barbara Meier Fotos Igeho

Es steht mitten im Messetrubel, bietet kleine Häppchen zum Schnabulieren, schmackhafte Spezialitäten aus regionalen Produkten und Schweizer Weine. Die Einrichtung im Landhausstil ist gemütlich und traditionell schweizerisch, modern interpretiert mit typischen Elementen einer Gartenbeiz.

«Restaurant CH» heisst das innovative Gastronomiekonzept, das Studierende

der Abschlussklasse der Belvoirpark Hotelfachschule exklusiv für die Igeho entwickelt haben. Während der Messe führen sie das temporäre Restaurant mit Charme und Effizienz und stellen so Talent und Können des Branchennachwuchses unter Beweis. Begleitet werden sie von Dominique Nussbaumer, Dozent Projektmanagement und Leiter Catering, und anderen Fachpersonen der Belvoirpark Hotelfachschule.



PORTABLE DESIGN WHIRLPOOLS

Softub
and chill

WHIRLPOOLS
www.softub.ch

HALLE 1.1 STAND A056

EXCLUSIVE OUTDOOR ARCHITECTURE
UNOSIDER
www.unosider.ch
A Division of Softub Schweiz AG.
HALLE 1.1 | STAND A056



Ein Zürcher Ausflugsrestaurant mitten in Basel

Freundlich begrüsst, charmant an den Tisch begleitet, aufmerksam bedient und mit Herzblut bekocht: Darauf legen die 15 Studierenden der Belvoirpark Hotelfachschule grossen Wert – bei dem regen Gästeaufkommen, das tagein, tagaus erwartet wird, eine echte Herausforderung

Jungprofis beweisen Kompetenz und Kreativität.

für die Jungprofis. Da ist nebst fundierten Fachkenntnissen auch Teamarbeit gefragt! Sind alle 150 Sitzplätze belegt, werden ankommende Gäste an die Bar begleitet und bei einem Aperitif zu entspanntem Warten eingeladen. An der Theke können zugleich Speisen und Getränke «über die Gasse» bestellt und direkt mitgenommen werden.

Die Ideen zu Einrichtung, Dekoration sowie den angebotenen Speisen und Getränken entwickelten die Studierenden selbst. Dabei hatten sie einzig die Auflage, den Perfect-Serve-Gedanken des

Hauptpartners Coca-Cola einzuflechten und mit der Glasflasche dem Qualitätsanspruch der Gäste gerecht zu werden. Ansonsten waren sie frei, ihre moderne Vision einer urchig gemütlichen, traditionellen Schweizer Beiz umzusetzen.

Traditionelle, regionale Küche

Das innovative Verpflegungsangebot ist auf die Messebesucher zugeschnitten, wird frisch zubereitet und doch effizient serviert. Die Gäste wählen aus fünf kalten oder warmen Vorspeisen, drei verschiedenen Hauptgängen mit Fleisch, einem vegetarischen Hauptgang und einem mit Fisch. Viele dieser Gerichte können als Vorspeise oder als Hauptgang bestellt werden. Drei gluschtige Desserts vervollständigen die Speisekarte. Die Preise sind fair und lassen Budget frei für einen feinen Tropfen Schweizer Wein, ein frisches Bier oder eine eisgekühlte Coca-Cola. ||

Gastgeber



Offizieller Partner



DIGITALER DIENSTLEISTER

Löst das iPad den Concierge ab?

In den ersten Hotels hält der «digitale Concierge» Einzug. Persönliche Tablet-Computer erbringen Dienstleistungen rund um den Aufenthalt des Gastes. Den klassischen Concierge aus Fleisch und Blut wird er aber nicht ersetzen.

Text Markus Tschannen

Zürich soll die erste digitale Destination der Welt werden. Dazu will Zürich Tourismus bis Ende Jahr 10 000 Hotelzimmer mit einem «digitalen Concierge» ausstatten. Er kommt in Form eines

Tablet-Computers daher, liefert den Gästen Informationen zum Hotel und dient unterwegs als Reiseführer durch Zürich.

Weltweit einmalige Serviceinitiative

Mit überschaubaren Kosten und einem risikolosen Einstieg will Zürich Tourismus der digitalen Serviceinitiative rasch zum Durchbruch verhelfen. Die Erstausrüstung inklusive Installation ist für die teilnehmenden Hotels kostenlos. Das erste Betriebsjahr erhalten sie in der Basisversion ebenfalls geschenkt.

Für die Hotels ist insbesondere der Marketingaspekt interessant: Sie können ihren Gästen konkrete Angebote unterbreiten, Wettbewerbe durchführen oder Rabatte anbieten. Auch den Feedback-Fragebogen füllen die Gäste künftig am Touchscreen aus. Das Tablet übernimmt damit primär die Rolle der guten alten Gästemappe. Mit einem entscheidenden Vorteil: Die neue elektronische Version ist tagesaktuell und interaktiv. Hoteliers können ihre Gäste zum Beispiel mittels Push-Nachricht auf Veranstaltungen hinweisen. Die Gäste wiederum buchen, bestellen und reservieren die hoteleigenen Angebote gleich am Tablet.

Tablets als Fernsteuerung in Andermatt

Einen ähnlichen Weg geht das Luxus-hotel The Chedi Andermatt. Auch hier erhalten die Gäste bei der Ankunft ein Tablet überreicht – in diesem Fall ein iPad mini. Es dient hauptsächlich der Steuerung aller technischen Anlagen im Hotelzimmer. Lampen, Lichtstimmung, Storen, Musik, Türöffner oder das Gas-Cheminée – alles kann der Gast bequem

vom Bett aus bedienen. Auch zahlreiche Tageszeitungen und die lokale Wetterprognose sind auf dem Gerät verfügbar.

Das iPad kommt bei den Gästen gut an. Sogar auf den Bewertungsportalen wird es immer wieder positiv erwähnt. In der Praxis bleibt es aber auch öfter mal ungenutzt, wie Markus Berger von Andermatt Swiss Alps zugibt: «Die Leute sind sich noch gewohnt, den Knopf direkt an der Lampe zu drücken. Besonders, wenn das iPad nicht dort liegt, wo man es gerade bräuchte.»

Digitale Ergänzung der Rundumbetreuung

Bei Andermatt Swiss Alps will man das Angebot ebenfalls in Richtung des Zürcher Projekts ausbauen. Der Golfclub, das Skigebiet und die Tourist-Information sollen in das System integriert werden. Gäste hätten dann einen zentralen Überblick über sämtliche Angebote, Dienstleistungen und Veranstaltungen, verbunden mit der Möglichkeit, alles direkt zu buchen. So soll das iPad zum unentbehrlichen Begleiter während des Aufenthalts im The Chedi Andermatt werden. Die Andermatt wollen das Projekt allerdings schrittweise angehen, da sich die Gewohnheiten der Gäste nur langsam ändern. Zudem ist Berger überzeugt, dass im Luxushotel auch künftig klassische Concierges ihren Dienst tun werden: «In der gehobenen Hotellerie bleibt die persönliche Rundumbetreuung der Gäste zentral.» Entsprechend ist das Wort «digital» im «digitalen Concierge» eher als «digitale Ergänzung» denn als «digitaler Ersatz» des menschlichen Concierges zu verstehen. ||

Mehr dazu am Igeho Campus

Am Mittwoch, 25. November 2015 um 14.00 Uhr, hält Martin Sturzenegger, Direktor Zürich Tourismus, am Igeho Campus einen Vortrag zum «digitalen Concierge».

SOCIAL MEDIA IN DER HOTELLERIE

«Ich twitterte aus dem Bauch heraus.»

Mit viel persönlichem Einsatz führen Brigitte und Thomas Frei das auf Wanderferien spezialisierte Vier-Sterne-Hotel Bernerhof in Gstaad. Warum und wie der Hotelier dabei Social Media einsetzt, verrät er im Interview.

Text Markus Tschannen Foto Martin Mischkulnig

Thomas Frei ist vor allem auf Facebook und Twitter aktiv. Interessierte können sowohl dem @bernerhof als auch dem @wanderhotelier folgen. Auf seinem Blog äussert sich Frei zu Themen aus Hotellerie und Gastronomie, auf Instagram veröffentlicht er Wander-Selfies und auch auf Flickr, YouTube und weiteren Kanälen findet man den Bernerhof.

Herr Frei, wie kamen Sie zu den Social Media?

Ich liebe das Spiel mit den Worten. Das hat mich irgendwann zu Twitter und zu einem eigenen Blog gebracht. Marketing war damals nicht mein Ziel.

Welche Ziele verfolgen Sie heute mit dem Einsatz von Social Media?

Imageförderung. Was früher der Hausprospekt war, ist heute Social Media. Mit dem entscheidenden Vorteil der Geschwindigkeit: Über das Internet kann ich in Echtzeit authentische Worte und Bilder veröffentlichen.

«Was früher der Hausprospekt war, ist heute Social Media.»

Wie gehen Sie dabei vor?

Ich kommuniziere aus dem Bauch heraus. Das macht mich glaubwürdig und garantiert einen lebhaften Austausch auf Augen- oder eben auf Bauchhöhe.

Wie gross ist der Aufwand?

Twitter, Facebook und Instagram bewirtschafte ich live auf Wanderungen oder im Hotelalltag. Ich



Hotelier Thomas Frei in der Lobby des Bernerhofs.

schreibe die Tweets sozusagen in der Hosentasche, während ich meine Gäste anlächle. Der Aufwand liegt bei etwa fünf Stunden pro Woche.

Können Sie auch den Nutzen beziffern?

Wie früher beim Hausprospekt ist der Nutzen vorhanden, aber schwer messbar. Ich habe über Social Media viele Menschen kennengelernt. Sie kommen regelmässig nach Gstaad, trinken an unserer Bar, essen in unseren Restaurants und übernachten im Bernerhof. Ausserdem empfehlen sie unser Hotel on- und offline weiter.

Was raten Sie anderen Hoteliers?

Social Media ist Chefsache! Als Hotelier kennt man die Positionierung des eigenen Betriebs und die Tonalität der Gäste. So kannst man den persönlichen Kontakt pflegen, auf Fragen antworten und Interessierte auch einmal in den Betrieb einladen. ||

Social Media ist Gästepflege

Wer ein Hotel bucht, informiert sich vorgängig im Internet. Die Social Media spielen dabei eine immer grössere Rolle. Verzichteten Hotels auf eine Präsenz auf diesen viel genutzten Kanälen, werden sie von potenziellen Gästen ignoriert. Die meisten Betriebe sind deshalb heute auf Facebook zu finden.

«Alleine mit diesem Pflichtprogramm hebt man sich noch nicht ab», sagt Gabriele Bryant, die mit ihrer Agentur Blum, Bryant AG Hotels in Sachen Social Media berät. Viele Betriebe würden Facebook und weitere Plattformen lediglich als zusätzlichen Absatzkanal sehen. Der Erfolg liege jedoch im Aufbau und in der Pflege einer engagierten Fangemeinde, weiss Bryant: «Durch Einblicke in den Betrieb und echte Interaktion mit ihren Gästen können Hoteliers diese an sich binden. Ist die Aufbauarbeit getan, können Social Media definitiv auch zum Verkauf beitragen.»

Ebenfalls zum Pflichtprogramm gehören laut Bryant die Bewertungsplattformen. Zwar lieferten hier die Gäste den Inhalt. Hoteliers sollten aber auf vollständige und aktuelle Basisinformationen achten und die Beiträge ihrer Gäste kommentieren.

Mehr dazu am Igeho Campus

Am Mittwoch, 25. November 2015 um 13.30 Uhr, spricht Gabriele Bryant über Trends und Tools in der digitalen Gästepflege. Von 10.45 bis 11.30 Uhr erzählen Clemens Hunziker, Direktor Hotel Schweizerhof Luzern, und Rosa Illmer, Gastgeberin Gasthof Löwen Bad Ragaz, ihre Erfolgsgeschichten im Umgang mit Social Media.



HUGENTOBLER
Schweizer Kochsysteme®

«Ich will meine
Küchencrew **effizienter**
einsetzen und
zufriedene Gäste,
die wieder kommen.»

Silberpartner **igeo**
Kocharena

Wir bieten Lösungen – Halle 1.0, Stand D104



Halle 1.2
Stand A40

Die Ersten
gewinnen –
frühstücken
bis 10.30 Uhr

Pistor bringt's.
www.pistor.ch

PISTOR

NUTZEN VON SOCIAL MEDIA

Fünf Fragen an Prof. Martina Dalla Vecchia

Dozentin für E-Business, Online-Marketing und Social Media an der Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW).

Text Markus Tschannen Foto Twin Design, Shutterstock.com | Porträt zvg

Weshalb sollen Hoteliers twittern, facebooken oder instagramen?

Um ihren Kunden zu vermitteln, was sie in ihrem Haus erwartet und direkt mit ihnen in Kontakt zu treten.

Lässt sich der Nutzen von Social Media messen?

Ja. Wichtiger als Followerzahl und Likes sind aber die Anzahl positiver Kommentare, die zusätzlichen Websitebesuche oder beispielsweise, ob Journalisten, Verbände oder Prominente dem Netzwerk beitreten. Jedes Hotel definiert seine eigenen Erfolgsfaktoren.

Wie fangen Hoteliers am besten mit Social Media an?

Indem sie sich auf den Plattformen zuerst einleben und das Verhalten von Kunden und Mitbewerbern beobachten. Kennen sie dieses, können sie ihre eigene Strategie definieren und anschliessend umsetzen.

Was ist der wichtigste Erfolgsfaktor?

Konstanz! Social Media lebt davon, dass die Unternehmen aktiv sind und bleiben.



Wo können sich Hoteliers das Rüstzeug holen?

Es gibt an der FHNW und an anderen Institutionen gute Lehrgänge zu Social Media. Wem dazu die Zeit fehlt, der kann sich sein Wissen auch über Blogs und Bücher aneignen. ||



Viel Fachwissen auch am Igeho Campus

Prof. Martina Dalla Vecchia moderiert den Online-Marketing- und Social-Media-Tag am Igeho Campus. Zahlreiche Fachleute wie Marie-Christine Schindler, Inhaberin mcschindler.com, oder Jürg Eugster, Geschäftsführer NetBusiness Consulting AG, teilen an diesem Tag ihr Know-how in Form von spannenden Vorträgen. Themen wie «Twittern, bloggen, instagramen» oder «Wie Hotels gegen Booking & Co. online bestehen können» stehen auf dem Programm.



**Halle 1.2
Stand B68**

Tauchen Sie mit uns in die Welt der Inspiration ein!

Lassen Sie sich am Stand mit unseren Ideen für Ihre Festtagsanlässe inspirieren - inklusive Innovationen und Neuheiten unserer Mitaussteller: Lüchinger + Schmid, Delica Foodservice, Chocolat Frey, La Riseria und Winehouse.



Ihr echter Gastro-Partner

EIN GESCHÄFTSBEREICH VON **SAVIVA**
Swiss Food Services

UMFASSENDES SORTIMENT

Neue Ideen und Inspirationen für die Festtagsanlässe gesucht?

Die Festtage sind der ideale Zeitpunkt, um als Gastgeber zu punkten. Scana serviert dazu Angebotsideen, Dienstleistungen und eine innovative, gastronomische Vielfalt unter einem Dach. An der Igeho tauchen die Besucher in die Welt der Inspiration ein.

Text Roger Juon

Ein Fest ist gelungen, wenn die Gäste noch lange darüber sprechen und vom Catering schwärmen. Am Stand können sich die Besucher von unseren Ideen für die Festtagsanlässe inspi-



rieren lassen, von der Planung bis zur Umsetzung: Zu probieren gibt es eine grosse Auswahl an kalten und warmen Festtags-Kreationen für den Apéro riche mit den passenden Wein- und Getränke-Empfehlungen. Zudem können die Besucher kunstvoll servierten, feinen Kaffee, schmelzende Coffee Sweets und Desserts geniessen. Auf insgesamt 510m² stellen wir - zusammen mit unseren Markenpartnern und Mitausstellern wie Lüchinger + Schmid, Delica Food Service, Chocolat Frey, La Riseria und Winehouse - viele Neuheiten vor. Präsentiert werden nebst dem breiten Sortiment auch spannende Innovationen aus dem Dienstleistungsbereich. Die Besucher tauchen mit uns in die Welt der Inspiration ein. Das Verkaufsteam freut sich auf zahlreiche Besuche und angeregte Gespräche.

Schweizweites Kompetenzzentrum der Gastronomie

Seit über 70 Jahren beliefert Scana in der ganzen Schweiz Restaurants und Hotels sowie institutionelle Betriebe wie Spitäler, Kliniken, Heime und Einkaufsver-

bunde. Scana führt Topmarken mit einer Auswahl von ca. 8000 Artikeln in allen Temperaturbereichen - von Lebensmitteln zu Getränken bis zum Non- und Near-Food-Sortiment.

Mit seinem umfassenden Angebot hat sich Scana vom zuverlässigen Zulieferer zum schweizweiten Kompetenzzentrum 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, individuelle Beratung durch die Verkaufberater hinausgeht. Dank der eigenen internetbasierten Bestell- und Informationsplattform Scana INTEGRALE können die Kunden nicht nur einfach und effizient bestellen, sondern das System auch als ganzheitliches Betriebsführungsinstrument mit weiteren Funktionen wie kundenindividuellen Auswertungen, Inventartool usw. nutzen.

Ausgezeichnet mit Green Logistik

Saviva wurde 2013 mit dem Geschäftsbereich Scana als erstes Schweizer Unternehmen der Branche mit dem Green Logistics Award zertifiziert. Scana hat sich Nachhaltigkeit auf die Fahne geschrieben. Sie ist zertifiziert in den Bereichen Green Logistics, Qualitäts- und Umweltmanagement, Lebensmittelsicherheit und besitzt das MSC-Zertifikat für nachhaltige Fischerei sowie das Bio-Zertifikat. ||

www.scana.ch

GESUNDER TREND

Ist vegan das neue cool?

Ob aus ethischen Gründen, Gesundheitsbewusstsein oder kulinarischer Neugier: Mehr und mehr Menschen essen heute vegan. Immer – oder immer öfter. Lohnt es sich für Gastronomen, Alternativen zu Fleisch, Fisch und Käse auf die Speisekarte zu setzen?

Text Mareike Fischer Fotos Thinkstock | Shutterstock

Der Gast will Neues. Der Gast will Gesundes. Und immer häufiger will er nichts vom Tier auf dem Teller: «Vegan» heisst der Trend der Stunde. Wurde das Zürcher Hiltl, laut Guinness Buch der Rekorde ältestes vegetarisches Restaurant der Welt, bei seiner Gründung 1897 als «Wurzelbunker», die Gäste als «Grasfresser» verspottet, hat sich heute der Wind gedreht: Sich vegan zu ernähren, das finden immer mehr Menschen nicht nur ethisch vorbildlich, sondern auch sexy: Hollywood-Stars und vegane Kochbuchautoren wie Attila Hildmann halten nur allzu gerne ihre Sixpacks vor die Kamera; sie betonen, wie sie sich täglich schöner und wohler fühlen. Als personalisierte Spassbremse gilt drum heute kaum noch ein Veganer. «Sich komplett vegan zu ernähren ist ein Statussymbol, ein Statement für Tierschutz und Nachhaltigkeit», bestätigt Konsum- und Trendforscherin Mirjam Hauser bei der GIM Suisse. So konsequent seien die wenigsten – zurzeit solle es etwa 80 000 Veganer in der Schweiz geben. «Aber flexibel auf Fleisch und Milchprodukte zu verzichten, gibt vielen Leuten das Gefühl, im Kleinen etwas Gutes zu tun.» Und das ist in.

Cordon Bleu ohne Fleisch ...

«Viele sind gar keine Veganer und wollen einfach nur gesund essen; andere Gäste haben eine Laktose-Intoleranz und sind

froh, wenn auf der Karte gekennzeichnet ist, dass keine Milchprodukte enthalten sind», sagt Peter Buff, der in Boppelsen (ZH) das Restaurant Lägernstübli betreibt. Er bietet seit 2012 eine zusätzliche vegane Karte. «Diese Gerichte machen bald 40 Prozent der Bestellungen aus und sind für unser Dorfrestaurant ein wichtiges Marketinginstrument geworden», sagt er. «Wir wollen damit – ganz undogmatisch – unseren Gästen Freude machen und Abwechslung bieten.» Der Renner seien dabei übrigens Gerichte wie Tatar, Cordon Bleu und Geschnnetztes, die auch ohne ein Gramm Fleisch geschmacklich überzeugten.

... und Pizza mit veganem Käse

Veganer verzichten auf alles, was tierischen Ursprungs ist, also neben Fleisch und Fisch auf Eier, Milchprodukte und Honig (auch auf Daunenjacken, Wollsocken und Ledergürtel – aber die kommen ja nicht in den Topf...). Eine Herausforderung an die

Kreativität der Küche: Ein feiner Geschmack lässt sich nicht mit Butter herauskitzeln oder ein Gratin unter einer goldenen Käsedecke brutzeln. Der Pâtissier muss sich etwas einfallen lassen, um einen lockeren Cake oder schaumige Mousse herzustellen – ohne Ei, Rahm oder Gelatine. Wer nicht nur mit Gemüse, Früchten und Getreide punkten will, muss sich zudem das Know-how für den Umgang mit Fleischersatzprodukten wie Seitan, Tofu, Quorn oder Tempeh aneignen und die entsprechenden Lieferanten finden.

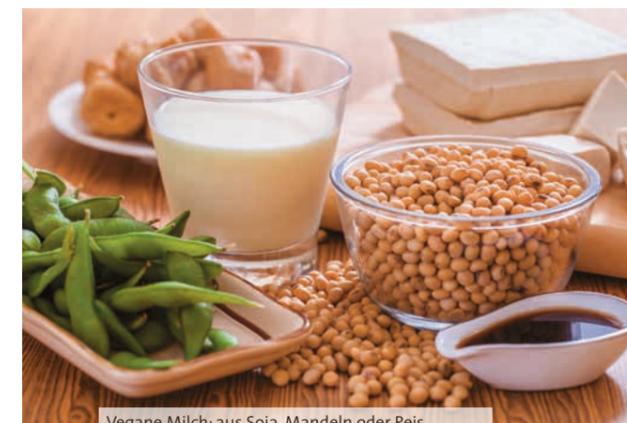
Engagierte Köche entdecken in der Küche mit dem grossen V eine echte Marktlücke. Und sie kommen ihren vegan essenden Gästen sehr entgegen, wenn diese ohne Fragerei und Erklärungen bestellen können. Dabei muss es nicht unbedingt der Quinoa-Bratling mit Cashewnuss-Rahm sein. Mal genügt bereits der Ersatz von normalem durch veganen Käse – schon ist die Pizza für die Veganer okay.

Mut zur Marktlücke!

Wer sein Angebot mit veganen Speisen ergänzen will, findet Ideen genug: Vegane Kochblogs und Kochbücher boomen, die Einkaufsmöglichkeiten werden immer grösser. Selbstverständlich finden sich auch an der Igeho Aussteller mit veganen Produkten. ||



Burger ohne Fleisch: leicht, bekömmlich und gut.



Vegane Milch; aus Soja, Mandeln oder Reis.

Mehr dazu am Igeho Campus

Vegetarier essen alles vom lebenden Tier, Pescetarier zusätzlich auch Fisch. Veganer konsumieren gar nichts Tierisches, Ovo-Vegetarier hingegen machen bei Eiern eine Ausnahme. Kompliziert? Szene-Kenner und Vegi-Papst Rolf Hiltl stellt am Samstag, 21. November 2015 um 11.15 Uhr, sein Erfolgsmodell vor. Er referiert zur 117-jährigen Geschichte des Familienbetriebs, erklärt, warum ein vegetarisches Restaurant Würste anbietet und erläutert, warum man dem heutigen Konsumenten «mehr Fleisch am Knochen» bieten muss.



PROFESSIONAL

Einstieg in die Oberklasse



IGEHO
Messeneuheit

GIGA X3c Professional

SWISS  MADE



Die perfekte Etagenlösung für Heime und Spitäler

Die neue GIGA X3c/X3 Professional zeichnet sich aus durch hohe Kapazität, bis zu 30 individuell programmierbare Kaffeespezialitäten auf Knopfdruck, minimalem Unterhaltsaufwand und das mit zertifizierter TÜV-Hygiene-Garantie. Dank einem vielfältigen Angebot an Zubehör und Beistellgeräten, kann die GIGA X3c/X3 zu einer professionellen Gesamtlösung ausgebaut werden. Dieser neue Professional Kaffevollautomat ist in zwei Ausführungen erhältlich: Als GIGA X3 mit grossem Wassertank für flexible, mobile Anwendung, und als GIGA X3c mit Festwasseranschluss für einen stationären Einsatz. JURA – If you love coffee.

Neu: Jetzt auch mit dem neuen Telemetrie-Tool JURA Connect App erhältlich!

Erfahren Sie mehr an unserem Stand C107 in der Halle 1.1

www.jura.com

KOCHARENA

Glamour und Geschichten in der Kocharena

Täglich drei Show-Blöcke mit Kochstars und Wettbewerbsteilnehmern – das verspricht die Kocharena in der Halle 1.0.

Text Jörg Ruppelt Fotos zvg

Spannend, unterhaltsam, visionär – die Kocharena in der Halle 1.0 gehört mittlerweile zu den grossen Anziehungspunkten während der Igeho. Initiiert von der Messe und organisiert vom Schweizer Kochverband bot sie im Jahre 2009 das erste Mal ein Spektakel für die Fachbesucher. Im Mittelpunkt damals: Bekannte Köpfe, die aufregende Geschichten zum Thema Kochen zu erzählen wussten – live am Mikrophon in der modern ausgestatteten Showküche.

Vor zwei Jahren fand anstelle der Kocharena der Kochwettbewerb «Salon Culinaire Mondial» statt. Dabei zeigten nationale und internationale Regionalteams sowie die Schweizer Junioren-Kochnationalmannschaft ihr Können in der kalten und warmen Show. Der Wettbewerb galt als einer der wichtigsten Tests im Vorfeld des Culinary World Cups in Luxemburg, der im Herbst vergangenen Jahres stattfand und an dem die Schweizer Junioren den WM-Titel gewinnen konnten.

Für jeden Fachbesucher ist etwas dabei

Dieses Jahr nun bietet die Kocharena wieder Life-Kochen, beste Unterhaltung und Fachinformationen aus erster Hand. An den fünf Igeho Tagen werden 15 Branchenprofis am Mikrophon von Moderator Waldemar Schön aus ihrem Leben plaudern sowie neuste Konzepte und Ideen vorstellen. «Wir haben ein attraktives Programm mit interessanten Referenten zusammengestellt. Ich denke, da ist für jede Fachbesucherin und jeden Fachbesucher etwas dabei», erklärt Andreas Fleischlin, Geschäftsführer des Schweizer Kochverbands.

Grossen Wert legt der organisierende Verband auf eine möglichst grosse Bandbreite an spannenden, die gesamte Branche bewegenden Themen. Und bekannte Köpfe! Extra aus Florida reist beispielsweise Ewald Notter an. Der Pâtisserie-Star und



Mirko Buri, 21. 11. 2015



Ewald Notter, 21. 11. 2015



Rolf Mürner, 21. 11. 2015



Ale Mordasini, 22. 11. 2015



Meta Hiltbrand, 22. 11. 2015



Mario Garcia, 22. 11. 2015



Steven Duss, 23. 11. 2015



Johann Lafer, 23. 11. 2015



Adrian Amrhein, 24. 11. 2015



Vreni Giger, 24. 11. 2015



René Schudel, 25. 11. 2015

Besitzer der Notter School of Pastry berichtet in der Kocharena über seinen beruflichen Weg in den Vereinigten Staaten. Pâtisserie und Desserts stehen auch im Mittelpunkt der Life-Show von Rolf Mürner. Der ehemalige Weltmeister mit der Schweizer Kochnati und heute Besitzer von Swiss Pastry Design berichtet über die Entstehung seines dritten, von Branchenkennern hochgelobten Fachbuchs «Mürner Life».

Von René Schudel bis Johann Lafer

Newcomer und frischgebackener Buchautor ist Mario Garcia. Der Teamcaptain der Schweizer Junioren-Kochnationalmannschaft stellt in der Kocharena sein Werk «einfach genial» vor – mit überraschenden Rezepten zum Nachkochen. Streetfood ist das Thema von TV-Koch René Schudel und dem erfolgreichen Cateringteam tuck-tuck. Über moderne Garmethoden spricht Chefkoch Adrian Amrhein, langjähriger Sous-chef von Armin Amrein. Beste Unterhaltung und Glamour versprechen die Auftritte der beiden Star-Köchinnen Vreni Giger und Meta Hildebrand sowie des bekannten österreichischen TV-Kochs Johann Lafer.

Fans von Kochwettbewerben dürfen sich die Referate von Ale Mordasini (Küchenchef in der «Krone» Regensburg (ZH) und Mitglied der Schweizer Junioren-Kochnati) und Steven Duss (Gewinner «gusto» 2014 und Schweizer Vertreter an den World Skills 2015) nicht entgehen lassen. Mit von der Partie sind auch die Sieger der beiden Wettbewerbe La Cuisine des Jeunes und Swiss Culinary Cup. Beide berichten über ihren Weg ins Finale und zum Titelgewinn. Schliesslich spricht der neue Teammanager der Kochnationalmannschaften über die Zukunft der Schweizer Kochkunst, insbesondere darüber, wie sich die Schweizer Kochnationalmannschaften in den kommenden Jahren zusammensetzen werden.

Last but not least geht es in der diesjährigen Kocharena auch um das Thema Lebensmittelverschwendung. Mirko Buri, Küchenchef und Start-up-Unternehmer, zeigt auf, wie die Gastronomie und Hotellerie mit der Problematik umgeht. ||

Offizieller Partner

Goldpartner



Silberpartner

ELRO-Werke AG, Hugentobler Schweizer Kochsysteme AG, Noser-Innox AG, Pistor AG

Programm Kocharena vom 21. bis 25. November 2015

Samstag, 21. November

10.00 – 11.00 Uhr **Kampfansage gegen den Food Waste**
Mirko Buri, Küchenchef und Start-Up-Unternehmer «Mein Küchenchef» (BE)

12.30 – 13.30 Uhr **Mein Weg bis nach Amerika**
Ewald Notter, Gründer und Besitzer der Notter School of Pastry Arts in Orlando

15.30 – 16.30 Uhr **Pâtisserie aus MÜRNER LIFE**
Rolf Mürner, Swiss Pastry Design, Rüeggisberg (BE)

Sonntag, 22. November

10.00 – 11.00 Uhr **Die WM 2014 in Luxemburg**
Ale Mordasini, Mitglied Schweizer Junioren-Kochnationalmannschaft

12.30 – 13.30 Uhr **Metas Leben live**
Meta Hildebrand, Küchenchefin «le Chef», Zürich

15.30 – 16.30 Uhr **Rezeptbuch «einfach genial»**
Mario Garcia, Teamcaptain Schweizer Junioren-Kochnationalmannschaft

Ganzer Tag Kalter Showtisch des Swiss Armed Forces Culinary Team

Montag, 23. November

10.00 – 11.00 Uhr **Mein Weg zum Sieg**
Marcel Schori, Sieger «La Cuisine des Jeunes» 2015

12.30 – 13.30 Uhr **Mein Weg an die WorldSkills**
Steven Duss, Gewinner «gusto» 2014

15.30 – 16.30 Uhr **Vom Koch zur Marke**
Johann Lafer, österreichischer TV-Koch

Ganzer Tag Kalter Showtisch des Cercle des Chefs de Cuisine Lucerne

Dienstag, 24. November

10.00 – 11.00 Uhr **Moderne Garmethoden**
Adrian Amrhein, Chefkoch

12.30 – 13.30 Uhr **Wie wichtig ist der Koch wirklich?**
Vreni Giger, Küchenchefin Vreni Giger's Jägerhof, St. Gallen

15.30 – 16.30 Uhr Cateringteam tuck-tuck
Food on the move

Mittwoch, 25. November

10.00 – 11.00 Uhr **Mein Weg zum Sieg**
Sieger «Swiss Culinary Cup» 2015

12.30 – 13.30 Uhr **Der Genuss von Street Food**
René Schudel, Gastgeber, Koch, Kommunikator, Interlaken (BE)

15.30 – 16.30 Uhr **Neue Teams – neue Wege**
Teammanager Schweizer Kochverband (SKV)

FRISCHE KRÄUTER UND ESSBARE BLÜTEN

Von der Wiese in den Salat

Ob in Wald und Wiese gesammelt, selbst angebaut oder bei einem guten Lieferanten bezogen: Frische Kräuter und essbare Blüten sind köstlich und schmücken jeden Teller.

Text Mareike Fischer Foto Shutterstock

Wer an Küchenkräuter denkt, dem kommen vermutlich erst Peterli, Basilikum und Schnittlauch in den Sinn. Zeit für mehr Fantasie! Immer häufiger findet sich nicht nur in Salaten, sondern

auch in Desserts und Cocktails Exotisches wie Shiso-Kresse oder Wildes wie Brennesseln, Löwenzahnknospen, Gänseblümchen oder Wiesenkerbel. Gerade sogenannte Unkräuter sind oft wahre Delikatessen – und erst noch gesund. Starköchin Tanja Grandits widmete dem Thema Kräuter gerade ein schwergewichtiges Kochbuch, das die Aromatik der Gerichte erahnen lässt – vor allem aber zeigt, wie ungemein dekorativ Blüten und Blätter im Handumdrehen jeden Teller mit schönen Farbakzenten aufwerten.

Wildkräuter auf dem Vormarsch

Huflattichblüten auf Radicchio-Risotto? Giersch-Salat mit blauen Kartoffeln? Eine Bowle mit duftenden Veilchen? Der Kreativität sind keine Grenzen ge-

setzt. Und wer punkto Kräuter in Wald und Wiese nicht ganz so bewandert ist, kann sich überall in der Schweiz von Profis etwas beibringen lassen: zum Beispiel von Kochbuchautorin Meret Bissegger («Meine wilde Pflanzenküche»), die im Tessin Laien und Köche zum Thema Wildpflanzen schult. Oder von Maurice Maggi, «Guerilla-Gärtner» und Koch. Er erntet das heimische Grün mitten in Zürich und regt mit seinem Buch «Essbare Stadt» zu Experimenten an.

Echter Mehrwert für die Küche

Vielleicht ist im Restaurantgarten oder auf der Terrasse ein Eckchen frei, um selbst Kräuter anzubauen? Setzlinge oder Saatgut gibt es in Gärtnereien, auf Pflanzenmärkten, bei Online-Händlern oder ProSpecieRara. Selbst ein paar Blättchen abzupfen, zu schnuppern und zu schmecken – das sind schöne sinnliche Erlebnisse, die einen auch einmal kurz herausreissen aus dem hektischen Alltag der Gastronomie. ||



Kräuter- und Blütenstrauß:
Delikatesse und Augenschmaus zugleich.

Unverzichtbar: Salz

Auch hochwertiges Salz spielt kulinarisch eine immer grössere Rolle. Die ersten Köche bringen eigene Salzgemischungen auf den Markt. Mit Spezialitäten auf dem Tisch erfreuen Restaurants ihre Gäste und bieten ihnen einen Mehrwert: Ob rosa Salzkristalle aus dem Himalaya, Fleur de Sel, schwarzes BBQ Gewürzsalz oder blau-weiss leuchtendes Persiensalz aus der Mühle – wer schätzt es nicht, am Tisch ein wenig nachzuwürzen und mit unterschiedlichen Geschmacksintensitäten zu experimentieren? Besuchen Sie den Igeho Fachbereich «Feinkost und Weine» und entdecken Sie dort erlesene Salze aus aller Welt.

FRISCHE, QUALITÄT UND AUTHENTIZITÄT

Mehrwert durch regionale Küche

Dem Trend der Globalisierung zum Trotz: Immer mehr Restaurants erfreuen ihre Gäste mit Spezialitäten aus der Region. Tradition und Heimat haben Hochkonjunktur – nicht nur bei Wirten aus der Schweiz.

Text Mareike Fischer Foto Shutterstock

Kein Pfeffer, keine Zitronen, keine Schokolade und kein Thunfisch: Im Berliner Restaurant Nobelhart & Schmutzig wird laut eigenem Slogan «brutal lokal» gekocht. Das entspricht einem weltweiten Trend: Nach dem Pionier Noma in Kopenhagen setzt eine neue Generation Köche auf natürliche Produkte aus der Region. Nenad Mlinarevic – sein Restaurant Focus im Park Hotel Vitznau LU ist mit 2 Michelin-Sternen und 17 Gault Millau Punkten ausgezeichnet – ist der erste Schweizer Spitzenkoch, der aus-

Maximale Frische, mehr Genuss und ein gutes Gefühl.

schliesslich auf Produkte von Bauern, Produzenten, Fischern und Jägern der Umgebung setzt. Schränkt das seine Kreativität nicht ziemlich ein? Im Gegenteil, sagt er, diese Herausforderung feuere ihn erst recht an.

Vertrauen schmeckt besser

Ganz so radikal wie diese Beispiele halten es die wenigsten Restaurants. Bei Spitzenkoch Werner Schürch vom Restaurant Emmenhof in Burgdorf gibt es auch einmal Seespinne oder Heilbutt. Prinzipiell arbeitet er aber vor allem mit regionalen Lieferanten zusammen, mit denen ihn ein jahrelanges Vertrauensverhältnis verbindet: Die Gitzi grasen in Schangnau (BE), das Alpschwein wächst bei Eggwil (BE) auf, der Käse kommt aus dem Rinderbach (BE) und die Trüffel aus dem Emmental (BE) bringen ihm Samm-

ler. «Die Gäste begrüßen das: Es gibt ihnen ein gutes Gefühl zu wissen, woher das Essen auf ihren Tellern kommt», erklärt der Koch.

Vielleicht liegt es an den Lebensmittelskandalen der letzten Jahre – tatsächlich sehnen sich die Menschen nach Sicherheit und Authentizität. Mit regionaler Küche verbinden sie Qualität und Frische, eine artgerechte Tierhaltung, kurze Lieferwege und die Förderung der lokalen Wirtschaft. Konsumenten, die zunehmend nachhaltig denken, schätzen das und sind auch bereit, dafür etwas tiefer in die Tasche zu greifen – wobei die Bevorzugung von Produkten aus regionaler Erzeugung mit dem Alter, dem Bildungsniveau und der Höhe des Haushaltseinkommens deutlich steigt.

Regionales an der Igeho

Ob alte Getreidesorten wie Gerste und Emmer, Chioggiarande oder Ochsenherztomate, das Bündner Weiderind oder die Forellen aus dem Wildbach: Wie schön, wenn regionale Lebensmittel die Vielfalt der Natur und des Geschmacks erhalten und einen Gegentrend zu Massenware und Einheitsgout setzen. Nicht nur im Gourmetrestaurant, sondern auch in der Dorfbeiz, im Altersheim oder in der Schulkantine. Und im Restaurant CH an der Igeho: Dort setzen Studierende der Belvoirpark Hotelfachschule ihre Vision von einem innovativen und kreativen Restaurant in die Realität um. Die typisch schweizerische Speisekarte bietet regionale Köstlichkeiten vom kleinen Häppchen bis zum ganzen Gericht. Guten Appetit! ||



Bleibt in: Ethno-Food

Im 16. Jahrhundert galt die Kartoffel hierzulande noch als exotisches Produkt aus Südamerika. Als Reisebegeisterte haben wir seitdem unseren kulinarischen Horizont erweitert: Wir gehen libanesisch essen, beissen in den Döner, löffeln japanische Ramen-Suppe und bekommen Thai-Curry-Paste in jedem Supermarkt. Vieles wird aus den Herkunftsländern importiert, doch entsprechende Saucen, Fertiggerichte oder Food-Kits werden auch hier hergestellt – und dabei für eine erfolgreiche Vermarktung in der Schweizer Zielgruppe geschmacklich angepasst.

Neuester Trend ist übrigens die Küche Perus. Lima gilt unter Feinschmeckern als die Food-Metropole schlechthin. Werden wir also in Zukunft öfter Ceviche, das köstliche Gericht aus rohem, mariniertem Fisch auf dem Teller haben? Wir sind gespannt, wann die dazu nötige Marinade «Leche de tigre» beim Schweizer Grossverteiler erhältlich sein wird!



Von Artischocke bis Zanderfilet.

Frisch. Verpackt.



ERME AG / SWISS VACUUM SOLUTIONS
+41 (0)56 633 74 18 / erme.ch

Halle 1.0 / Stand C128

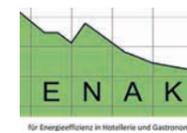
RESSOURCENVERBRAUCH OPTIMIEREN

Energieeffizienz – «powered by ENAK»

Profitieren Sie an unserem Stand A120 in Halle 1.0 von der «Lernstrecke Energieeffizienz». Wir geben Ihnen Tipps und zeigen Ihnen Hilfsmittel, mit denen Sie die Energieeffizienz verbessern.

Text Urs Jenny, Präsident der ENAK für Energieeffizienz in Hotellerie und Gastronomie Foto Igeho

Mit ihrer neuen Online-Anwendung hat die ENAK unlängst einen Meilenstein gesetzt: ENAK-Tech ermöglicht Gastronomieplanern, Herstellern und Anwendern von Küchengeräten, die Energieverbräuche der verschiedenen Geräte schnell und einfach zu berechnen und die Gesamtkosten zu vergleichen. Hersteller haben dazu nach einem von der ENAK vorgegebenen Raster Datenblätter ausgefüllt, welche anschliessend in eine Datenbank eingegeben wurden. Die ENAK will so eine klare und einheitliche Deklaration der Ressourcenverbräuche (Wasser, Energie, Chemikalien, etc.) bei den Gerätegruppen erreichen.



Unterstützung für mehr Energieeffizienz

Nachdem alle Grundlagen für die Erfassung der Energieverbräuche erstellt sind, startet die ENAK zu einem weiteren wichtigen Schritt. Sie geht nun daran, das Thema Energieeffizienz, verantwortungsvolle Ressourcenverbräuche und den Energieverbrauch der gewerblichen Geräte transparent und «begreifbar» zu machen und die Anwender entsprechend zu sensibilisieren. Zusammen mit Anwendern, Planern, Herstellern, Energiewerken, der Energie Schweiz und dem Bundesamt für Energie hat die ENAK die Tools zusammengetragen. Diese werden anlässlich der Igeho 2015 mit der «Lernstrecke Energieeffizienz» bereitgestellt. Fachleute und Entscheidungsträger aus Gastronomie, Hotellerie, Gemeinschaftsverpflegung, öffentlichen Institutionen und Betrieben im Care Bereich finden hier praktische Hilfsmittel und aktuelle Checklisten rund um das Thema Energieeffizienz.

Der Nutzen

Energie sparen muss nicht immer mit Investitionen einhergehen. Schon durch den richtigen Einsatz der Geräte können

mehr als 10 Prozent an Kosten gespart werden – Geld, das im Betrieb anders und wertvoller eingesetzt werden kann. Wie Energie sparen geht, zeigen Ihnen Mitglieder der ENAK an unserem Stand mit einer voll eingerichteten Grossküche. Denn: «Die Energie steht nicht grenzenlos zur Verfügung – sie ist zu pflegen wie die Dienstleistung für den Gast.»

Best Practice

SV Schweiz hat mit dem Projekt «ONE TO WE» einen Meilenstein gesetzt und wertvolle Erfahrungen im schonenden Umgang mit Ressourcen gesammelt. An unserem Stand wird ein Mitarbeiter von SV Schweiz diverse Energieeffizienz-Massnahmen vorstellen und zeigen, wie diese in einem Personalrestaurant oder in einer Mensa nicht nur geplant, sondern auch erfolgreich umgesetzt werden können.

Mitglieder und Partner der ENAK

Die ENAK fördert den Einsatz von energetisch vorbildlichen Geräten in Gastronomie, Hotellerie und in der Gemeinschaftsverpflegung. Unterstützt wird der Verein vom Bundesamt für Energie BFE und den Energiewerken EWZ und BKW. ||

Wir belohnen Ihren Einsatz für mehr Energieeffizienz! Nehmen Sie an unserem Wettbewerb teil und gewinnen Sie mit Ihrem Wissen rund um den Energieverbrauch in der Grossküche interessante Preise: zum Beispiel eine Energieberatung in Ihrem Betrieb, einen kostenlosen Zugang für die Software ENAK-Tech oder ein «ressourcenschonendes» Essen verbunden mit einem Besuch in der Umwelt Arena.

kialoa

Wissen
Wertschätzung
Genuss
=
kialoa
the barista company

Halle 1.1. D118

www.kialoa.ch

handmade in florence



Besuchen Sie uns
am Stand A132,
Halle 1.0

Wir verstehen Gebäude.

Kältetechnik | ICT Services | Security & Automation
Alpiq E-Mobility | GridSense® | Xamax

Alpiq ist Ihr Partner für Energie, Energieeffizienz und moderne Gebäudetechnik im Handel, Gastgewerbe, Lebensmittelindustrie und Forschungsbereich. Wir planen und bauen Kälteanlagen oder offerieren Kühlmöbel aus Schweizer Exklusivvertretungen. Im EDV-Bereich installieren wir sichere IT-Arbeitsplätze und bieten kundenoptimierte Kommunikationslösungen sowie Cloud-Dienstleistungen an. Der Bereich Security & Automation liefert umfassende Lösungen für den Komfort und die Sicherheit in Gebäuden. Mit Alpiq E-Mobility AG übernehmen wir die Planung, Installation und Wartung von Ladegeräten für E-Fahrzeuge. GridSense®, eine intelligente Technologie, welche Energie effizient nutzt. Und mit Xamax AG helfen wir Ihnen, Ihr Energieoptimierungspotential zu erkennen und Ihre Stromrechnung zu senken.

www.alpiq-intec.ch
www.xamax-ag.ch

ALPIQ



SVG-SYMPOSIUM 2015

Einzigartigkeit gewinnt

Wer nicht über den Preis konkurrieren kann, muss mit Einzigartigkeit punkten. Im Rahmen des SVG-Symposiums 2015 gibt der Luzerner Unternehmer und Buchautor Bruno Heini konkrete Praxis-Inputs, wie Unternehmen mit Individualität Erfolg finden.

Text Bianca Braun Foto neuson11, iStockphoto.com | Porträt Bruno Heini

Wenn zwei mit dem identischen Angebot um den gleichen Kunden buhlen, dann gewinnt derjenige mit dem günstigeren Preis. Gegen die grossen «Player» im Markt hat darum nur eine Chance, wer sich und seine Produkte und Dienstleistungen einzigartig macht und schlicht besser ist als die anderen. «Besser» kann dabei vieles bedeuten: Schöner, genussreicher, schneller, frischer, sicherer, einfacher, freundlicher, kompetenter, trendiger, individueller...

SVG
Schweizer Verband für Spital-,
Heim- und Gemeinschaftsgastronomie

Zuckerguss statt Amalgam

Bruno Heini hat geschafft, wovon Tausende Unternehmer träumen: Er hat sein Familienunternehmen zu etwas Besonderem gemacht. Der Luzerner wurde

1960 in eine Bäcker-Konditor-Familie geboren. Eigentlich wollte er Zahnarzt werden und war bereits zum Studium eingeschrieben, bevor er sich quasi in letzter Sekunde für eine Lehre als Konditor-Confiseur entschied. 1983 stieg er ins elterliche Geschäft ein und übernahm nur drei Jahre später zusammen mit seinem älteren Bruder die Geschicke des Familienunternehmens. Seither punkten die Brüder mit unverwechselbaren Produkten und aussergewöhnlichen Marketingideen – Errungenschaften, die sich nicht mit Geld kaufen lassen.

Bruno Heini, woher kommt Ihr Interesse am Marketing?

Mich hat schon als Teenager interessiert, wie Geschäfte abgewickelt werden, wie und warum Kunden einkaufen und wie neue Produkte entstehen. Genau darum bin ich dann doch lieber Konditor geworden statt Zahnarzt. Ich wollte so viel wie möglich aus der Praxis lernen. Daneben habe ich jedoch auch Studienlehrgänge im In- und Ausland besucht. Was ich dabei an Fachliteratur in die Hände bekam, war meist kompliziertes Hochschulwissen, gespickt mit Fremdwörtern und gescheiterten Diagrammen. Manchmal war ich nicht einmal sicher, ob der Autor selbst alles verstand... Damals schwor ich mir, dass ich irgendwann ein Buch schreiben würde, das man auch wirklich gebrauchen kann und das die enorme Kluft zwischen Theorie und Praxis überwindet.

Mit Ihrem Buch «Mehr Butter aufs Brot» lehren Sie das Einmaleins des Marketings also so, dass es jeder versteht?

Genau, und vor allem auch so, dass es sofort umsetzbar ist. Ein Unternehmer muss sich auf sein Kerngeschäft und das Tagesgeschehen konzentrieren. Da bleibt kaum Zeit, sich im Bereich Verkauf weiterzubilden. Genau dort liegen aber die meisten Probleme von KMU: Kaum einer, der nicht von heute auf morgen das Doppelte produzieren könnte. Nur verkaufen kann er's nicht. Darum wollte ich ein Buch in einfacher, fadengerader Sprache schreiben – ganz aus der Praxis heraus und vor allem ohne Fachchinesisch. Es soll das Wichtigste zeigen: Wie man Kunden gewinnt und Produkte erfolgreich verkauft. Natürlich ist das keine Erfolgsgarantie. Aber es bringt wertvolle Handlungsempfehlungen.

Hand aufs Herz: Mussten auch Sie schon Marketingflops einstecken?

Natürlich, das muss jeder! Wichtig ist einfach, dass man daraus lernt. Das Lernen hört ohnehin nie auf – auch wenn einer wie ich von der Pike auf mit den Problemen und Sorgen eines KMU vertraut ist. Ich bin gern bereit, mein Wissen weiterzugeben – aber auch dazu, von anderen Branchen und Menschen zu lernen. ||



Hilft anderen, Einzigartiges zu schaffen: Bruno Heini.

SVG-Symposium am Igeho Campus: «Einzigartigkeit als Erfolgsbasis»

Termin: Montag, 23. November 2015, 9.30 – ca. 10.30 Uhr
mit anschliessendem Apéro
Ort: Messe Basel, Igeho Campus (Eingangsbereich Halle 1.0 Nord)
Referent: Bruno Heini, Unternehmer und Buchautor
Kosten: Für SVG-Mitglieder CHF 40.–
Für Nicht-Mitglieder CHF 70.–
(inkl. Eintritt zur Igeho am 23. November 2015 im Wert von CHF 70.–)
Anmelden: Bis 13. November 2015 auf www.svg.ch

SVG – Ein starker Verband für eine starke Branche
Seit 1962 steht der Schweizer Verband für Spital-, Heim- und Gemeinschaftsgastronomie für ein starkes Kompetenznetzwerk, für gegenseitigen Erfahrungsaustausch und für ein umfangreiches Aus- und Weiterbildungsprogramm. Als Gründungsmitglied der Igeho ist der SVG natürlich mit einem eigenen Stand dabei (C096 in Halle 1.2). www.svg.ch

GEMEINSAME ZIELE – GEMEINSAMER ERFOLG

Kooperationen mit Potenzial

Wenn Hotel- und Gastrobetriebe kooperieren, können sie auf der einen Seite Kosten senken und auf der anderen Potenzial und Goodwill bei der Akquisition und Bindung von Gästen entwickeln. Dafür braucht es vor allem Vertrauen.

Text Heidi Golay-Keller, Innoma GmbH Fotos Shutterstock



Bei ständig steigenden Anforderungen kommen Betriebe schnell einmal an die Grenzen ihrer finanziellen, personellen, organisatorischen, infrastrukturellen und technologischen Ressourcen. Nicht jeder weiss alles und hat alles, um erfolgreich im Markt aufzutreten. Legt man Kompetenzen und Ressourcen mehrerer Betriebe zusammen, verwaltet und

erweitert sie gemeinsam, entsteht ein ganz neues Potenzial. Das zeigen die ersten Hotelkooperationen in der Schweiz, genauer genommen in Grächen, im Lötschental und im Berner Oberland.

Klare Zielsetzung

Das Erste und Wichtigste für solche Kooperationen sind gemeinsame Ziele. Zweitens eine durchdachte



Mit Ihrer täglichen Suche nach den besten Zutaten geben Sie uns die Richtung vor.

Das ganze Sortiment zum fairen Preis. Pistor bringt's.
www.pistor.ch

PISTOR

Organisations- und Führungsstruktur. Drittens muss das Konzept so gerecht und ausgewogen sein, dass alle gleichermaßen davon profitieren.

Von all dem soll der Gast natürlich nur das Positive mitbekommen: einen hohen Qualitätsstandard, der sich durch alle Betriebe zieht, ein breiteres Angebot, neuartige, komfortablere Buchungsmöglichkeiten, schnellere und besser aufbereitete Informationen und schliesslich ein besseres Preis-Leistungs-Verhältnis.

Das Beispiel Grächen

Gemeinsam haben die Partnerbetriebe in Grächen die EDV samt Datensicherung, den Buchhalter, der die Finanzbuchhaltung nach einheitlichen Richtlinien erstellt, die Website, ein Reservationssystem und Spezialangebote. Gäste können von Angeboten der Partnerhotels profitieren, zum Beispiel der freie Zutritt zum Hallenbad des Hotels Hannigalp zu bestimmten Zeiten, gemeinsam geführte Wanderungen, Kinderabend im Hotel A, während die Eltern im Hotel B das Candle-Light-Dinner geniessen. Dinge also, die für jeden Einzelnen zu teuer und zu umständlich wären.

Jeden Monat beliefert das Management-Informationssystem alle Partner mit den wesentlichen Kennzahlen von jedem Hotel. Mitte Monat ist

Geschäftsleitungssitzung, wo natürlich auch diese Ergebnisse lebhaft diskutiert werden. Heute ist jeder Kooperationspartner davon überzeugt, dass alle davon profitieren.

Grossbetrieben und Ketten Paroli bieten

An den oben genannten Kooperationen beteiligen sich vor allem kleinere und mittelgrosse Hotels, um Wettbewerbsnachteile gegenüber Grossbetrieben und Ketten kompensieren zu können. Negative Erfahrungen gab es dort, wo man versuchte, veraltete und strukturschwache Betriebe zu integrieren. Positiv wiederum ist der Einbezug anderer Dienstleistungsunternehmen, zum Beispiel ein Campingplatz im Lötschental.

Der grösste Hinderungsgrund für Kooperationen oder deren Erweiterung war bis jetzt mangelndes Vertrauen zu Nachbarbetrieben, die jetzt plötzlich von Konkurrenten zu Partnern werden sollten. Ihnen einfach Einblick in den eigenen Betrieb zu geben, Zahlen zu teilen, die man bisher streng unter Verschluss gehalten hat, Nachteile und Probleme mit Ihnen zu besprechen und gemeinsam zu lösen... Für viele ist das bis jetzt zu viel verlangt.

Kompetente Begleitung ist angezeigt

So ist es für die Gründung und den Aufbau solcher Kooperationen wichtig, dass man einen Coach zuzieht, am besten einen, der schon Erfahrungen damit gesammelt hat. Er weiss auch, wie man Vorurteile und Barrieren abbauen kann, Vertrauen schafft und Klippen rechtzeitig umschiffet.

In der Praxis läuft das so ab, dass an der Kooperation Interessierte sich zusammensetzen und herauszufinden versuchen, wie sich andere zum Projekt stellen, wie weit sie gehen wollen und wie weit man selbst gehen will. Kommt man auf gemeinsame Ziele? In dieser Phase verabschieden sich am meisten Betriebe, zurück bleiben diejenigen, die wirklich einen Schritt weitergehen wollen. Das ist dann ein gutes Omen dafür, dass man auf dem richtigen Weg ist. ||





ELRO Apparateserie 2300

ELRO Apparate können einiges einstecken.

www.elro.ch

Unsere Apparate sind für den Einsatz im harten Küchenalltag gebaut. Gehäuse aus dickem Edelstahl, schockresistente Pfannenböden, gegen das Eindringen von Wasser perfekt geschützte Steuerungen usw. garantieren eine lange Lebensdauer und einen zuverlässigen Betrieb. Rund um die Uhr, Tag für Tag, Jahr für Jahr. mehr → www.elro.ch



Produktivität gewinnen statt Geld verlieren



MODERNSTE KÜCHENTECHNIK IM CARE-BEREICH

Die Küche macht den Unterschied

Spitäler und Heime bewegen sich auf einem Markt. Sie müssen die Kosten im Griff behalten und mit ihren Dienstleistungen überzeugen. Eine effizient eingerichtete Küche erleichtert die Abläufe in einem arbeitsintensiven Bereich. Das macht betriebswirtschaftlich Sinn und erfreut am Ende auch den Gaumen.

Text Beat Büchler Fotos Thomas Roth | iStockphoto

Organisation ist das A und O, wenn es darum geht, für eine Hundertschaft zu kochen. Und gute Organisation in der Küche beginnt mit einem Raumkonzept, das effiziente Arbeitsabläufe ermöglicht. Wenn die Nahrungsmittel in der Küche eintreffen, darf der Transport nicht durch die Kochzonen führen. Vorratskammern, Kühlschränke und Eisfächer müssen bereitstehen, sauber und auf die richtige Temperatur getrimmt. Das Fleisch gehört getrennt aufbewahrt vom Gemüse, vom Abfall sowieso. Das alles hat seine Logik und ist gesetzlich vorgeschrieben. In modernen Grossküchen sind Arbeitsabläufe und Laufwege perfekt aufeinander abgestimmt, das Rüsten ist selbstverständlich dem

Garen vorgelagert und die kalte von der warmen Küche getrennt. So können auch grosse Mengen speditiv und hygienisch einwandfrei zubereitet und appetitlich angerichtet werden.

Kunstvoll kochen mit neuen Methoden

Dass das Auge mit isst, gilt auch und ganz besonders in Altersheimen, wo das Essen für viele Bewohner das Highlight des Tages darstellt. Küchenplaner Thomas Roth begleitet mit seiner Firma Roth Gastroprojekte den Bau von Grossküchen – auch in Alters- und Pflegeheimen. Für ihn ist klar: «Die Küche gehört zu den ganz zentralen Einrichtungen in einer Branche, die zunehmend die Gesetze des Markts zu spüren bekommt.» Die Seniorinnen und Senioren sind anspruchsvoll, sie wollen frische Lebensmittel und liebevoll servierte Mahlzeiten. So ist das Gastronomieangebot – nebst beispielsweise der Zimmergröße – eines der Merkmale, mit denen sich einzelne Anbieter



Ihr Salzexperte.



Schweizer Salinen AG
Schweizerhalle, Rheinstrasse 52, Postfach, CH-4133 Pratteln 1
T +41 61 825 51 51, F +41 61 825 51 10, www.salz.ch

IGEHO Halle 1.1
Stand C141

SCHWEIZER
SALINEN
SALINES
SUISSES

von anderen unterscheiden können. Heime mit fortschrittlicher Technik sind im Vorteil: «Moderne Kochgeräte und die entsprechenden Produktionsmethoden wie Druckgaren oder Freeze'n'go ermöglichen das Zubereiten von gesundem Essen in hoher Qualität, selbst unter Zeit- und Preisdruck», sagt Roth.

Ergonomisch, ökologisch – effizient

Eine Investition in neue Technologien zahlt sich auch wirtschaftlich aus. Denn Küchengeräte der jüngsten Generation verbrauchen weniger Energie, benötigen beim Abwaschen weniger Wasser, sind sparsamer bei der Verwendung von Reinigungsmitteln und im Unterhalt. Zudem sind sie ergonomisch perfekt auf standardisierte Arbeitsabläufe und typische Handgriffe abgestimmt und verringern so die körperliche Belastung für das Küchenpersonal.

Die schönste Küche mit der besten Energiebilanz soll aber auch zu erkennbaren Resultaten führen. Dazu braucht es Küchenpersonal, das die Geräte bedienen und die vielfältigen Möglichkeiten einsetzen kann. Die technische Entwicklung schreitet unablässig voran, ausgeklügelte Software erlaubt es zudem, die Kochprozesse punktgenau zu steuern.

Die Aus- und Weiterbildung des Personals ist deshalb zentral. Und: «Eine wirtschaftlich geführte Küche reiht sich zudem nahtlos in die Gesamtorganisation ein: Sie dient den Zielen der Leitung, unterstützt die Pflege und vereinfacht die Arbeit der Putzquipe», sagt Fachmann Roth.

Gut geplant ist halb gereinigt

Gerade der Reinigungsaspekt zeigt, wie wichtig eine gut geplante und organisierte Küche ist. Küchenplaner Roth: «Die Böden müssen einer intensiven Reinigung standhalten, und diese hat regelmässig zu erfolgen, damit die Hygieneanforderungen eingehalten werden. Herumstehende Waren und Geräte sind dabei zeitraubende Hindernisse.» In der modernen Küche steht deshalb auf Rädern, was nicht fix und fugenlos am Boden montiert ist. So kann der Wischmob genau so leicht geführt werden wie der Schwingbesen in der Pfanne. Auch die Materialwahl für die Arbeitsflächen hat Einfluss darauf, wie sauber und effizient während des Kochvorgangs gereinigt werden kann.

«Die Auswahl an Geräten und Materialien ist riesig und schwer überschaubar», sagt der neutrale Kenner Roth. Er rät dazu, sich gut beraten zu lassen. Der Igeho Fachbereich «Küchentechnik und Reinigungslösungen» bietet die Möglichkeit, sich einen Überblick zu verschaffen und die neuesten Trends aus der Gastroküche kennen zu lernen. Es lohnt sich! ||



SENIORENZENTRUM ROSENGARTEN

«Bei der Küchenausstattung haben wir nicht gespart.»

Die Bewohnerinnen und Bewohner des Seniorenzentrums Rosengarten (Laufen BL) sind im Sommer 2015 in einen Neubau umgezogen. Heimleiter Michael Rosenberg erklärt, welche Überlegungen bei der Planung und beim Kauf der neuen Küche zentral waren.

Text Beat Büchler Foto Julian Salinas



Heimleiter Michael Rosenberg im Gespräch mit Küchenchefin Evelyne Neeser.

Herr Rosenberg, ist die Küche im neuen Seniorenzentrum grösser oder kleiner geraten als im früheren Altersheim?

Unsere Küche hat etwa 100 m² Arbeitsfläche, plus Lager- und Kühlräume. Das ist insgesamt doppelt so viel wie im alten Heim. Zum einen bedingen die heutigen Arbeitsabläufe und Hygienevorschriften mehr Platz, zum andern bedienen wir auch das öffentliche Selbstbedienungs-Restaurant im Seniorenzentrum aus unserer grossen Küche.

Wie viele Mahlzeiten stellt Ihr Küchenteam jeden Tag her?

Im Moment sind es etwa 120, es können aber mehr sein, wenn Altersheim und Restaurant voll ausgelastet sind. Für einen Teil der Mahlzeiten wenden wir das Freeze'n'go-Verfahren an. Dabei werden einzelne Menüs in grossen Mengen vorgekocht, dann schockgekühlt und vaku-

MELITTA® CAFINA® XT4 LIVE ERLEBEN:
IGEHO
 BASEL: 21.11. - 25.11.2015
 HALLE 1.1 STAND D 102

FÜR DEN
 EINSTIEG
 IN DIE
 PROFIKLASSE



Melitta®
Cafina® XT4

SCHLANKER VERFÜHRER

Die Melitta® Cafina® XT4 reiht sich ein in die Design-Linie unserer neuen Vollautomaten-Generation. Veredeltes Aluminium-Gehäuse mit extrem schlanken Maßen (nur 30 cm Breite). Ein echter Hingucker, der auch auf engem Raum zum Genuss verführt.

PROFESSIONELLE EDELSTAHLBRÜHGRUPPE

Die Brühgruppe besteht aus hochwertigen Materialien – überwiegend Edelstahl - und ermöglicht somit einen verschleißfreien Betrieb bei einer Maximaleinwaage von 20g. Durch das Mikro-Feinsieb ist eine maximale Aromausbeute sichergestellt.

MEHR VIELFALT

Das neue Milchschaumsystem mit Milchpumpe macht's möglich: Temperaturen einstellen, Untertischkühlschrank verwenden, auch kalte Milch ausgeben.

SAUBERE SACHE: CLEAN IN PLACE (CIP®)

Maximale Sauberkeit nach HACCP-Standard durch vollautomatische Reinigung aller Milchleitungen ohne Ausbau der Komponenten bei einfachster Bedienung.

cafina®
 Ein Unternehmen der Melitta Gruppe

Cafina AG
 www.cafina.ch

umiert. Bis sie in den Folgetagen hervorgeholt und im Steamer erhitzt werden, sind sie auf den Punkt fertig gegart, ohne Qualitätsverlust. Dieses Vorgehen ermöglicht uns, mit weniger Personal auszukommen und trotzdem ein Angebot «à la carte» zu führen.

Was mussten Sie beim Einrichten der Küche besonders beachten, um dieses Betriebskonzept umsetzen zu können?

Wichtig war uns bei der Planung, dass effiziente Arbeitsabläufe möglich sind. Hierzu haben wir nicht nur eng mit dem Architekten zusammengearbeitet, sondern auch einen Gastroplaner beigezo-

möglicht und das Tragen von schweren Lasten reduziert. Aber auch der Service des Lieferanten war mitentscheidend. Wir haben letztlich Küchengeräte eines Schweizer Herstellers in gehobener Qualität gewählt. Das hat seinen Preis, aber hier haben wir bewusst nicht gespart. Denn die Produkte sind langlebig und verbrauchen weniger Ressourcen wie Wasser und Strom. Das gilt auch für die Reinigung. Ich selbst bin fasziniert von den selbstreinigenden Geräten, zu denen sich Backöfen oder Steamer entwickelt haben.

Und wie werden die Küchenräume gereinigt?

Regelmässig mit einer Scheuermaschine, die Wasser und Putzmittel korrekt dosiert. Und zwischendurch wird auch zum Wischmop gegriffen. Um erste Erfahrungen mit den Maschinen und Materialien zu machen, verwenden wir zunächst die herkömmlichen Reinigungsmittel. Anschliessend sind Versuche mit speziellen Ökoprodukten vorgesehen.

Welchen Stellenwert hat für Sie als Heimleiter das Essensangebot?

Ich verstehe meine Rolle als die eines Gastronomen und Gastgebers. Die Auswahl der Nahrungsmittel und das Präsentieren der Mahlzeiten auf dem Teller sind ganz zentrale Punkte der Hospitality in Seniorenzentren. Die Leute wollen wenn möglich Lebensmittel aus der Region, sie wollen Qualität und sie wollen Abwechslung. Sie brauchen zudem Vitamine und viel Eiweiss. Mit der neuen Küche verfügen wir über die Infrastruktur, um unsere Bewohner und Gäste gesund und ausgewogen zu ernähren. ||

«Wichtig waren uns Funktionalität und Ergonomie.»

gen. Denn an Tagen mit Vollbelastung bewegen sich fünf Personen gleichzeitig durch die Küche. Sie können nur dann in Ruhe arbeiten und gute Qualität liefern, wenn sie einander nicht auf die Füsse treten.

Massgebend sind aber in erster Linie die umfassenden Hygienevorschriften, und die reichen bis zum Transport des Essens zu den Wohngruppen. Dies geschieht in Porzellanschüsseln und Wärmewagen, auf dem Hin- und Rückweg in verschiedenen Liften.

Nach welchen Kriterien haben Sie die Küchenausstattung ausgewählt?

Wir betreiben eine normale Gastroküche mit breit eingeführten, modernen Geräten – von der grossen Bratpfanne über den Induktionsherd, den Steamer und die Druckbräsière bis zum Holdomaten. Wichtig waren uns Funktionalität und Ergonomie, so dass die Einrichtung ein Arbeiten mit wenigen Handgriffen er-

BESUCH IM ZÜRCHER HOSPIZ LIGHTHOUSE

Der Koch der Sterbenden

Rolf Haus kocht im Zürcher Hospiz Lighthouse für Menschen, die nicht mehr lange zu leben haben. Menschlich ist das anspruchsvoll. Aber auch kulinarisch wird ihm einiges abverlangt.

Text Andreas Bättig, Salz & Pfeffer Fotos Shutterstock | Marcel Studer

Während Rolf Haus an diesem Morgen in seiner kleinen Küche die Pouletschenkel für das Mittagessen vorbereitet, sterben in den Stockwerken über ihm zwei Menschen. Für die beiden Toten wird in einer Ecke am Ende des Ganges – neben Blumen – eine Kerze angezündet. Sie brennt immer dann, wenn jemand der Bewohner gegangen ist. Jedes Mal, wenn Rolf Haus die Küche verlässt, sieht er die Kerze zu seiner Linken. Er weiss, dass es eines seiner Gerichte war, das sie zuletzt noch zu sich genommen hatten. Haus ist seit zwei Jahren Küchenchef des Kompetenzzentrums für palliative Pflege und Medizin Zürcher Lighthouse an der Carmenstrasse.

Gutbürgerliche Gerichte

Hier kommen Menschen hin, die unheilbar krank sind – der überwiegende Teil von ihnen sind Krebspatienten. «Ich versuche, mit meinem Essen die Menschen hier ein bisschen glücklich zu machen», sagt Haus bescheiden. Das bedeutet, dass er beim Menüplan auf die kulinarischen Wünsche der Hospiz-Bewohner eingeht. Noch nie sei es dabei vorgekommen, dass er einen Wunsch nicht habe erfüllen können. Wer den Tod vor Augen hat, der isst auch an seinen letzten Tagen das, was er schon sein Leben lang gegessen hat, stellt Haus fest. So kocht der 55-Jährige Gerichte wie «Schweinsgeschneitzeltes mit Nudeln und Gemüse», «Rinds-Spiessli mit Vollreis und Gemüse» oder «Wok-Gemüse mit Curry-Reis».



Trotzdem unterscheidet sich Haus' Arbeit von jener anderer Küchenchefs in der Gemeinschaftsgastronomie deutlich. Über der Küche, im dritten Stock, liegt das Behandlungszimmer von Susanne Hedbom, der leitenden Ärztin des «Lighthouse». Die 43-Jährige begleitet die Bewohner auf ihrem letzten Lebensabschnitt. Dabei spielt aus medizinischer Sicht neben den Medikamenten auch das Essen eine wichtige Rolle. Eine besondere Herausforderung für die Küche ist laut Hedbom, dass die Erkrankung selbst oder die durchgeführten Therapien wie Chemo- oder Strahlentherapie das Geschmacksempfinden verändern. So vertragen viele Bewohner nicht mehr so stark gewürztes Essen.

Dass Rolf Haus keine einfache Aufgabe zu meistern hat, weiss auch Horst Ubrich, der Geschäftslei-

ter des «Lighthouse». Denn im Gegensatz zu einem normalen Pflegeheim müssen sich die Bewohner nicht an feste Essenszeiten halten. Manche nehmen ihre Mahlzeiten lieber auf dem Zimmer zu sich, andere finden sich im kleinen Speiseraum im Parterre des Gebäudes ein. «Das Konzept bewährt sich», sagt Ubrich. So kann es sein, dass im grossen Speiseraum mal 16, mal gar keine Bewohner sitzen. Je nachdem, wie ihr Gesundheitszustand es zulässt.

Gärtnern zum Erden

Mittlerweile ist es 12.00 Uhr, Haus hat im Speiseraum das Essen in einem kleinen Buffet angerichtet, wovon er die Speisen auf den Teller schöpft. Es gibt Pouletschenkel oder gebratenen Tofu mit Quinoa und Gemüse, eine Peperoni-Suppe, Tomaten mit Mozzarella und eine selbst gemachte Crèmeschnitte zum Dessert. Damit die Bewohner wissen, dass das



Rolf Haus, Küchenchef des Zürcher Sterbehospiz «Lighthouse», bereitet das Buffet für das Mittagessen vor.

Essen bereit ist, schlägt Haus im Treppenhaus an einen Gong. Das blecherne Geräusch hallt durch die Stockwerke. Doch viele kommen an diesem Tag nicht aus ihren Zimmern. Nur ein älterer Herr, der sich zum Essen ein Bierchen gönnt, und eine Dame nehmen Platz.

Noch bis Ende 2017 wird Haus seine Gerichte in der Küche im heutigen Gebäude – die nicht viel grösser als jene in einem Einfamilienhaus ist – zubereiten. Danach zieht das «Lighthouse» in einen Neubau. Haus will auch dort in der Küche stehen. Er mag die Arbeit und steht den Bewohnern nahe. «Wenn jemand stirbt, für den man kurz zuvor noch kochte, ist das schon hart», sagt er. Auf sein Gemüt habe die Arbeit trotz gelegentlicher Traurigkeit noch nicht geschlagen. Und wenn es dann doch mal besonders happig wird, zieht sich Haus in seinen Garten zurück und kümmert sich um seine Pflanzen. Er sagt: «Das erdet mich.» ||

Besuchen Sie uns an der
Igeho in Basel vom 21.-25. November 2015
an Stand C110 in Halle 1.1 und
lassen Sie sich unser umfassendes
Kaffeessortiment zeigen.



Trieste 1933
amici.ch

ADUNO schnelles Zahlen
kostet Ihre Gäste ein Lächeln.

Besuchen Sie uns in unserem **Tessiner Grotto**
und stossen Sie mit uns an!
Halle 1.0 / Stand D025



Ein mobiles Aduno-Zahlterminal gehört zum guten Service dazu. Denn das leichte Gerät kommt zu Ihren Gästen, nicht umgekehrt. Das ist bargeldloses und schnelles Zahlen in seiner kundenfreundlichsten Form. Mit beleuchteter Tastatur für die Bedienung bei Kerzenlicht. Der besondere Clou: die Freiheit, kontaktlos zu bezahlen – Kleinbeträge sogar ohne PIN, ohne Unterschrift, ohne Aufwand. www.aduno.ch oder **058 234 56 78**.

Aduno-Terminals akzeptieren alle in der Schweiz gängigen Zahlkarten.

ADUNO
payment services

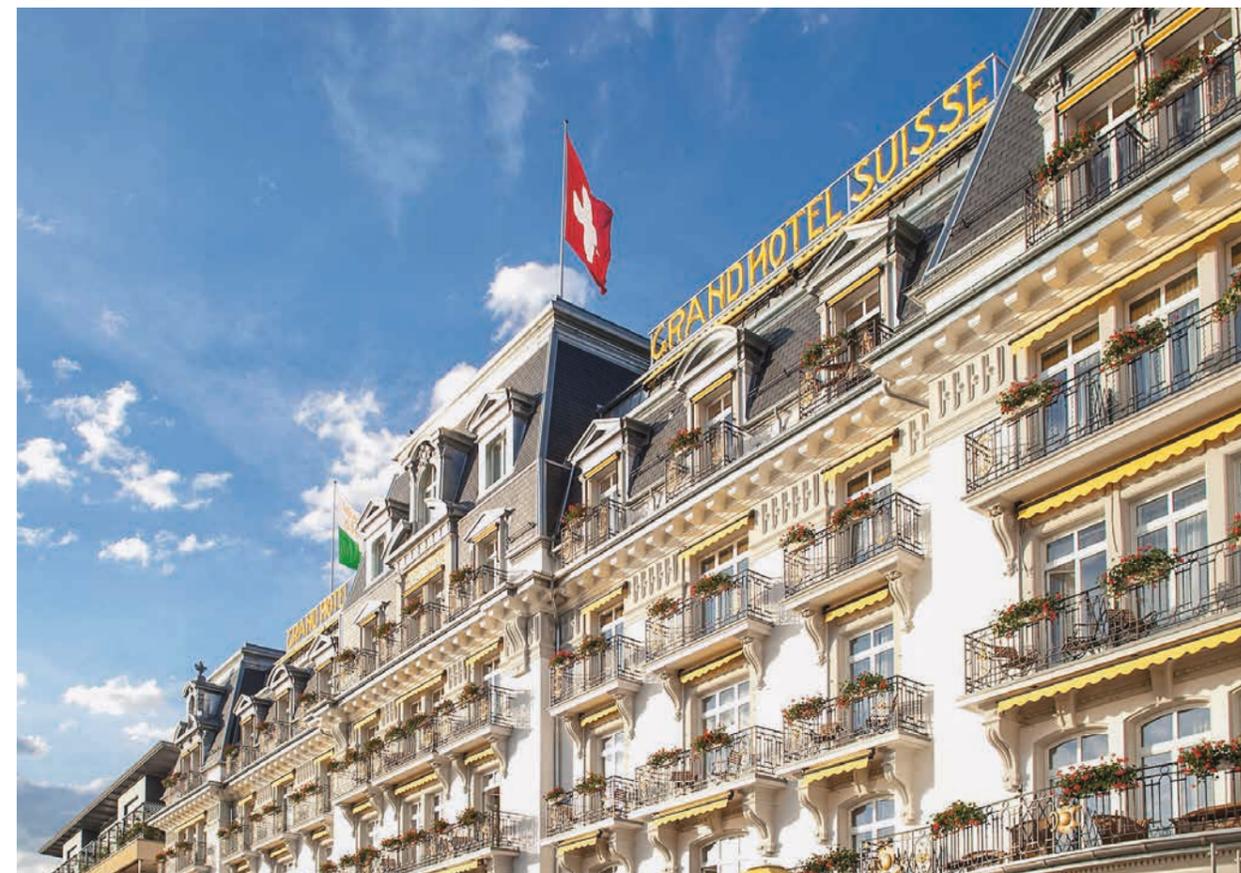
Ein Unternehmen der Aduno Gruppe
www.aduno-gruppe.ch

DENKANSTÖSSE UND FRISCHE IDEEN

Wo sich Geld und Geist treffen: Swiss Hospitality Investment Forum

Investoren suchen passende Objekte – Hotelbesitzer und -betreiber Unterstützung für innovative Projekte oder den Verkauf ihrer Betriebe. Das Swiss Hospitality Investment Forum (SHIF) bringt sie zusammen und schafft ein Fundament für nachhaltige Zusammenarbeit.

Text Beat Waldmeier Fotos zvg | Congress Center Basel



Hotels bilden das Rückgrat des Schweizer Tourismus und sind für das Image unseres Landes zentral. Darüber hinaus sind gut geführte und finanzierte Beherbergungsbetriebe auch von grossem volkswirtschaftlichem Interesse: Der Tourismus und die damit verbundene Hotellerie und Gastronomie tragen in der Schweiz einen bedeutenden Teil zur Bruttowertschöpfung bei.

Doch trotz landschaftlicher Schönheit, qualitativ hochwertigen Produkten und bestens qualifizierten Mitarbeitenden: Die Schweizer Hotellerie befindet

sich seit jeher auch in Konkurrenz mit dem Ausland, das ebenfalls als Business- und Feriendestination überzeugen will. Und obwohl Qualität, Sicherheit, Infrastruktur und Authentizität der Schweiz ein gutes Investitionsklima schaffen, ist es für Hotelbesitzer nicht einfach, den richtigen Investor für neue Projekte oder den Verkauf zu finden. Zwar fehlt es potenziellen Investoren nicht an Interesse, doch die Suche nach einem geeigneten Objekt gestaltete sich bisher oft schwierig.



Plattform für Networking und neue Ideen

Das Swiss Hospitality Investment Forum (SHIF) schliesst diese Lücke. Es versteht sich als wichtigster Treffpunkt für Top-Entscheidungsträger rund um Investitionen in die Schweizer Hospitality-Industrie und bietet eine Networking- und Wissensplattform für Hotelbetreiber und Investoren. Am SHIF bietet sich Gelegenheit, erste Kontakte zu knüpfen, bestehende Kontakte zu intensivieren und sich in angenehmer Atmosphäre über mögliche Projekte zu unterhalten. Ein von der Internationalen Schule für Touristik Zürich entworfenes spezifisches Networking-Konzept unterstützt diese gewinnbringenden Kontakte und Begegnungen. An Gesprächsstoff wird es nicht mangeln: Renommiertere Keynote-Referenten, spannende Podiumsgespräche sowie konkrete Beispiele aus der Praxis öffnen den Blickwinkel und sorgen für Denkanstösse und frische Ideen. Behandelt werden Themen wie zum Beispiel Hotelentwicklung und -management, Investitionen und Transaktionen, Finanzierungskonzepte, die Nachfolgeregelung oder die Zweitwohnungsinitiative.

Vom SHIF profitieren – parallel zur Igeho

Das SHIF findet in diesem Jahr erstmals und parallel zur Igeho 2015 statt. Die Veranstaltung beginnt am Dienstagnachmittag, 24. November 2015, beinhaltet einen Abendanlass und endet am darauffolgenden Mittwochmittag, 25. November 2015. Organisiert wird das SHIF von der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) und hotellerie-suisse. Es richtet sich insbesondere an Hotelbesitzer, Hotelbetreiber und Markenvertreter, Banken und Privatanleger, Bauunternehmer, Architekten, Designer, Anwälte sowie Betreiber von Gastronomiebetrieben, Spitälern und Heimen. Zudem erwarten die Organisatoren zahlreiche ausländische Investoren.

Künftig findet die Veranstaltung alle zwei Jahre im Rahmen der Igeho in Basel statt und soll sich als wichtiger Termin in der Branche etablieren. ||

Programm

Dienstag, 24. November 2015 – Fokus Hotellerie	
ab 13.00 Uhr	Welcome Reception, Registration, Networking Coffee
13.30 Uhr	Begrüssung
14.00 Uhr	Die wahrgenommene Qualität im Schweizer Tourismus T. Brulé, Designer und Journalist
14.30 Uhr	Welche Destinationen haben Chancen? Die Sicht eines Investors F. Hasenmaile, Credit Suisse AG, Head Real Estate & Regional Research
15.00 Uhr	Networking-Pause
15.45 Uhr	Standortförderung des Bundes 2016–2019/23 und Impulsprogramm Tourismus 2016–2019 Dr. E. Jakob, SECO, Leiter Direktion für Standortförderung
16.10 Uhr	Herausforderungen in der Finanzierung von Hotelbetrieben unter Berücksichtigung von Alternativfinanzierungen P. Gloor, SGH, Leiter Finanzierung
16.35 Uhr	Podiumsdiskussion zu Themen Kauf, Finanzierung, Nachfolge, Investoren und Herausforderungen R. Kasper, Investor; K. Baumgartner, Hotelier und Investor; R. Brechbühl, Raiffeisen Schweiz Leitung; S. Lukesch
ab 17.30 Uhr	Apéro mit Speed Dating
ab 19.00 Uhr	Networking-Dinner mit Award-Verleihung

Mittwoch, 25. November 2015 – Fokus Gesundheit, Care

ab 7.30 Uhr	Welcome Coffee
8.00 Uhr/8.30 Uhr	Breakout Sessions (5 Kurzvorträge mit anschliessender Diskussion à 20 Minuten; 2 wählbar) – Malediven: Qualität im Tourismus – Anregungen für die Schweiz M. Rungaldier und M. Schwingshackl, MA people GmbH – Chancen und Herausforderungen einer Hotelrenovierung J. Ronstedt, RONSTEDT hotel concepts – Neue Chance für Spitäler durch bessere Ausstattung A. Lohmann, KEUCO – STR: Führen anhand Kennzahlen D. Spitra, STR Global – Buy & Sell: Treffpunkt für Investoren und Hoteleigentümer A. Cheseaux, CFB Network
9.00 Uhr	Begrüssung
9.15 Uhr	Zweitwohnungsinitiative – Gesetzliche Grundlage, Umsetzung, Hybridmodelle Dr. S. Schnyder, CMS Switzerland AG, Rechtsanwältin; M. Kauer, SGH, Leiter Beratung
10.00 Uhr	Wohnen im Alter – Demographische Entwicklungen, Bedürfnisse von Senioren und entsprechende Servicekonzepte, Erfahrungen als Investor und Betreiber B. Ammann, SENIOcare AG, CEO
10.45 Uhr	Networking-Pause
11.30 Uhr	Medical Tourism – Chance für die Schweizer Hotellerie – Erfolgsfaktoren, Anforderungen an Destinationen Hochschule Luzern (Referent in Abklärung) – Herausforderungen Betriebsorganisationen, Beispiele aus dem Ausland N. Mayer, PricewaterhouseCoopers AG, Industry Leader Lodging & Tourism – Kennzahlen aus der Praxis: Beispiel Aevea Vita Hotels GmbH Dr. S. Knoth, curanovis AG, Geschäftsführer; A. Cheseaux, CFB network, Verwaltungspräsidentin
ab 12.30 Uhr	Networking-Apéro

Weitere Informationen und Anmeldung unter www.shif.ch

BRITA
Professional



**MIT BRITA
BEKOMME ICH
WASSER UND KAFFEE
IN HARMONIE**

Ob professionelle Filter- oder Wasserspenderlösungen: Mit uns haben Sie die ganze Welt der Wasserkompetenz an Ihrer Seite.



Igeho

Besuchen Sie uns an der Igeho in Basel vom 21. – 25.11 2015 in Halle 1.1 Stand C 106

Erleben Sie den Food Sensoriker Patrick Zbinden an unserem Stand und gewinnen Sie ein Wellness Wochenende!

Erfahren Sie mehr unter:
www.brita.ch und www.vivreau.brita.ch

Mir gö i d'Knie vorem Waadtländer Wii!



www.vins-vaudois.com

Vaudois
L'EXCELLENCE DES TERROIRS

AN DER MEFA GEHT'S UM DIE WURST

Kalte Plättchen, heisses Wissen

Entrecôte, Speck und Rauchwurst: Wenn parallel zur Igeho die Tore der Mefa, der Fachmesse für Fleischwirtschaft und Lebensmittelproduktion, öffnen, kommen Gastronomen und Fleischfans voll auf ihre Kosten. Unbestrittenes Highlight ist der Qualitätswettbewerb mit über 500 prämierten Erzeugnissen.

Text Andreas Schmidt Fotos Shutterstock | Mefa

Zeitgleich mit der Igeho geht es auf dem Messegelände um die Wurst – genauer: um Wurst- und Fleischerzeugnisse. An der Mefa, dem grössten und wichtigsten Treffpunkt der Fleischwirtschaft und Lebensmittelproduktion in der Schweiz, trifft sich das Fachpublikum. Dies belegt die Teilnehmerstruktur der letzten Jahre: Mehr als die Hälfte der Fachbesucher kommen aus Metzgereien und fast 20 Prozent aus der Lebensmittelindustrie, dies bei 90 Prozent Fachbesuchern aus der Schweiz. Die Nähe zur Igeho ist dabei ein grosser Gewinn: Das

Messeduo bildet die gesamte Wertschöpfungskette von der Produktion bis zur Vermarktung von Lebensmitteln an einem Ort ab. Die Plattform ist für Köche und Gastronomen ebenso interessant wie für Anbieter aus Zulieferindustrie und Fabrikationstechnik, für Hersteller und Händler von Rohstoffen, Halbfabrikaten und spezialisierten Produkten oder für Dienstleistungsbetriebe.



Von der Rohwurst bis zum Filet

Die Hauptattraktion der Mefa ist der vom Schweizer Fleisch-Fachverband (SFF) durchgeführte Qualitätswettbewerb. Im Vorfeld der Messe testeten ausgewiesene Fachleute während eines Jahres die eingereichten Fleischprodukte in den sieben Kategorien «Brühwürste», «Rohwürste», «Kochwürste», «Rohpökelfleisch», «Kochpökelfleisch», «Feinkostprodukte» sowie «verschiedene Produkte». Sie beurteilen dabei das Aussehen, das Schnittbild, den Geruch, den Geschmack und die Verarbeitung. Insgesamt werden über 500 prämierte Fleischerzeugnisse auf der «grössten Fleischtheke der Schweiz» gezeigt. Der Wettbewerb ist für die Teilnehmenden eine wichtige Plattform, um ihre Produkte einer breiten Öffentlichkeit vorzustellen und gezielt zu promoten.

Wettbewerbe für Profis und Laien

Was junge Verkaufs- und Cateringtalente der Fleischwirtschaft nach ihrer Ausbildung alles drauf haben, beweisen die besten 70 Lehrgänger an den Schweizer Meisterschaften. Parallel dazu messen sich Metzgerinnen und Metzger, Verkäuferinnen und Verkäufer sowie Laien im Plattenlegen: Im Mittelpunkt steht die kreative Fleischplatte, ausgezeichnet werden die besten Einzelresultate, der beste Betrieb und die beste Schule. Bei diesen Wettbewerben geht es für alle Teilnehmenden jedoch um mehr als den Sieg. In Gesprächen mit gestandenen Fachleuten erhalten sie hilfreiche Tipps und Hinweise für die tägliche Arbeit.

Stimmung im Metzgerstübli

Sie suchen einen Ort für ungezwungene Gespräche, haben Lust auf eine Fleischspezialität oder möchten sich nach einem langen Messetag ein verdientes Metzgerbier gönnen? Das Metzgerstübli im Restaurant «L'Entrée» bietet Ihnen auch nach Messeschluss Köstlichkeiten wie zum Beispiel die beliebte Kalbsbrust. Abends sorgt zudem Livemusik für Stimmung. ||



Die prämierten Fleischerzeugnisse können zum Teil vor Ort gekostet werden.



An der Schweizer Meisterschaft messen sich die 70 besten Lehrgänger.



Kreative Grillplatte.

Schweizerische Fleisch-Fachtagung

Sie möchten noch mehr über Fleisch wissen? An der Schweizerischen Fleisch-Fachtagung am 24. November 2015 diskutieren namhafte Referenten unter der Leitung von Urs Gredig im Congress Center Basel über das Thema «Fleisch und Nachhaltigkeit – Thesen und Fakten».

PRAKTISCHE INFORMATIONEN AUF EINEN BLICK

Treten Sie ein in die Welt der Gastfreundschaft

Messedauer und Öffnungszeiten

Samstag, 21. November bis Mittwoch, 25. November 2015 in der Messe Basel
Samstag bis Dienstag von 9.00 – 18.00 Uhr
Mittwoch von 9.00 – 17.00 Uhr

Tickets und Preise

Tageskarte (für Besucher ab 16 Jahren): CHF 70.–
Profitticket (für Mitglieder der Hotel & Gastro Union, hotellerieuisse und GastroSuisse – gegen Vorweisen des entsprechenden Mitgliedaussweises an der Tageskasse): CHF 25.–
Spezialpreise für Berufsschulklassen und Hotelfachschulen im Rahmen des Nachwuchsprogramms «U21». Nähere Informationen und Voranmeldung unter www.igeho.ch/U21

- Eintrittstickets sind online unter www.igeho.ch/ticket, in der Igeho App und an der Tageskasse erhältlich
- Das Igeho Ticket berechtigt auch zum Eintritt in die Mefa
- Bitte beachten Sie, dass Kindern und Jugendlichen unter 18 Jahren nur in Begleitung Erwachsener Zutritt zu den Messehallen gewährt wird

Anreise mit dem öffentlichen Verkehr

Ab **Bahnhof SBB** mit den Tramlinien 1 und 2, ab **Badischem Bahnhof** mit den Tramlinien 2 und 6, Station «Messeplatz»
Weitere Informationen unter www.bvb.ch

Vergünstigte Bahnangebote (Igeho RailTicket und Igeho Kombi) erhalten Sie bei der SBB unter www.sbb.ch/igeho; Informationen zum Angebot der Deutschen Bahn finden Sie unter www.igeho.ch/anreise

Anreise mit dem Auto

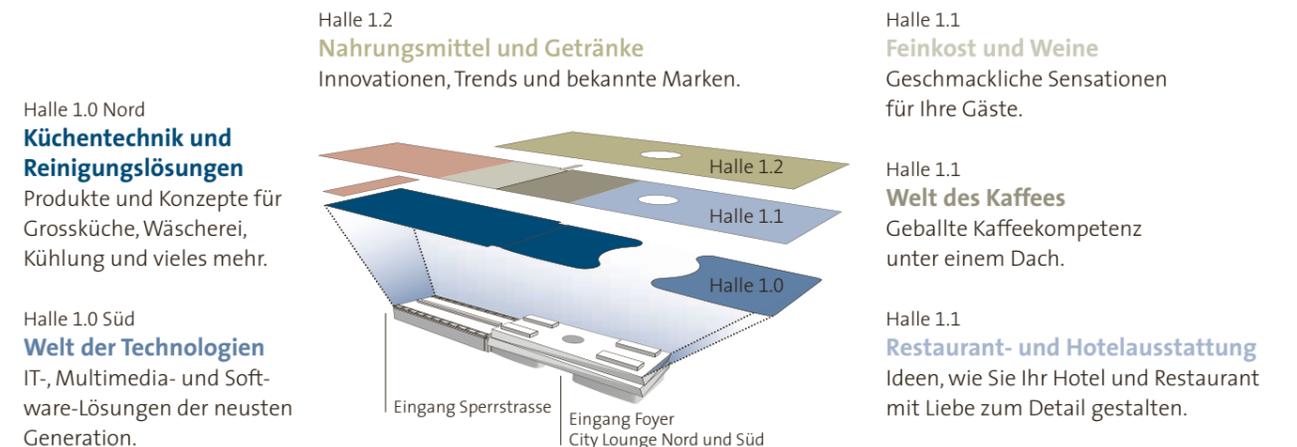
Folgen Sie der orangefarbenen Signalisation zum Besucherparkplatz nahe EuroAirport Basel-Mulhouse-Freiburg und nutzen Sie das Park-and-Ride-System zur Messe.
Kosten pro Tag: CHF 20.–
Betriebszeiten: 7.30 – 19.00 Uhr;
alle 10 – 15 Minuten

Rund um die Uhr informiert

- Planen Sie Ihren Messebesuch absolut stressfrei:
- Suchen Sie bereits heute Ihre favorisierten Aussteller auf www.igeho24.ch
 - Informieren Sie sich über alle Veranstaltungen auf www.igeho.ch/events
 - Orientieren Sie sich mühelos mit der Igeho App
 - Folgen Sie uns auf Social Media und verwenden Sie #Igeho in Ihren Posts



Attraktive Fachbereiche – die Igeho im Überblick



ZUGUNSTEN DER SCHWEIZER BERGHILFE

Igeho EcoCircle – nachhaltige Produkte an der Igeho

BioTrans AG Halle 1.0, B108

Die innovative Lösung für Speise- und Rüstabfall: «Das BioTrans-System». Angetrieben durch den Pioniergeist etwas zu verändern, leistet das BioTrans-System einen ökologischen und ökonomischen Nutzen für die Umwelt: die um bis zu 90% reduzierten Entsorgungsfahrten gegenüber herkömmlichen Gebinde-Entleerungen und die damit verbundene Reduktion des CO₂-Ausstosses. Das erleichterte Handling und die Nachhaltigkeit im Bereich innovativer Grossküchentechnik machen das BioTrans-System so erfolgreich.



Chocolat Schönenberger AG Halle 1.1, C134

Verantwortungsvolles Handeln und der Einkauf von nachhaltig produzierten Rohstoffen und Verpackungsmaterialien sind in der Unternehmensphilosophie der Chocolat Schönenberger AG verankert. Unsere Schokoladeprodukte werden mit UTZ-zertifizierten Rohstoffen produziert. Parallel stellen wir eine breite Palette von CH-Bio-zertifizierten Artikeln her, die alle zugleich auch FAIRTRADE/Max Havelaar-zertifiziert sind.



DELIFRANCE SUISSE SA Halle 1.2, B016

Déliciance pflanzt Bäume! Die Firma engagiert sich im Kampf gegen die Klimaerwärmung und kompensiert die CO₂-Ausstosse beim Sortiment HERITAGE im Rahmen von Wiederaufforstungsprojekten in Partnerschaft mit der NRO «We Forest» in Madagaskar seit 6 Jahren, wo bereits 2 Millionen Bäume gepflanzt wurden. Déliciance unterstützt auch die Strukturierung des Getreideweges «Fonio», einer traditionellen Getreidesorte aus Burkina Faso. 2700 Personen profitieren vor Ort von dieser Initiative.



DUNI AG Halle 1.1, B094

Ein wichtiger Aspekt der Duni-Umweltpolitik ist der verantwortungsvolle Umgang mit den Wäldern. Die Zertifizierung unserer Produkte gemäss FSC (Forest Stewardship Council) Mixed Sources stellt sicher, dass die Wälder, aus denen die Rohstoffe für unsere Papierprodukte stammen, unter Berücksichtigung der sozialen, wirtschaftlichen und ökologischen Bedürfnisse heutiger sowie zukünftiger Generationen bewirtschaftet werden.



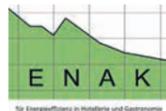
Egro Suisse AG / Rancilio Group Spa Halle 1.1, B114

Die Rancilio-Gruppe engagiert sich für die Zukunft unseres Planeten durch verantwortungsvolle Bewirtschaftung der natürlichen Ressourcen, Anwendung eines Produktionssystems mit geringem Energiebedarf und Einsatz von alternativen Energiequellen. Seit den 70er-Jahren sind erhebliche Fortschritte und Investitionen im Umweltbereich gemacht worden, wie zum Beispiel der Erwerb des UNI EN ISO 14001:2004 Zertifikats und der Bau einer Fotovoltaik-Anlage (8000 m²), die das Dach der Produktionsanlage bedeckt.



Energieeffizienz – «powered by ENAK» Halle 1.0, A120

Seit 20 Jahren steht die ENAK für die Energieeffizienz ein! 3 ENAK Igeho Schwerpunkte: **1. Der Kubus ENAK:** Datenmessungen, Energieverbräuche und Vergleiche, alles mit der Online-ENAK-Tech-Software dargestellt. **2. Der Kubus Best practice:** Massnahmen und Resultate. SV Group als ENAK-Mitglied stellt umgesetzte Energiemassnahmen vor. **3. Der Kubus Lernstrecke Energieeffizienz:** Die Grossküche mit den «energetischen Zonen», zu jeder Zone entsprechende Massnahmen. Wir dokumentieren am Stand A120 in Halle 1.0 Energieeffizienz – Wettbewerb beachten!



Fairtrade Max Havelaar Halle 1.2, B095

Die Vision von Fairtrade ist eine Welt mit sicheren und nachhaltigen Lebensumständen für alle Produzenten, damit diese ihr Potential ausschöpfen und selber über ihre Zukunft entscheiden können. Unsere Mission ist es, benachteiligte Produzenten und Konsumenten zusammenzubringen, fairere Handelsbedingungen zu fördern und die Produzenten darin zu unterstützen, Armut zu bekämpfen, ihre Position zu stärken und ihr Leben selbst in die Hand zu nehmen. Durch eine nachhaltige Gastronomie unterstützen Sie als Gastronom die Kleinproduzenten.



Hartmann Tresore Schweiz AG Halle 1.1, B052

Die HARTMANN TRESORE Schweiz AG gehört zu den führenden Anbietern von Hoteltresoren und Minibars in Europa. Auf der Igeho präsentiert das Unternehmen u.a. seine energiesparenden und umweltfreundlichen Minibars. Mit Energieeffizienzklasse A+ verfügen sie über die beste Klassifizierung, die es derzeit für Minibars gibt! Ausserdem sind die Modelle mit moderner Peltierkühlung 100% geräuschlos und bieten dem Gast lautlosen Komfort. Eine ökologische Entsorgung ist selbstverständlich auch vorgesehen.



HUG AG Halle 1.2, B038

Natürlich · Ehrlich! Mit dem HUG Familienversprechen «natürlich und ehrlich» erklären Andreas und Werner Hug mit ihren Unterschriften in Form eines Garantiesiegels ihre Absicht, den bisher schon bewusst gepflegten Umgang mit den Rohstoffen weiter zu verstärken. Ab 2014 werden nur UTZ-zertifizierte Kakao-Produkte eingesetzt. HUG hat zudem als eines der ersten Schweizer Backwaren-Unternehmen konsequent auf RSPO «segregated» Palmfett umgestellt und wurde dafür vom WWF ausgezeichnet.



Kältering AG Halle 1.0, B114

Die Reduktion von CO₂-Emissionen durch Kälteanlagen und Kühlgeräte ist seit vielen Jahren ein zentrales Anliegen des Schweizerischen Kälterings. Daher erweitert er laufend sein Angebot an Geräten und Anlagen mit natürlichen Kältemitteln, welche ein minimales Treibhauspotential aufweisen und gleichzeitig sehr energieeffiziente Kältekonzepte zulassen. Eigene Entwicklungsarbeit und die intensive Zusammenarbeit mit Herstellern und Verbänden führen zu wirtschaftlich hochinteressanten Kundenlösungen.



Pacovis AG Halle 1.2, C090

naturesse-Produkte werden weitreichend den Nachhaltigkeitsanforderungen gerecht. Aktuelle und zukünftige Themen wie Ressourcenschonung und CO₂-Reduktion führen dazu, dass die Verwertung von nachwachsenden Roh- und Reststoffen aus der Agrarwirtschaft stark an Bedeutung gewinnt. Gefordert sind Produkte mit hoher Funktionalität und attraktivem Design, die sich in der Praxis bewährt haben. Unter der Marke naturesse® bietet Pacovis AG vielseitige Lösungen aus Zuckerrohrfaser, Palmblatt, Zellulose und PLA.



Remas AG Recyclingmaschinen Halle 1.0, B146

Remas bietet eine Gesamtlösung für eine optimale Abfallbewirtschaftung aus einer Hand ohne Investitionen. Durch eine Volumenreduktion am Anfallort ist es möglich, alle Wertstoffe und Abfälle in einer Abholung zu entsorgen und damit auch die Abholzyklen drastisch zu reduzieren, was den CO₂-Ausstoss minimiert und die Hygiene steigert. Dazu gibt es für bestimmte Wertstoffe wie u.a. Bioabfall, Glas und Karton entsprechende Vergütungen.



Saviva AG Halle 1.2, B068

Die Welt von morgen gestalten wir heute. Saviva baut auf die drei Säulen Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft. Nachhaltigkeit verknüpfen wir mit Zielen und verwirklichen Massnahmen für eine nachhaltige Wertschöpfungskette – vom Rohstoffanbau bis zum Produktrecycling. Scana erlangte 2013 den Green Logistics Award. Der Umbau im CCA-Markt Spreitenbach zeigt auf, dass nachhaltiges Bauen viel bewirken kann. Pro Jahr bedeutet das eine Reduktion um 300 Tonnen CO₂, 45 000 Liter Heizöl sowie 32 000 kWh Strom.



Schweizer Salinen AG Halle 1.1, C141

Unser Salz ist nachhaltig. Wir sind stolz auf unser Produkt, das im Einklang mit Natur und Mensch gewonnen wird. Unseren gesamten Energiebedarf decken wir durch die Produktion unseres Flusskraftwerks. Climatop – Basierend auf einer umfassenden Ökobilanz wurde das Sel des Alpes 1kg und 500g zum CO₂-Champion ausgezeichnet, was die Konsumenten sehr schätzen.



Urimat Schweiz AG Halle 1.0, D151

URIMAT gehört zu den führenden Produzenten von umweltschonenden Produkten im Sanitärbereich. Als Marktführer hat sich URIMAT der ökologischen Nachhaltigkeit verschrieben. Bei der Wahl unserer Partner achten wir auf CO₂-neutrale Produktion und ethische Werte. Unser stetiges Streben nach neuen Lösungen zum Schutz der Ressource Wasser wurde in den letzten Jahren durch Auszeichnung zahlreicher internationaler renommierter Umweltstandards und Zertifizierungen bestätigt.



Neuheiten der Igeho 2015

Agisi SA
Alpeor



Alpeor Kosmetik ist nun auch für Hotelgäste verfügbar: designed um bei einem anspruchsvollen Publikum Anklang zu finden. Die Alpeor guest amenities werden ihren Platz in aussergewöhnlichen Hotels und angesehenen Liegenschaften, welche sich durch gewisse Details abheben, finden.



Halle 1.1, E088

Alpiq InTec
Management AG
GridSense



GridSense ist die intelligente Technologie der Zukunft auf dem Weg zur Energiewende. Sie steuert Strombezüger wie Wärmepumpen, Boiler, Ladestationen für Elektrofahrzeuge oder Batterien und PV-Anlagen dezentral und völlig autonom. GridSense stabilisiert das Stromnetz und spart Stromkosten ein.



Halle 1.0, A132

Alto-Shaam
(Switzerland)
THE NEW CITROCASA
REVOLUTION



Jahrzehntelange Erfahrung in Fruchtsaftpressen komprimiert auf 24cm. Die Citrocasa Revolution überzeugt mit einzigartigen Innovationen, bester Technik und exklusivem Design. 100% frisch gepresster Orangensaft bei minimalem Reinigungs- und Bedienungsaufwand auf kleinstem Platzbedarf.



Halle 1.0, A116

Bonflam Flammkuchen
Flammkuchen-Boden
Brauer Art
(aus Roggenmehl)



Speziell für Bierliebhaber ist der Flammkuchenboden «Brauer Art» eine neue Geschmacksvariante. Roggenmehl und Malz sind die beiden Extra-Zutaten, die dem nach traditionellem Verfahren und Rezeptur hergestellten Flammkuchen-Boden «Brauer Art» den einmalig herzhaft-malzigen Geschmack verleihen.



Halle 1.0, D112

BRAGARD SUISSE AG
Jacke COLLINS



Elegant und perfekt von der Küche bis zum Speisesaal: die Chef-Hemdjacke COLLINS in schwarz mit orangem Besatz am Kragen, an der Knopfleiste und an den Ärmelaufschlägen.



Halle 1.1, D093

BRITA Wasser-Filter-
Systeme AG
BRITA Vivreau Bottler



Der Bottler für die Gastronomie, ein einzigartiges Wasser-Ausschank-Konzept von BRITA Vivreau Bottler, nachhaltig, mit hauseigenem Wasser in formschönen Designerflaschen; gefiltert und gekühlt, gesprudelt oder still serviert. Jeder Wasserwunsch wird erfüllt.



Halle 1.1, C106

Amici Caffè AG
X9 Iperespresso



Die elliptische Form der X9 macht diese neue Kaffeemaschine zu einem platzsparenden und doch eleganten Objekt, das sich perfekt in Hotelzimmer und Küchen integriert. Aus verchromtem Aluminium mit zwei programmierbaren Ausgabebelägen, automatischem Kapselauswurf und höhenverstellbarem Tassengitter.



Halle 1.1, C110

Bartscher AG
Kombidämpfer UNOX
ChefTop MIND.Maps



Mit den neuen Kombidämpfern ChefTop MIND.Maps hat Unox Geräte mit bestechender Funktionalität entwickelt, welche Ihnen den Arbeitsalltag erleichtern und gleichzeitig helfen, Zeit und Geld zu sparen.



Halle 1.0, D120

Beer Grill AG
Beer Hot & Cold Rack



Mit den neu entwickelten Hot & Cold Racks bietet Ihnen Beer Grill die beste Präsentationsmöglichkeit zur Förderung der Lebensmittel-Impulsverkäufe von warmen oder gekühlten Produkten. Mit ihrer hochwertigen und edlen Verarbeitung lassen sich die Racks in jedes beliebige Verkaufskonzept integrieren.



Halle 1.0, D132

BWT Aqua AG
BWT bestmax BALANCE



BWT bestmax BALANCE ist ein völlig neuartiges Filtersystem, speziell design für den Bereich Vending sowie Kaffee und Kaffeespezialitäten. Von führenden Kaffeexperten empfohlen, befreit dieser Filter Rohwasser von allen störenden Stoffen und verwandelt es in ein extra-pures Medium.



Halle 1.1, C120

CAFÉAU AG
SHOTMASTER



Der SHOTMASTER produziert bis zu vier hochwertige Kaffeespezialitäten gleichzeitig. Bestens geeignet für Kunden mit höchsten Qualitätsansprüchen, einer hohen Bezugsfrequenz und/oder eingeschränkten Platzverhältnissen. Der Shotmaster setzt weltweit neue Massstäbe.



Halle 1.1, E135

Caffè Chicco d'Oro
WarmUp – Espresso
Black Sugar Free



Fest auf den Punkt mit dem Hinweis «PRESS HERE TO ACTIVATE» drücken, bis Sie merken, dass die innere Kapsel bricht. Für 60 Sekunden gut schütteln. Den Deckel gegen den Uhrzeigersinn öffnen. Das Getränk ist bereit, vorsichtig trinken, damit Sie sich nicht verbrennen.



Halle 1.2, C088

Berndorf Luzern AG
Bauscher Purity



Purity eröffnet eine neue Klasse von Porzellan. Den Unterschied macht das neuartige Material «Noble China». Ihm verdankt die revolutionäre Bauscher-Entwicklung ihre Zartheit. Dabei gelingt es den Experten, optische Anmut mit einer Kantenschlagfestigkeit zu verbinden, die neue Standards setzt.



Halle 1.1, D078

billerbeck Schweiz AG
Pilatus – Daunenduvet –
billerbeck proguest



Anschmiegsames Daunenduvet in bewährter Qualität, gefüllt mit erlesenen Daunen. Inhalt gleichmässig verteilt in abgesteppten Caros, die das Verrutschen der Füllung verhindern. Waschbar bis 60°C.



Halle 1.1, C028

Blanco Professional
GmbH + CO KG, Catering
BLANCO Tablett-
Abräumwagen TAW



Damit der Geschirr-Rücktransport auch hektische Stosszeiten übersteht, werden TAWs von BLANCO Professional aus hochwertigem Edelstahl verarbeitet. Für einen schicken Anblick sorgt die Verkleidung. Sie ist abnehmbar – das erleichtert die Reinigung und erhöht die Flexibilität beim Einsatz.



Halle 1.0, C108

Cafina AG
Melitta® Cafina® XT4



Für den Einstieg in die Profiklasse: die Melitta® Cafina® XT4 im schlanken Design der neuen Vollautomaten-Generation. Die Edelstahl-Brühgruppe ermöglicht einen verschleissfreien Betrieb, einen erhöhten Kolben-Anpressdruck für Espresso- und Kaffee-Spezialitäten. Alle Informationen finden Sie am Stand.



Halle 1.1, D102

CECCHETTO Import AG
Kaffee von
CECCHETTO COFFEE
EXCELLENCE



Um dem Schweizer Gaumen ein vollendetes Genussmoment zu bieten, setzen wir auf Innovation, qualitativ einwandfreie Rohstoffe und Service. Echter italienischer Kaffeegenuss für Schweizer Ansprüche – dafür geben wir von CECCHETTO Import AG jeden Tag unser Bestes.



Halle 1.1, C103

Concept & Styling
Besteckpoliermaschinen
der C&S – Rösler Serie



In Zusammenarbeit mit der Firma Rösler, dem führenden Hersteller industrieller Gleitschleiftechnik, haben wir diese Top-Produkte unter den Besteck-Poliermaschinen entwickelt. Jahrelange Erfahrung beider Unternehmen vereint, haben zu diesen innovativen Produkten geführt.



Halle 1.0, D142

Michel

Kompetenter Partner im Offenausschank



Wir messen es. **testo**

Auch über den ausgesuchten Fachhandelspartner erhältlich.

Jeder Tropfen ist kostbar.

Das neue testo 270: Frittierölqualität sicherstellen, Kosten sparen.

- Intuitiv: Eindeutige Alarmierung über beleuchtetes Display
- Sicher: Ergonomisches Design für einfacheres Arbeiten
- Robust: Unter fließendem Wasser abwaschbar (IP 65)

Mehr als nur versichert.

Hier zahlt sich Ihr Vertrauen aus. Sie profitieren zusammen mit 20'000 Betrieben und 160'000 Versicherten von effizienten und kostengünstigen Abläufen.



Besuchen Sie uns am Stand A090, Halle 1.0

www.testo.ch/de/270

Daily Food GmbH
Hickory Smoked Barbeque Sauce
Cottage Delight



Delica
Café Royal



ebro Electronic GmbH
Temperatur-Datenlogger EBI-300



Die beliebteste Barbeque- und Steak-sauce für das ganze Jahr von Cottage Delight. Die Sauce hat eine angenehme, leicht rauchige Note und eignet sich für Fleisch und Geflügel.

Café Royal ist die ambitionierte Kaffeemarke, die den Kaffeegenuss durch laufende Innovationen immer wieder neu erfindet. Das aktuelle Produkteportfolio für die Gastronomie besteht aus kompatiblen Kaffeekapseln, Bohnen sowie Eiskaffee.

Datenaufzeichnung und direkte Ableseung einfach gemacht mit der ebro-Datenloggerserie EBI-300. Mit den EBI-300 können einfach, schnell und lückenlos Temperatur oder Feuchte-Temperatur aufgezeichnet werden. Selbstverständlich können die Werte auch direkt ab dem Display abgelesen werden.



Halle 1.1, C144



Halle 1.2, B068



Halle 1.0, B144

eggenschwiler
tiefgekühlt und mehr
Stocker's Degusta,
Terrinen aus der Region



Egro Suisse AG
Rancilio Group Spa
Neues Optionenpaket
für die Egro ONE XP NMS



EIPRO-Vermarktung
GmbH & Co. KG
5 frische Teige fix & fertig



Terrinen aus der Region, von Hand gefertigt für anspruchsvolle Festangebote. Terrine vom geräucherten Stör, Murten-Fisch-Terrine, Tofu Terrine (vegan).

Der kompakteste und leistungsfähigste professionelle Kaffeefullautomat auf dem Markt gewinnt weiter an Attraktivität. Die Egro Suisse präsentiert ein neues Optionenpaket, welches im Egro LAB in Dottikon entwickelt wurde. Kreativität und Produktivität steigern dank dem neuen Egro ONE XP NMS Optionenpaket – für beste Kaffeequalität in der Tasse.

Neu, innovativ und exklusiv von EIPRO Eifix Frische Teige – fix & fertig. Neu und nur von EIPRO gibt es fix & fertige frische Teige für Waffeln, Crêpes & Co. Kein Wiegen, kein Mischen, kein Rühren. Einfach, schnell und absolut gelingsicher. Eifix Frische Teige – das ist High-Convenience in Bestform.



Halle 1.2, B032



Halle 1.1, B114



Halle 1.2, C014

EJS Verpackungen AG
Culidish



Elsa-Mifroma
Service Culinaire
Schlagrahm ohne
Zuckerzusatz 250 ml



El Sol AG
Ocho Reales Ale



Culidish ist ein neues Verpackungskonzept, das speziell für die gleichzeitige Erwärmung mehrerer Mahlzeit-Komponenten in der Mikrowelle entwickelt wurde. Weitere Informationen finden Sie auf unserem Online-Eintrag unter der Firma EJS Verpackungen AG.

Der COOH Vollrahm in der Dose ist ideal für alle Desserts und Patisserie-Gestaltungen. Ebenfalls ist er sehr gut für die ganze Küche, wie z.B. Verfeinerung der Saucen und Suppen, geeignet. Das Design der Dose ist sympathisch und gefällt allen Gourmands!

Ocho Reales Ale ist ein glutenfreies, mexikanisches Craft-Bier, gebraut nach deutschem Reinheitsgebot von 1516. Die kleine, unabhängige Brauerei Ocho Reales in Monterrey im Norden von Mexiko steht für Tradition und Geschichte.



Halle 1.1, B118



Halle 1.2, C073



Halle 1.2, C083



Die Kraft der Natur

RAMSEIER steht für
 ✓ Schweizer Obst
 ✓ 100% natürlich
 ✓ ohne Zuckerzusatz



natürlicher Hochgenuss

EPS AG
EPS Padkassenlösung

EPS GALANT SOFTWARE, die ultimative EPS-Pad-Kassenlösung mit dem ganzen Funktionsumfang einer vernetzten Kasse auf dem Tablet. Dank höchstem Bedienkomfort ist die Software intuitiv und einfach zu bedienen. Überzeugen Sie sich selbst!

IEPS
 ELECTRONIC PAY SYSTEMS
 Halle 1.0, E031

ITW European
 Cooking Solutions
Bonnet Precipan/
Compact Kitchen

Die innovativen Ideen von BONNET optimieren Ihre Küche von heute und morgen. Als einziger Hersteller auf dem Markt bieten wir Ihnen ein umfassendes und leistungsfähiges Küchenensemble.

Food Equipment Group
 Europe Cooking Solutions
 Halle 1.0, A114

Fresh Drink AG
SLUUPS

FRUCHTGENUSS IN FLASCHENFORM. In sluups stecken frische Früchte, oder solche, die saisonal bei perfektem Reifegrad geerntet und tiefgefroren werden. So hat jede Frucht die jeweils optimale Qualität. Dank Pascalisation ist sluups ohne Hitzebehandlung oder Zusatzstoffe erst noch länger haltbar.

FRESH DRINK
 Halle 1.2, B004

ERME AG
T3P

Erme Vakuum-Verpackungsmaschine/Modell T3P ist eine leistungsstarke Vakuum-Verpackungsmaschine, das unschlagbare Gerät für den professionellen Gastroeinsatz. Gefertigt aus einer hochwertigen Chrom-Nickelstahllegierung. «Swiss made». Einzigartige Mikroprozessorsteuerung der neusten Generation.

ERME
 SWISS VACUUM SOLUTIONS
 Halle 1.0, C128

Florin AG
Schweizer HOLL-Rapsöl

Aus natürlicher Saatenzüchtung. Auch bei hohen Temperaturen stabil. Praktisch keine Transfettsäuren. Erstklassige Qualität zum guten Preis.

Florin
 SWITZERLAND
 Halle 1.2, C022

Frigonorm AG
Einbaukühlmöbel

Neue energiesparende Isoliergläser, energiesparende LED Beleuchtung unter jedem Auslagetablear, Kühlmaschine mit neuester Kompressortechnologie mit effektiver Lärmverkleidung.

FRIGONORM
 Halle 1.0, C142

EuroCave –
die Weinkeller für überall
WineBar 8.0 by EuroCave:
Offenausschanksystem
für bis zu 14 Flaschen

Mit der WineBar kann man 14 Weinflaschen perfekt gekühlt lagern. Dank des neuentwickelten Sauerstoffabsaugsystems werden die Aromen der Weine bewahrt, so dass die geöffneten Flaschen bis zu 10 Tage geschützt werden. Das edle Design und 50 LED-Beleuchtungsnancen setzen die Flaschen perfekt in Szene!

EUROCAVE
 Die Weinkeller für überall
 Halle 1.1, D136

Franke
Kaffeemaschinen AG
A600

Die neu entwickelte A600 sorgt mit ausgeklügelter Schweizer Technik für individuelle Getränkezubereitung von höchster Qualität. Der intuitiv bedienbare Touchscreen eröffnet neue Dimensionen der Interaktion mit Kunden und Servicepersonal und sorgt für einen effizienten Getränkeservice.

FRANKE
 Halle 1.1, D114

FRIMA International AG
FRIMA präsentiert
«Dynamic»

FRIMA hat sein einzigartiges Heizsystem weiterentwickelt und bietet jetzt auch Kunden, deren Installationsgegebenheiten in Bezug auf verfügbare Anschlusswerte begrenzt sind, die Möglichkeit, das VarioCooking Center® ohne Abstriche zum Einsatz zu bringen.

FRIMA
 Halle 1.0, C140

FROMITA SA
La Tradizionale Piadina



Piadina ist ein dünnes italienisches Fladenbrot.

Gastroimpuls –
Hunkeler Gastro AG
Figgjo Base Porzellan



«Bistronomie» umschreibt den neuen Trend zu qualitativollen Speisen, aufgetischt in lockerer, ungezwungener Atmosphäre. Eine Mischung aus Bistro, Brasserie und gehobener Gastronomie. Die Serie BASE von Figgjo ist für diese trendige «Bistronomie» wie geschaffen. Unzählige Kombinationen sind möglich.

GastroPfaff AG
Trüffel –
gefriergetrocknet



Trüffel – gefriergetrocknet.

Hauser Gastro AG
FüürCHuchi



Unsere neueste Entwicklung: Das komplett aus CNS gefertigte FüürCHuchi-Kochsystem wird genau nach Ihren Vorstellungen hergestellt. Smoker, Grill, Kochherd, Backofen und Wärmeschrank, der FüürCHuchi lässt keine Wünsche offen. Ob privat oder Gastronom, verwöhnen Sie mit einem Niedertemperatur gegarten Braten oder schnell aufgelegten Würsten.

HAWIS AG
Damenkochjacke
«LARISSA» mit
Druckknöpfen



Kochjacke für Damen in körpernaher Passform; Brustabnäher, Flankennähte vorn und hinten; Ärmelmanschetten mit Schlitz; aufgesetzte, angeschrägte Brusttasche links, mit Stiftpatch; einreihige 5-Knopf-Jacke mit Druckknöpfen; industriewäschetauglich.

HIESTAND SCHWEIZ AG
HIESTAND



Die HIESTAND SCHWEIZ AG und die MARCEL KÖPFLI AG bündeln per 1.1.2016 ihre Kompetenzen im neuen Unternehmen ARYZTA Food Solutions Schweiz AG. Schweizweit grösstes Tiefkühl-Backwarensortiment mit 1200 Köstlichkeiten von COUP DE PATES® und HIESTAND – alles aus einer Hand.

FROMITA SA Halle 1.2, C019

GASTRO IMPULS Halle 1.1, D086

GastroPfaff AG Halle 1.2, B007

hauser gastro Halle 1.0, C131

HAWIS Halle 1.1, D019

Hiestand Halle 1.2, A043

Geberit Vertriebs AG
Geberit AquaClean Mera



Mit der Komplettanlage Geberit AquaClean Mera erreicht das Dusch-WC eine neue Stufe des Komforts. Reinigung mit Wasser wird zur Selbstverständlichkeit, weil sich ausgeklügelte Technik und stilvolles Design perfekt ergänzen. Das revolutionäre Dusch-WC wird Sie bei jedem Gebrauch aufs Neue verblüffen.

Gehrig Group AG
Hobart Premax
FTPi twin-Line
Bandspülmaschine



Zeitgleich zum Reinigen des Spülgutes paralleles Spülen von Tablett möglich! Diese werden im Auslauf der Maschine automatisch gestapelt. Beschleunigter Arbeitsablauf, erhöhte Maschinenkapazität, Senkung der Betriebskosten und Zeiteinsparung bis zu 30%!

G&H Insektenschutz-
gitter GmbH
Neues Feinmaschgewebe
für Insektenschutzgitter



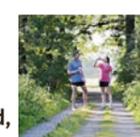
Transpatec-Feinmaschgewebe besticht vor allem durch eine brillante Durchsicht und ist sowohl von innen als auch von aussen betrachtet fast unsichtbar. Die dünnen Fäden von Transpatec reduzieren die Gewebefläche und erhöhen den Lichtdurchlass.

GEBERIT Halle 1.1, C096

GEHRIGGROUP Halle 1.0, A126

G&H Insekten Halle 1.0, C134

Hochschule für Agrar-,
Forst- und Lebensmittel-
wissenschaften HAFI
MSc in Life Science in Food,
Nutrition and Health



Ab Herbst 2015 vermittelt das Masterstudium Food, Nutrition and Health Studierenden die nötigen Kompetenzen in einem zukunftsgerichteten Bereich. Das Studienangebot an der Schnittstelle von Lebensmitteltechnologie und Ernährung und Diätetik ist in der Schweiz und den umliegenden Ländern einzigartig.

HOTELA
HOTELA Full



Ihr Tagesgeschäft ohne Lohnbuchhaltungsstress – dank einem effizienten, einfachen und funktionstüchtigen System. HOTELA Full garantiert eine qualitativ hochwertige und sichere Lohnbuchhaltung und befreit Sie von aufwändigen Verwaltungsaufgaben. Sie gewinnen wertvolle Zeit und sparen Kosten.

hotelleriesuisse
hotelbildung.ch



hotelbildung.ch – Karriere beginnt mit einem Klick! Auf dem neuen Bildungportal hotelbildung.ch von hotelleriesuisse finden Sie branchen anerkannte Aus- und Weiterbildungsangebote in der Hotellerie auf einen Blick. Das Portal vermittelt neue Chancen und garantiert auf jeder Stufe höchste Qualität.

GKM Gewerbekühl-
möbel AG
Die neuen GRAM SUPERIOR
und ECO Modelle



SUPERIOR und ECO – die 5. Generation von GRAM Schränken! Weder das moderne, funktionelle Design noch die besondere Genügsamkeit beim Energiebedarf haben den Preis erhöht.

Gmür AG
Nice Fruit



«Nice Fruit» ist es gelungen eine neue Tiefkühl-Technologie zu entwickeln, welche die Zellstrukturen der Früchte während des Gefrierprozesses nicht verletzt. Vorteile für Sie: jederzeit reife Früchte mit vollem Geschmack; kein Rüstabfall und kein Saftverlust, stückweise entnehmbar; besser kalkulierbar, sind in 3 Stunden aufgetaut; höchste Qualitäts- und Hygienestandards.

GO IN GmbH
Holzstuhl Grand
Bistro GS0920



Die Form des neuen Holzstuhls Grand Bistro GS0920 ist seit den 1950er Jahren zeitgemäss und heute ein Hingucker im feinsten Retro-Design. Erhältlich in verschiedenen Buche-Beiztönen passt er zu klassischen ebenso wie zu modernen Einrichtungsstilen.

Hotelinnovativ AG
GetLeads



Die innovative offline Loyalty Lösung, mit der Sie einfach und schnell neue Kunden anwerben und bestehende Kunden pflegen und binden. Der Kunde scannt den farbigen QR-Code und hinterlegt seine Kontaktdaten. Er kann seinen Gewinn abholen und Sie haben neue Kontakte generiert und Ihren Bekanntheitsgrad gesteigert.

HotelPartner Yield Management
Kostenlose Analyse des Umsatz-
steigerungs-Potenzials Ihres Hotels

Lohnt sich Yield Management für Ihr Hotel? Unsere Kunden erzielen im Schnitt 19% Umsatzsteigerung. Kommen Sie mit Ihren Kennzahlen an den Stand von HotelPartner – wir berechnen vor Ort Ihr Potenzial. MIT GARANTIE: Unsere Prognose ist verbindlich – gerne erstellen wir Ihnen auf dieser Basis ein Angebot.

Hubert Schweiz AG
Getränkespender
«Punch Barrel»



Getränkespender in Optik eines Einmachglases. Der Zapfhahn aus Edelstahl lässt sich komplett abnehmen für eine leichte Reinigung. Masse = Ø 22 x H 36 cm

GKM Halle 1.0, A134

Gmür Halle 1.2, A028/A032

GO IN Halle 1.1, D056

hi hotelinnovativ Halle 1.0, C024

HotelPartner Halle 1.0, D010

HUBERT Halle 1.1, C025

Besuchen Sie uns an der Igeho: Halle 1.2, Stand B070.

Wandern Sie an die Igeho. Wir freuen uns auf Ihren Besuch.



VIZIERBÜHEL

Vom 21. bis 25. November 2015 präsentieren wir in der Halle 1.2 am Stand B070 feine bewährte Dessertkreationen und erfrischend neue Glace-Spezialitäten. Kommen Sie vorbei und überzeugen Sie sich selbst von unseren unwiderstehlichen Neuheiten.

Eine erfrischende Idee besser.
www.igelati.ch



Productos Mexicanos



www.elsol.ch

Ihr Spezialist für mexikanische Lebensmittel und Dekorationsgegenstände

Lachenstrasse 10
4123 Allschwil

Tel: 061 331 93 12
elsol@bluewin.ch

Igeho Halle 1.2
Stand C083

HUGENOBLE Schweizer Kochsysteme AG
Hold-o-mat® 411 – das neue Original des Erfinders!



Als Neuheit stellt Hugentobler den Hold-o-mat 411 vor! Ein zusätzlicher Einschub, unverändert präzise Temperaturregelung, noch einfacheres Handling und besserer Schutz der optionalen Kern-temperatursonde dank magnetischer Verbindung.



Halle 1.0, D104/D106

Hunn Gartenmöbel AG
Lissabon



Die hohe Rückenlehne verleiht dem Sessel beste Sitzkonform und verwandelt Ihren Sitzplatz zu einem Ort der Entspannung und Harmonie. Das Geflecht ist absolut wetterfest und UV-resistent sowie widerstandsfähig.



Halle 1.1, E002/E008

Hupfer Schweiz AG
ISOBOX® Mobil Basic

Nach dem Erfolg der ersten Ausgabe der ISOBOX® Mobil wird nun die neue Modellreihe ISOBOX® Mobil Basic eingeführt. Auf die Möglichkeit, Heiz- oder Kühlmodule anzubringen, wurde bei diesem Modell komplett verzichtet – stattdessen ist diese Version mit einer geschlossenen Rückwand ausgestattet.



Halle 1.0, B110

Innoma GmbH
Innoma Innovationsstand mit Award



Die Innoma GmbH übernimmt das Patronat als Hauptaussteller für den Innovationsstand mit Award. Die Fachbesucher erleben 13 Neuheiten und Innovationen am Messestand und geben ihre Stimme für die innovativste Neuheit. Die Preisverleihung findet um 12.30 Uhr am letzten Igeho Messttag am Stand D150 in Halle 1.0 statt.



Halle 1.0, D150

ipeak Infosystems GmbH
ibexTouch2Go



Die Infos von Ihrem ibexTouch2Go werden dem Gast auf seinem eigenen Gerät zur Verfügung gestellt. Die neue Funktion ersetzt die Hotelmappe auf den Zimmern und informiert den Gast ortsunabhängig über das Hotel und die Region. Der Hotelier kann seine Empfehlungen schnell an Hotelgäste kommunizieren.



Halle 1.0, C011

JOWA AG
JOWA – Genussmomente



Jowa präsentiert auch dieses Jahr wieder feinste Snacks und Backwaren in verführerischen Kompositionen – mit beigefügten Rezept-Ideen sowie Belegungs-Inspirationen. Das saisonale Highlight: die Bio-Wähe, die sowohl süss als auch herzhaft ein wahrer Gaumenschmaus ist.



Halle 1.2, C074

JURA Vertrieb Schweiz AG
GIGA X3c/X3 Professional



Die neue GIGA X3c/X3 Professional zeichnet sich aus durch hohe Kapazität, bis zu 30 individuell programmierbare Kaffeespezialitäten auf Knopfdruck, minimalen Unterhaltsaufwand und das mit zertifizierter TÜV-Hygiene-Garantie.



Halle 1.1, C107

KADI AG
KADI Express Frites



Express Frites sind die neue Innovation von KADI und in nur 90 Sekunden servierbereit. Durch den Einsatz dieses neuen Pommes Frites verdoppeln Sie die Anzahl Portionen pro Stunde ganz ohne Investition in zusätzliches Personal oder Ausrüstung.



Halle 1.2, C046

Kaffee Badilatti & Co. AG
Rist Retro



Unser Jubiläumskaffee «Rist-Retro» besteht zu 100% aus den hochwertigen Kaffeebohnen der Plantagen von «La Bastilla» in Nicaragua. Durch die spezielle mittlere Röstung enthält diese Mischung wenig Säure, ist mild, ausgewogen und nussig im Geschmack. Ab Herbst im edlen 1 kg Goldbeutel erhältlich!



Halle 1.1, D127



Besuchen Sie uns in der Halle 1.2, Stand D 059 und profitieren von unserem attraktiven Messeangebot.





**KELLEREI
ST.GEORG**

*Wir leben
Weinkultur*

Wir freuen uns auf Ihren Besuch
am Stand D 059, Halle 1.2

Kerzenmensch
Schönbächler AG
Holzblöcke



Holz erzeugt immer Ambiente und Wärme. Ob Sie diese Möglichkeit draussen oder drinnen für Ihre Gäste platzieren wollen...??? Wir freuen uns, Sie in einem persönlichen Gespräch zu beraten.



Halle 1.1, F093

KIALOA GmbH
LA MARZOCCO
LINEA MINI



Die Linea Mini ist eine professionelle Haushaltmaschine, designmässig angelehnt an die La Marzocco LINEA, den Klassiker aus den 90-er Jahren – nur mit neuester Technik!



Halle 1.1, D118

Korngold AG
Raviolistempel



Alle Ausstecher sind aus hochwertigen Materialien. Griffe Holz, abschraubbar. Ausstecher Messing. Der Schliff ist schräg angeordnet, so dass zwei Teighälften gleich geschlossen werden.



Halle 1.0, C106

Lateltin AG
CHRütli Schwur



CHRütli Schwur – der einzigartige Schweizer Kräuterliqueur. Sorgfältig auserlesene naturbelassene Schweizer Alpenkräuter bilden die Basis. Kräuter wie Pfefferminze, Thymian, Salbei etc. verleihen dem CHRütli Schwur eine bisher unbekannte Aromen-Harmonie.



Halle 1.1, D149

Leinenweberei Bern AG
Sanoline



Die Sanoline-Kollektion besteht aus optimalen Produkten für das Gesundheitswesen und deren Gastronomie. Von Schutzbezügen über Inkontinenzauflagen bis hin zu Textilien und Bettinhalten für das Bett in der Alterswohnung, dem Spitalzimmer oder Tischwäsche für die verschiedenen Restaurants.



Halle 1.1, D097/D098

LFB SA – Freshoranges
Le P'tit Jorat,
ein echtes Regional-
produkt



P'tit Jorat ist ein 100% Schweizer Produkt und wird in Mont-s-Lausanne aus Gruyère AOP in Handarbeit hergestellt und 10 Monate lang mit Zutaten aus der Region verfeinert. Diese exklusive Spezialität passt zu allen Jahreszeiten und kann mit einem Grün- oder Saisonsalat serviert werden.



Halle 1.2, A069

Marcel Köpfler AG
COUP DE PATES®



Die MARCEL KÖPFLER AG und die HIESTAND SCHWEIZ AG bündeln per 1.1.2016 ihre Kompetenzen im neuen Unternehmen ARYZTA Food Solutions Schweiz AG. Schweizweit grösstes Tiefkühl-Backwarensortiment mit 1200 Köstlichkeiten von COUP DE PATES® und HIESTAND – alles aus einer Hand.



Halle 1.2, A043

Mars Schweiz AG
Uncle Ben's Reis



In der neuen Reismischung «Basmati & Langkorn» von Uncle Ben's trifft der duftende Basmati-Reis aus den Anbaugebieten des Himalayas auf den lockeren und körnigen Langkornreis. Diese Kombination passt zu allen fernöstlichen Gerichten, verleiht aber auch der heimischen Küche eine ganz besondere Note.



Halle 1.2, B098

Mayer & Bosshardt AG
Teck von Pillivuyt



Pillivuyt Porzellan – Die Serie Teck mit dem unregelmässigen Relief eignet sich hervorragend zur Präsentation einer kreativen und innovativen Küche. Seit fast 200 Jahren stellt die Firma Pillivuyt in Frankreich ihr Know-how und Fachwissen in den Dienst der Gastronomie.



Halle 1.1, B082

MIBA Milchprodukte AG
Die Frische von hier.



Die Frische von hier, die feinen MIBA-Produkte, stehen für Qualität und Regionalität. Das garantieren die MIBA-Milchproduzenten aus der Nordwestschweiz. Exklusiv bei MIBA Milchprodukte AG.



Halle 1.2, C005

Minibar Enterprises AG
SmartCube –
Minibar der Zukunft



SmartCube, die fortschrittlichste Minibar der Welt: ein völlig modulares System, mit der fortschrittlichen Infrarot-Sensortechnologie, die über alle gängigen Datenwege kommuniziert. Ihre Vorteile: bis 60% weniger Arbeitskosten, effizientes Check-out für die Gäste, Optimierung des Minibar-Gewinns.



Halle 1.1, C008

Mirus Software AG
Mirus HR 3.0



Mirus HR 3.0 bietet ein konkurrenzloses Unterstützungs-Werkzeug für JEDEN Betrieb und JEDE individuelle Anforderung, um laufend komplexer werdende Vorschriften über alle Abrechnungsmodalitäten bis zur letzten Auswertung/Statistik optimal und zeitsparend zu berücksichtigen.



Halle 1.0, C030

Pacojet AG
Pacojet 2



Entdecken Sie die Magie des «Pacossierens» mit Pacojet 2! Pacojet 2 ist die neue Gerätegeneration, mit der aus einfachen Zubereitungen kulinarische Spitzenleistungen entstehen.



Halle 1.0, C150

Pacovis AG
Menuschalen aus
Zuckerrohr mit
Bio-Laminierung



Menuschalen und Deckel aus nachwachsenden Rohstoffen, kompostierbar und biologisch abbaubar. Schalen durch Bio-Laminierung mit zusätzlichem Schutz (Wasser, Saucen). Für kalte und heisse Menus (lebensmittelecht). Geeignet für Mikrowelle, Backofen und Tiefkühlung.



Halle 1.2, C090

PALUX Aktiengesellschaft
PALUX SousChef –
für die perfekte
Speisenzubereitung!



Garen im Vakuumbbeutel ist mehr denn je gefragt. Mit dem neuen PALUX SousChef in drei Gerätegrößen – GN 2/3, GN 1/1 und GN 2/1 – ist das kein Problem. Damit garen Sie z.B. Fleisch, Fisch, Gemüse und vieles mehr. Herausragend dabei ist die präzise Temperatursteuerung mit +/- 0,05° C des PALUX SousChef.



Halle 1.0, D102

Mister Cool AG
Touche d’Herbes –
exquisite Sorbets
und Glacés



Touche d’Herbes überrascht mit auserlesenen Kräutern, welche in Zusammenarbeit mit dem Kräutlerhaus Zeller Solothurn, Anton Löffel, ausgesucht wurden. Als gastronomischen Beirat durften wir auf die Unterstützung von André Schreiber, Restaurant Bürgisweyerbad in Madiswil, zählen.



Halle 1.2, B032

Mosterei Möhl AG
Swizly Original Swiss Cider



Swizly, ein original Swiss Cider aus klarem Apfelwein mit Holunderblütensirup. Ein bekömmlicher natürlicher Swiss Cider seit 1995, ab jetzt im neuen Design mit bestehenden Werten.



Halle 1.1, D160

Narimpex AG
Nectaflor Honigportionen
17 g «FairTrade»



Dekorative Nectaflor Honigportionen 17 g «FairTrade» in Stick-Form für Frühstücksbüffets oder zum Süssen von Tee oder Müesli. Verpackt im attraktiven Karton mit Dispenserfunktion. Der Honig wurde von uns aus den besten Provenienzen ausgewählt und sorgfältig in der Schweiz verarbeitet.



Halle 1.1, C142

Paul Goop AG
Gschellti Gschwellti



Unser Familienunternehmen kommt mit einer Innovation in der Kartoffelverarbeitung auf den Markt: Als erster Schweizer Betrieb kochen wir die Kartoffeln ungeschält, bevor wir sie weiterverarbeiten. Je nach Zubereitungsart werden die «Gschellte Gschwellte» geraffelt oder in Scheiben geschnitten.



Halle 1.2, C010

Pitec AG
Softemaschine
CARPIGIANI



Die Carpigiani 171P gilt als leistungsstarke, langlebige Maschine für Frozen Joghurt in unübertroffener Eisqualität. Sie ist auch bestens für klassische Softeissorten geeignet.



Halle 1.0, D134/D137

Prochema Baar AG
WetCleaning-
Desinfektion
mit Lanadol ABAC



Lanadol ABAC ist eine schonende und wirksame Desinfektion empfindlicher Textilien bereits ab 20°C. Lanadol ABAC erfüllt die Anforderungen der RAL 992/4 für Bewohnerwäsche und desinfiziert Textilien im Spülprozess entsprechend der EN-Normen 1275, 1276, 1040 und 14476 ohne Persäurebleiche.



Halle 1.0, D125

Novility
Novility HELP



Novility HELP ist ein interaktives Trainingsprogramm, das Ihre Housekeepingmethoden verstärkt. Ihr Personal absolviert in seiner Muttersprache Übungen in Hotelprotokoll, Ergonomie und Sprachkenntnissen, mit sofortiger Bewertung. Führungskräfte erhalten auch einen Überblick der Mitarbeiterleistungen.



Halle 1.0, A024

Oehrli AG
Schaber Trachtenmode
für die Gastronomie –
Dirndl Alisa



Wir sind stolz darauf, als erste die Vertretung des Traditionshauses Schaber aus Immenstadt im Allgäu exklusiv für die Schweiz zu führen. Neben wunderschöner Trachtenmode im traditionellen Stil, finden sich auch moderne und trendige Stücke im Alpin-Look.



Halle 1.1, A058

Oracle Software
(Schweiz) GmbH
Micros Workstation 6
und Oracle Micros Tablets



Oracle Micros Workstation 6.



Halle 1.0, D030

Prodega/Growa/
Transgourmet
Transgourmet
Regionallager am
Standort Winterthur



Mit der Eröffnung des Regionallagers Winterthur im Oktober 2015 sind wir mit 7 Regionallagern und 30 Abholmärkten schweizweit für Sie da. Das neue Regionallager wurde direkt an den bereits bestehenden Growa Abholmärkten gebaut. So erhalten Belieferungskunden aus der Region Winterthur einen Zugriff auf ein noch grösseres Sortiment.



Halle 1.2, A094

Rimuss- und Weinkellerei
Rahm AG
Rimuss Secco – Die stil-
volle Alternative zu
Prosecco und Champagner



RIMUSS Secco ist die stilvolle Alternative zu Prosecco und Champagner – ohne Alkohol. Das Apéro-Getränk enthält nicht nur gespritzten Traubensaft, sondern auch alkoholfreien Wein. Dies verspricht einen herrlich frischen, prickelnden und weniger süßen RIMUSS-Genuss. 100% natürlich. Ohne Alkohol.



Halle 1.1, C168

Riva Constante snc
Feingebäck für Veganer



Raffinierte und leckere Mürbeteigplätzchen und Feingebäck für Veganer. Enthalten keine Zutaten tierischen Ursprungs: Hanf, Bitterschokolade, Kokossplitter, Kokosaroma, Kirschkonfitüre, Mandelsplitter, Vanille- und Kakaoaroma und viele andere.



Halle 1.2, A012

**SCHLECHTE MESSER
SIND FÜR GEMÜSE
DER HORROR.**



Nur der ziehende Schnitt der anliker 5 garantiert, dass Gemüse und Früchte nicht verletzt werden, länger frisch bleiben und wertvolle Nähr- und Vitalstoffe geschützt werden. Die robuste Küchenhilfe, der Profis seit Jahrzehnten vertrauen, bietet ausserdem als Erste und Einzige Schneidscheiben mit antimikrobieller Wirkung.
www.brunner-anliker.com

**BRUNNER
ANLIKER**

swiss + made

Romer's Hausbäckerei AG
Dinkelbrot



Romer's Hausbäckerei hat neu das Dinkelbrot im Sortiment. Verglichen mit Weizen- oder Roggenbrot wird das Dinkelbrot als leicht nussig sowie intensiver und voller im Geschmack empfunden. Es gilt als besonders bekömmlich und trägt zu einer gesunden und ausgewogenen Ernährung bei.



Halle 1.2, A078

RoRo2000 Fritteusen
Friteuse GmbH
**RoRo2000EB
Fritteuse EinBau**



Neu ist die RoRo2000 Fritteuse der neuen Generation als Einbaumodell mit dem Bedienungspanel vorn unten als Standard oder oben auf der Herd- resp. Tischabdeckung erhältlich. Komfortables und übersichtliches Arbeiten finden Sie nur bei der RoRo2000. Alle altbekannten Vorzüge sind identisch.



Halle 1.0, B106

Salto Systems AG
ProAccess SPACE



ProAccess SPACE ist die neu entwickelte Web-basierte Managementsoftware von SALTO. Damit lassen sich sämtliche Türen eines Hotels von einer zentralen Stelle aus verwalten. Das System ist mit Hotel- und PMS-Systemen kompatibel und verfügt über Schnittstellen zu Kassensystemen.



Halle 1.0, E023

Schaerer AG
**Best Foam für Schaerer
Coffee Art Plus**



Das revolutionäre, patentierte Milchsystem Best Foam liefert ausgezeichnete Milchschaumqualität auf Barista-Niveau. Vorzüglicher Cappuccino mit typisch dunklem Espresso-Rand – mit dem besonders «milchig-cremigen» Geschmack sowie der perfekten Symbiose aus Milchschaum und Crema.



Halle 1.1, E131

Schweizer Salinen AG
**SelMondo®
Atacama Wüstensalz
aus Chile**



Das erlesene Wüstensalz aus der etwa 15 Millionen Jahre alten Atacama Wüste in Chile, einer der trockensten Landschaften der Erde, ist wohlschmeckend, empfiehlt sich hervorragend zu allen Speisen und zur natriumreduzierten Ernährung der Initiative «action santé» des Bundesamtes für Gesundheit.



Halle 1.1, C141

SecuSuisse AG
**Hotelgarnitur:
Kaba Confidant RFID mit
FDU oder ATLAS/Offline**



Zukünftig werden Hotelschlösser mit dem Mobiltelefon geöffnet. Secusuisse präsentiert an der Igeho das neue Kaba App für BLE-Schlösser (BluetoothLow-Energy).



Halle 1.0, C021

RutishauserBarossa-
Welt der Weine
Schwarz Blauer



Aus speziell selektionierten Pinot Noir Trauben der Ostschweiz. Der Wein wurde nach dem Ripasso Verfahren hergestellt. Gereift in älteren Barriquefässern. Eine Selektion von Pinot Noir, vergoren in Ständen und von Hand gestöselt. Gereift in französischen Barriques, besticht dieser Wein durch eine vielschichtige Nase.



Halle 1.1, C153

Schmalz Distributions-
Systeme AG
Gastro Rondo



Die Familientischschüssel aus CNS in GN Grösse mit den Eigenschaften einer Pfanne. Zum Kochen auf allen Kochplatten oder Regenerieren und anschliessenden Warmhalten dank Speicherboden. Aussenmasse passend für GN-1/1 Einschubmass. Zum auf den Tisch stellen, für einfache und unkomplizierte Abläufe.



Halle 1.0, B120

SEGAFREDO ZANETTI
**Espresso One
Kapselmaschine**



Das neueste Modell von Segafredo bietet Ihnen zeitlos elegantes Gerätedesign mit der neuesten Technologie und Einfachheit in der Anwendung. Das Kapsel-system garantiert dieselbe Qualität und Geschwindigkeit wie eine Profimaschine und das zu einem unverwechselbaren Preis.



Halle 1.1, D130

gastronomia

13. - 16. November 2016 | Lausanne | www.gastronomia.ch
Westschweizer Fachmesse für Hotellerie und Gastronomie

100 JAHRE
ZUKUNFT

M
.CH

NEUHEITEN



IHRE WESTSCHWEIZER FACHMESSE
Treffen Sie die Akteure der HORECA
in einzigartigem Ambiente

Smixin AG
Smixin Händewaschstationen



Smixin präsentiert zum ersten Mal ihre all-in-one Händewaschstationen in der Schweiz. Diese wurden speziell für die Gastronomie konzipiert um den Komfort der Gäste zu verbessern. Mit einem minimalen Wasser- und Seifenverbrauch können sich Ihre Kunde bequem vor und nach dem Essen die Hände waschen.



Halle 1.1, B020

Stuhl und Tisch
Hotel Restaurant



Verschiedene Kollektionen, die modern im Design sowie ergonomisch optimal durchdacht und hervorragend bequem sind, verleiten zum lange sitzen. Die Kollektionen bestehen aus Stühlen, Sesseln, Barhockern, Loungesesseln und Sofas. Schaffen Sie ein Ambiente des Wohlbefindens mit Stühlen von Stuhl und Tisch.



Halle 1.1, D052

Textilwerke AG TWB
2-Leo



Eine Geschichte – unzählige Varianten! Ob Sie sich für eine Farbe mit Mustermix entscheiden – oder ein Muster in mehreren Farben bevorzugen, mit dieser Bettwäsche lässt sich jeder Wunsch erfüllen. Stellen Sie ihre eigene Bettwäsche zusammen und setzen Sie Ihre Zimmer optimal ins Licht.



Halle 1.1, A094

Sola Switzerland AG
Sola-Degustator



Verändern Form und Oberfläche des Bestecks die Geschmackswahrnehmung? Neuentwickelte Degustier-Besteckserie, basiert auf wissenschaftlicher «Theorie der sinnlichen Stimulation»: neue Geschmacksexperimente; verstärkt Ihre Sinneseindrücke; ungeahnte Kombinationen entdecken; völlig neue Art der Wahrnehmung.



Halle 1.1, A090

TCPOS SA
Mobile Dashboard



Mit dem Mobile Dashboard erweitert TCPOS die Management-Reporting-Funktionen seiner Software um eine Lösung, die jederzeit und überall die wichtigsten betrieblichen Informationen auf dem Smartphone und anderen mobilen Geräten anzeigt.



Halle 1.0, E011

TopCC AG
Mascaro Angus Beef



Hochwertiges Rindfleisch von Aberdeen Angus Rindern. Die natürliche, ökologische Fütterung und artgerechte Haltung, das ideale Schlachtalter sowie die folgende Trockenreifung sorgen für höchste und gleichbleibende Qualität. TopCC führt dieses Fleisch zeitweise im Sortiment.



Halle 1.2, C018

Steinfels Swiss
MayaSmart Tex



MayaSmartTex ist das ökologische Flüssigdosiersystem im Textilwaschen, für Betriebe mit kleineren bis mittleren Wäschevolumen. Mit nur 4 ökologischen Flüssigprodukten, in Kombination mit der intelligenten Dosiertechnik, bewältigen Sie künftig Ihr gesamtes Wäschevolumen auf Knopfdruck.



Halle 1.0, C120

Testo AG
testo Saveris 2



Feuchte- und Temperaturüberwachung mit testo Saveris 2. Einfach: Messung von Temperatur und Feuchte mittels Funk-Datenlogger. Sicher: Speicherung der Messwerte in den Datenloggern und online in der Testo-Cloud. Flexibel: Ständige Verfügbarkeit der Messwerte auf Smartphone, Tablet oder PC.



Halle 1.0, C127

Vac-Star AG
CSC SOUS-VIDE
THERMOSTAT



Einhängethermostat der neusten Generation mit leistungsstarker Pumpe. Intuitiver Touch-Screen, übersichtlich und einfach zu bedienen. Stufenlos verstellbarer Handgriff mit Schnellfixierung, zum Patent angemeldet. Swiss Engineering, 100% Made in EU!



Halle 1.0, D113

Verbände



Medienpartner



Valentine Fabrique S.A.
EVOLUTION Friteusen



Friteusen mit tiefgezogenem Edelstahl-Ölbad aus einem Stück, ohne Schweissnähte, mit gerundeten Ecken, leicht zu reinigen. Energieersparnis und mehr Leistungsfähigkeit dank der Vorrichtung zum Programmieren der Leistung.



Halle 1.0, C115

Vassalli Service AG
Vollautomat S-30



Der neueste Vollautomat S-30 von La Cimbali überzeugt mit einem schlichten Design inkl. einem 10,4" Display mit Touchscreen, auf welchem 24 Produkte programmiert und intuitiv bedient werden können. Der perfekte Vollautomat für jeden Anspruch.



Halle 1.1, A102

Vectron Systems AG
Vectron MobileApp



Die neue MobileApp von Vectron ist so übersichtlich und lässt sich so einfach bedienen, dass Bediener innerhalb weniger Minuten mit allen Funktionen vertraut sind. Gleichzeitig bietet sie allen Komfort, der beim mobilen Kassieren benötigt wird. Sie steht als iOS- und Android-Version zur Verfügung.



Halle 1.1, B106

Vendomat AG
Vintage Style
Kasse GASTROFIX



Vorhang auf für den einmaligen, exklusiven Eyecatcher in Ihrem Geschäft. Die moderne iPad-Kasse GASTROFIX, eingebaut in original Kassen aus den 1920er Jahren. Jedes Modell ist in Handarbeit neu aufgewertet und einzigartig im Auftritt. Exklusive Schweizer Premiere an der Igeho 2015.



Halle 1.1, C126

Victor Meyer
Hotelbedarf AG
Schönwald Allure



ALLURE ummantelt edle Speisekompositionen mit einem Hauch von Porzellan. Seine aussergewöhnliche Feinheit verdankt das zarte Porzellan der innovativen Hartporzellanmasse Noble China. ALLURE nutzt diese Finesse für ein feinfühliges Design, das die Form mit einer ausdrucksvollen Facettierung verbindet.



Halle 1.1, A096

Villeroy & Boch
Artesano Professionale
und Artesano Barista



Artesano Professionale, die neue Hotelkollektion von Villeroy & Boch, beweist: Es geht auch anders und gibt dem Trend zum bewussten Geniessen eine neue Form.



Halle 1.1, A082

Wäschekrone
GmbH & Co. KG
Zwirnhalbleinen-Damast

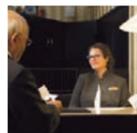


Wäschekrone präsentiert: Tischwäsche für die festliche Tafel. Die Wäschekrone hat ihr Programm um eine Tischwäscheserie aus hochwertigem Zwirnhalbleinen-Damast erweitert. Den edlen Stoff gibt es uni und mit einem filigranen Ranken-Motiv in 10 Farben. Der Leinencharakter entfaltet sich auf das Schönste.



Halle 1.1, B088

wederundgut ag
Bekleidung für Hotels
(Réception und Service)



Bekleidungskonzepte von wederundgut spiegeln ungezwungenen Luxus – erstklassig mit dem gewissen Etwas. Unsere Konzepte umfassen alle Bereiche eines Hotels, ob Réception, Portiers, Service, Housekeeping oder Küche – zum Einsatz kommen erlesene Materialien, elegante Schnitte und Stickereien.



Halle 1.1, D037

WIBERG GmbH
WIBERG Crema di
Aceto Limette-Grüntee



WIBERG Crema di Aceto Limette-Grüntee ist die Antwort auf alle Fragen genussvoller Dekoration. Erfrischend-fruchtig nach Limette, mit einer feinen Grünteernote, eignet sie sich zum Abschmecken pikanter und süsser Speisen und ist ideal zu Fisch, hellem Fleisch sowie Desserts mit Früchten und Quark.



Halle 1.2, C095

Wimo AG
Neueste
Kasack-Kreationen



In der Schweiz produzierte und nach Ihrem Wunsch hergestellte Kasacks.



Halle 1.1, C088

Winterhalter
Gastronom AG
PT ClimatePlus



Mit der neu entwickelten Wärmepumpe ClimatePlus stellt Winterhalter eine herausragende Innovation für die Gastronomie- und Hotellerie-Küchen von morgen vor: DIE ERSTE KLIMAAANLAGE, DIE SPÜLEN KANN. Erleben Sie hautnah ein völlig neues Spülkonzept – besuchen Sie uns in der Halle 1.0, Stand A110.



Halle 1.0, A110

Züger Frischkäse AG
Züger Joghurt assortiert
90 g laktosefrei



Laktosefreie Produkte für die private und professionelle Küche. Im assortierten Karton befinden sich 10 laktosefreie Joghurts in den Geschmacksrichtungen Erdbeere, Aprikose, Waldbeere und Vanille. Die 90g Portionen sind ideal für Spitäler und Altersheime.



Halle 1.2, C027

... weil Qualität zählt!

Besuchen Sie uns an der IGEHO. **Stand D081 Halle 1.1**

Das Kochgeschirr NOSER-INOX geniesst seit über 60 Jahren einen hervorragenden Ruf. Es werden nur die allerbesten Materialien eingesetzt. Ein Schweizer Fabrikat, welches die guten Traditionen von Qualität und durchdachter Funktionalität bis in die heutige Zeit fortsetzt.

NOSER-INOX
Schweizer Produkt. Produit suisse. A Swiss product.

Noser-Inox AG
Badenerstrasse 18 | 5452 Oberrohrdorf
Fon +41 56 496 45 12 | www.noser-inox.com

Neuheiten der Mefa 2015

Bizerba Busch AG
Industry Software BRAIN2



Wir setzen mit der Softwareplattform BRAIN2 Massstäbe in der Produktion: Zentralisierung, Datenaustausch und Sicherheit. Durch den modularen Aufbau passt sich BRAIN2 Ihren Bedürfnissen optimal an.

**BIZERBA
BUSCH**

Halle 1.1, C231

Bruno Gubler AG
Abdrehen HANDTMANN



Abdrehen von Rinderdarm für die Cervelats-Produktion.

BRUNO GUBLER
MASCHINEN FÜR DIE SCHNITTWURSTHERSTELLUNG

Halle 1.1, A220

CSB-System AG
CSB-Image-Meater®



Mit dem CSB-Image-Meater® bieten wir Ihnen die optimale Lösung zur objektiven und transparenten Handelsklasseneinstufung von Schlachtschweinen mit durchgängiger Automatisierung des Klassifizierungsprozesses.



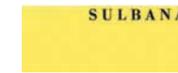
CSB-System

Halle 1.1, C220

Sulbana AG
MANO Vision Typ 23780 –
Benetzungslücken bei
der Händedesinfektion
vermeiden!



Der automatische und patentgeschützte Handdesinfektionsmittelspender bietet eine überwachte Händedesinfektion mittels Kamera. Bei dieser neu entwickelten Anlage prüft die Kamera, ob tatsächlich beide Hände im Erfassungsbereich gehalten werden und ob die Handhaltung optimal für die Desinfektion ist.



Halle 1.1, D210

THOMMEN-FURLER AG
HYPRED – Hygiene- und
Reinigungsmittel für den
Lebensmittelsektor



Die innovative Produktpalette von HYPRED bietet der Kundschaft im Lebensmittelsektor auf den Betrieb abgestimmte Hygienelösungen für Oberflächen aller Art, automatisierte Verfahren wie CIP und Waschmaschinenautomaten für Membran- und Tunnelreinigungen, für Handhygiene und Bodenreinigungen, usw.

THOMMEN FURLER

Halle 1.1, C207

Van Hees AG
VANTASIA® Schlemmer
FIX Mexicaine oGAF



Herzhaft pikanter Geschmack nach fruchtigen Tomaten und grünem und rotem Paprika. Abgerundet mit einer typischen Salsa Note. Lang glänzende, appetitliche Optik für abwechslungsreiche Anwendungen.



Halle 1.1, C201

Flury Schlachttechnik GmbH
RFID-System: Rückver-
folgung, Werkzeug-
tracking, Qualitäts- und
Werkzeugmanagement



Qualität, Sicherheit und Rückverfolgbarkeit von Werkzeugen wie Messern haben gerade in der Lebensmittelindustrie einen hohen Stellenwert. Wichtig ist eine eindeutige Zuordnung zu Personen sowie eine vollständige Rückverfolgbarkeit und lückenlose Überwachung der Werkzeuge im laufenden Betrieb.

Flury
Schlachttechnik GmbH

Halle 1.1, M021

Neumeyer AG
Sausage-Linker.com



Vakuumfüller bereits ab EUR 15990.– Der sausage-linker.com ist optimal für den Übergang vom Kolbenfüller zur modernen Vakuumfüllmaschine. Die Komplettlösung zum Portionieren von Würstchen – einfach zu bedienen und preiswert in der Anschaffung.



Halle 1.1, A200

RAUSCH Packaging
INDIVIDUELL BEDRUCKTE
VERPACKUNGEN –
Der erste Eindruck zählt



Tragetaschen, Kaffeebecher, Servietten, uvm. mit einem individuellen Design unterstreichen die Qualität Ihrer Produkte. Unsere Fachleute erarbeiten mit Ihnen ein individuelles Konzept für Ihre Verpackungen. Sie erhalten von uns einen perfekten Mix aus Material, Form und Funktion in Ihrem Design.



Genuss perfekt verpackt.

Halle 1.1, D201

SalamiTec AG
Rühle – IR29 HighTech-
Pökelausautomat



HighTech-Pökelausautomat der Firma Rühle: Der neuartigste Pökelausautomat am Markt hat vieles zu bieten, was andere Maschinen nicht zu bieten haben. Die Original IR29 ist mitten in unsere Zeit hineinentwickelt, ohne Kompromisse mit alten Technologien eingehen zu müssen.



Halle 1.1, D225

Suhner Abrasive Expert AG
Turbo Trim Suhner
Handstück Safety SHS



Die Handstücke von Suhner sind leicht, wertbeständig und erlauben ein angenehmes und effizientes Arbeiten. Neu sind die Handstücke mit einer Sicherheitsabschaltung versehen. Beim Loslassen des Hebels wird das Ringmesser sofort angehalten.



Halle 1.1, B210

Suhner AG
Suhner Tender-Cut XL



Ein Trennwunder für Natur- und Collagendärme. Keine Handarbeit mehr, der Tender-Cut XL spart Ihnen massiv Zeit. Cipollatas, Bratwürste, Wienerli und vieles mehr können getrennt werden. Es können bis zu 6000kg/Std. verarbeitet werden.



Halle 1.1, D230

AUS PRINZIP EINFACH

DIALOCK SCHLISSSYSTEM: KONZIPIERT FÜR MAXIMALEN KOMFORT.
FÜR IHRE GÄSTE. UND FÜR SIE.

HÄFELE

BESUCHEN SIE
UNS AN
DER IGEHO VOM
21.-25.11.2015
HALLE 1.1 / A 038



Schulthess-Wet-Clean – Die erste Wahl für alle Textilien



Schulthess Wet-Clean reinigt äusserst schonend mit Wasser und umweltfreundlichen Flüssigwaschmitteln:

- Uniformen
- Bettwaren
- Bekleidung
- Schutzbekleidung
- Sitzkissen
- Mikrofaserlappen

Besuchen Sie uns
an der Igeho, Basel
21.11. – 25.11.2015
Halle 1.0, Stand A130

Ökologisch und intelligent,
mit USB-Schnittstelle



Kontaktieren Sie uns, wir beraten Sie gerne!

Schulthess Maschinen AG
CH-8633 Wolfhausen, info@schulthess.ch
Tel. 0844 880 880, www.schulthess.ch



Nehmen Sie Platz...

in Halle 1.2 | Stand C 018

Holen Sie sich
Ihren
Messerabatt



Mit dem Profi, kostensparend zum Erfolg! decorations & more ag . www.deco-more.ch

- Beratung und Ausführung von Dekorationen / Einrichtungen
- aussergewöhnliche Kerzenkollektion in-/outdoor . S-XL
- Anfertigung von Unikaten
- Vermietung von Kerzenständer . Schalen . Ständer
- Eigene Kollektion www.mb-collection.ch
- freischaffende Floristin Marie-Therese Brunner

decorations & more ag . alte Spinnerei . 8877 Murg
www.deco-more.ch . info@deco-more.ch . 076 317 13 05

Impressum

Herausgeber MCH Messe Schweiz (Basel) AG
Postadresse MCH Messe Schweiz (Basel) AG
Igeho
CH-4005 Basel
Telefon +41 58 206 35 04
Telefax +41 58 206 21 88
info@igeho.ch
www.igeho.ch

Projektleitung Corinne Moser, Head Communications Igeho

Redaktion Klarkom AG, Barbara Meier
Gestaltung Querkraft, Manuela von Ow Lienhard
Designhilfe, Carmen Baumgärtner
Anzeigenverkauf Christof Ramseier, Belp
Druck UD Medien AG, Luzern
Auflage 45 000 Exemplare

Redaktionsschluss 01.09.2015

Wiedergabe von Artikeln und Bildern nur mit Genehmigung des Herausgebers.

... und profitieren Sie von der fachkundigen
Beratung unserer TopCC Mitarbeiter am Stand.
Wir freuen uns auf Ihren Besuch.

www.topcc.ch



- Prodega
- △ Growa
- ☞ Transgourmet
- 🐎 Valentin Pontresina



**Holen Sie sich das Beste –
oder lassen Sie es liefern!**
**Prenez le meilleur
ou faites-le vous livrer!**
**Prendetevi il meglio
o lasciatevi rifornire!**

**Testen Sie unseren
neuen Online-Shop
live vor Ort!**
**Testez notre
nouveau magasin en ligne
«live» sur place!**
**Testate dal vivo
il nostro nuovo shop online,
direttamente sul posto!**



Wir freuen uns auf Ihren Besuch in Halle 1.2/Stand A094.
Nous nous réjouissons de votre visite dans la halle 1.2/au stand A094
Siamo lieti di darvi il nostro benvenuto nel padiglione 1.2/allo stand A094.

**PRODEGA
GROWA
TRANS-GOURMET**