

GASTRO journal

DAS FACH- UND VERBANDSMAGAZIN VON GASTROSUISSE FÜR GASTRONOMIE, HOTELLERIE UND TOURISMUS

Pascal Steffen

Der Zweisternechef,
der stets konsequent
seinen Weg geht

Zagg in Luzern

Vorschau auf die
zweitgrösste Gastromesse
der Schweiz



Digitale Ausgabe unterstützt von:

VANILLA DREAM®
IHR LIEFERANT FÜR VANILLE
AUS UGANDA UND MADAGASKAR.
vanilladream.ch

**Digitalisierung
und Social Media**



BWT WasserBar
**Veredeltes Wasser
 direkt an der Theke!**



[bwt.com](https://www.bwt.com)



RETO E. WILD

Chefredaktor | Rédacteur en chef
 reto.wild@gastrojournal.ch

GaultMillau Schweiz 2025: Das Gastgewerbe lebt!

Nun ist er also da: Der Guide GaultMillau Schweiz 2025 mit Adressen von 880 Restaurants, 100 Gourmethotels und 150 Winzern. Interessant ist, dass rund 100 Restaurants der Ausgabe 2024 nicht mehr aufgeführt sind. Chefredaktor Urs Heller spricht von einem «Post-Corona-Effekt», erwähnt aber gleichzeitig, dass sein Testerteam schweizweit rund 100 neue Adressen entdeckt hat. Das Gastgewerbe lebt! Es gibt trotz den Herausforderungen noch immer Gastgeber, die das Glück in dieser faszinierenden Branche suchen – und finden.

Zu ihnen gehört Ines Triebenbacher vom Igniv in Zürich, die dort seit der Eröffnung vor vier Jahren arbeitet und nun den Titel «Gastgeberin des Jahres» tragen darf. Im Gespräch mit dem GastroJournal sagt die 34-Jährige: «Es geht nicht darum, spezielle Servicetechniken zu beherrschen. Das Wichtigste ist, Empathie für andere Menschen zu haben.»

Sie besitze, stapelt sie tief, keine anderen Talente. Sie könne nicht kochen und nur ein bisschen Wein ausschenken. «Aber es ist so schön, dass ich mit meiner Persönlichkeit den Gästen einen tollen Moment bereiten kann. Die Gastronomie ist eine Welt für sich mit einer faszinierenden Community. Wir unterstützen uns», freut sich die Wein- und Champagnerkennerin. Und fügt an: Sie habe geheult, als Marco Campanella, «Koch des Jahres» und mit dem 19. Punkt geadelt, seine Rede hielt. «In meinem Beruf ist jeder Tag neu, jeden Tag kann ich etwas lernen und erhalte sofort ein Feedback. Ich spüre, wie wichtig mein Job ist.» Ihre Begeisterung spricht Bände.

GaultMillau Suisse 2025: L'hôtellerie-restauration est vivante!

Le voici! Le GaultMillau Suisse 2025 contient les adresses de 880 restaurants, 100 hôtels et 150 viticulteurs. Une centaine de restaurants de l'édition 2024 n'y figurent plus. Le rédacteur en chef Urs Heller parle d'un «effet post-Covid», mais souligne que son équipe de testeurs a découvert une centaine de nouvelles adresses. L'hôtellerie-restauration est vivante! Malgré les défis, il y a encore des hôtes qui cherchent – et trouvent – leur bonheur dans ce secteur fascinant.

Parmi eux, Ines Triebenbacher de l'Igniv à Zurich, qui y travaille depuis son ouverture il y a quatre ans et qui porte désormais le titre d'«Hôtesse de l'année». Lors d'un entretien avec GastroJournal, la jeune femme de 34 ans a déclaré: «Il ne s'agit pas de maîtriser des techniques de service spécifiques. Le plus important, c'est d'avoir de l'empathie pour les autres.»

Elle prétend ne pas avoir d'autres talents et ne savoir que servir du vin. «Mais c'est tellement agréable de pouvoir offrir un beau moment aux clients. La gastronomie est un monde en soi avec une communauté fascinante. Nous nous soutenons», se réjouit l'experte en vins et champagnes. Elle dit avoir pleuré lorsque Marco Campanella, «Cuisinier de l'année» et récompensé par un 19^e point, a prononcé son discours. «Dans mon métier, j'apprends tous les jours et j'ai un retour immédiat. Je sens à quel point mon travail est important.» Son enthousiasme en dit long.



Adobe Stock

23 Schwerpunkt Digital und Social Media

Wie KI den Alltag im Gastgewerbe erleichtert

GASTRONOMIE

- 14 Weintipp: Anne-Claire Schott, Twann BE
- 16 Gastroerlebnis der anderen Art: Eatrenalin im Europa-Park Rust (D)
- 18 Titel: der Zweisternechef und Unternehmer Pascal Steffen vom Roots in Basel
- 32 Authentisch: Grusch Alba in Guarda GR
- 41 Stéphane Décotterd son premier livre
- 44 Lave-vaisselle: réduire les coûts énergétiques
- 46 Interview du chef Pascal Steffen
- 50 Au restaurant: Haldenbach (ZH)

SCHWERPUNKT/THÉMATIQUE SPÉCIALE

- 23 Tipps zu KI wie künstliche Intelligenz
- 24 Rafael Bettio: So managt man Bewertungen
- 26 Julia Sieber: Deshalb ist Instagram wichtig
- 28 Bärner Meitschi: Bloggerinnen als Marketingpartner
- 30 Gastroconsult: der digitale Treuhänder
- 42 L'IA, un partenaire de choix en marketing

PEOPLE

- 6 Peoplemeldungen
- 12 WhatsApp-Chat mit Milan Milanski
- 14 Amuse-Bouche
- 23 3 Fragen an Fabio Aresu
- 40 People en français

Foto Titelblatt / Photo de couverture:
Daniel Winkler

40

Domaine de Châteauevieux

Deux nouveaux chefs



41

Beau livre

«Gastronomie entre lac et montagnes», par Stéphane Décotterd

EVENTS

- 6 Goldener Koch: das Halbfinale
- 8 Zagg: Der Doppelweltmeister Mario Garcia engagiert sich für den Nachwuchs
- 10 Zagg: Vorschau auf die Messe in Luzern
- 12 GaultMillau: die Gewinner 2025
- 15 300 Jahre Rémy Martin im Widder Zürich
- 40 GaultMillau: les lauréats 2025

MARKTPLATZ/SERVICE

- 34 Eine Dienstleistung für Kunden
- 39 Stellen-/Immobilienmarkt
- 48 Branchenguide
- 39 Offres d'emploi / Annonces immobilières
- 48 Les partenaires de la branche

VERBAND/FÉDÉRATION

- 5 «Weiterbildung inklusive» – auch 2025 subventioniert
- 31 Café Fédéral
- 31 Café Fédéral en français

50 Impressum

Die nächste Ausgabe des GastroJournals erscheint am 24. Oktober 2024.

Le prochain numéro de GastroJournal paraîtra le 24 octobre 2024.

VERBAND

Weiterbildung inklusive wird weiter subventioniert

Das Aus- und Weiterbildungsprojekt des L-GAV wird auch im kommenden Jahr weitergeführt. Auf Stufe der Grundangebote werden die Angebote erneut kostenlos sein.

Das Programm der L-GAV-subventionierten Aus- und Weiterbildungen im Gastgewerbe wurde vor 24 Jahren lanciert mit dem klaren Ziel, dass jährlich mindestens ein Prozent der Mitarbeitenden in der Hotellerie und in der Gastronomie davon profitieren sollen. Diese Vorgabe wurde dank den attraktiven Konditionen und verstärkter Kommunikation in den letzten Jahren sogar übertroffen. Bis heute haben sich über 18 800 Absolvierende mithilfe dieser Finanzierungen weitergebildet.

Anpassungen und Erweiterungen
Für das kommende Jahr wird es im Programm mehrere Anpassungen geben. Nachfolgend die wichtigsten Änderungen und Erweiterungen im Angebot von Weiterbildung inklusive:

- Bei den Grundangeboten wird die Arbeitsausfallentschädigung für die Betriebe von 100 auf 120 Franken angehoben.
- Bei den Berufsprüfungen und höheren Fachprüfungen wird die Arbeitsausfallentschädigung auf 140 Franken vereinheitlicht.
- Die Preiserhöhungen der Kursanbieter werden beim Anteil, der durch den L-GAV finanziert wird, berücksichtigt.

Neu ins Finanzierungsprogramm aufgenommen werden im kommenden Jahr:

- Berufsbildnerkurs GastroBern
- Berufsbildnerkurs GastroZürich

Nicht mehr im Finanzierungsprogramm ab 2025 enthalten sind:

ANZEIGE

Bauen Sie auch in der Waschküche auf Qualität.



Einfach & robust

WYSS MIRELLA

schweizerisch seit 1909

041 933 00 74 / wyss-mirella.ch / 6233 Büren

- Schweizer Spirituosen-Sommelier/-Sommeliere
- Schweizer Wasser-Sommelier/-Sommeliere
- Schweizer Kaffee-Sommelier/-Sommeliere
- Weiterbildungslehrgang avantgardistische Küche obo

ANZEIGE



Mit «Zahlungsarten Combo» Ihren Gästen vor Ort alle gängigen Zahlungsarten anbieten. Ist doch ganz normal.



Jetzt Termin vereinbaren
postfinance.ch/combo

PostFinance



Yotam Ottolenghi

Yotam Ottolenghi (55) wird 2025 sein **erstes Restaurant ausserhalb Grossbritanniens** eröffnen: im Mandarin Oriental in Genf. Der israelisch-britische Koch und Autor etlicher Kochbücher ist bekannt für seine aromastarken, von der Levanteküche inspirierten Geschmacksfusionen. Er besitzt in London acht Restaurants und diverse Delis. Das Genfer Restaurant mit Bar und Veranda soll schlicht Ottolenghi heissen und eine auf Gemüse basierende Speisekarte anbieten, die auf regionale Zutaten setzt, und sich auf mediterrane Sharing Plates konzentrieren. Ottolenghi: «Ich kann es kaum erwarten!»

Foto: Jonathan Lovelock



Carsten Alexander Kypke

Im **Appenzeller Huus** in Gonten AI steht ab dem 1. November ein neuer Küchenchef am Herd: Carsten Alexander Kypke (44) wechselt aus dem **The Chedi Andermatt** nach Gonten. Er bringt viel Erfahrung ins Appenzellerland mit. Neben dem Chedi arbeitete unter anderem im Waldorf Astoria in Berlin, im Hotel Bellevue Palace in Bern und im Palais Hansen Kempinski in Wien. «Ich freue mich sehr, die kulinarische Leitung im Appenzeller Huus zu übernehmen», sagt er. «Ich werde meine Leidenschaft für authentische Küche in dieses traditionsreiche Haus einbringen.»



Stephanie Meyer und Benjamin Dietsche

Mit Stephanie Meyer (31) als Hotel Manager im **Storchen Zürich** und Benjamin Dietsche (34) als General Manager im **Widder Hotel** vervollständigt The Living Circle die Leitung der beiden Fünfsternehotels in Zürich. Meyer ist eidgenössisch diplomierte Hôtelière-Restauratrice der Schweizerischen Hotelfachschule in Luzern (SHL). Dietsche wird am 1. Dezember 2024 seine Tätigkeit als General Manager des Widder Hotels aufnehmen. Zuvor war er als General Manager im Cervo Mountain Resort in Zermatt tätig. Auch er hat einen Abschluss der SHL.



Milos Colovic

Das **Grand Resort Bad Ragaz** sucht einen neuen General Manager: Milos Colovic (39) verlässt das Grand Resort Bad Ragaz nach sechs Jahren im Januar 2025, um sich einer neuen Herausforderung zu widmen. «Ich verlasse das Resort mit einem weinenden und einem lachenden Auge. Es war eine sehr lehrreiche und spannende Zeit, in der ich gemeinsam mit meinem grossartigen Team zahlreiche Erfolge feiern durfte», so Colovic. Er wird die Leitung als General Manager in einem privat geführten Luxus- und Wellnesshotel in Deutschland übernehmen.



Jonathan Bunel

Der Franzose Jonathan Bunel wird Nachfolger des Chefpatissiers Nicolas Multon in der **Villa René Lalique** im elsässischen Wingen-sur-Moder (F). Das Fünfsternehotel mit dem mit zwei Michelin-Sternen dotierten Restaurant gehört dem Schweizer Unternehmer Silvio Denz. Bunel absolvierte seine Konditorausbildung in Courchevel und im Loiretal. Nach diversen Stationen kam er 2016 in die Villa René Lalique und stieg zum stellvertretenden Chefpatissier auf. Nach einem Zwischenspiel als Chefpatissier im Restaurant Le Cerf in Marlenheim kehrt er in dieser Position in die Villa René Lalique zurück.

Foto: © Karine Fab

Das sind die Finalteilnehmenden des Goldenen Kochs 2025

Am Montag erkochten sich im Trafo in Baden AG fünf Halbfinalistinnen und -finalisten den Einzug ins Finale des Goldenen Kochs 2025. Die Finalteilnehmenden kämpfen im kommenden Februar in Bern um den Titel.

Text Oliver Borner
Kochen auf hohem Niveau, ein grossartiges Publikum und Spannung bis zum letzten Teller prägen das Halbfinale des Goldenen Kochs 2025, das am 7. Oktober im Trafo in Baden AG über die Bühne geht. Die sieben Köchinnen und Köche schenken sich im knapp dreistündigen Wettkampf nichts und machen es der Jury schwer, die Finalisten zu bestimmen. «Wir haben heute im Trafo Baden ein hochstehendes Halbfinale mit einer grossartigen Stimmung erlebt», sagt Samuel Zaugg, Projektleiter des Goldenen Kochs. Am Ende hätten nur Nuancen über Qualifikation und Ausscheiden ent-



Das sind die fünf Finalteilnehmenden (v.l.): Micro Kristal, João Coelho, Elodie Schenk, Urs Koller und Olivier Hofer.

schieden. Die Aufgabe für die Kandidatinnen und Kandidaten war es, zwei Gerichte der Jury vorzulegen. Diese bestehen einerseits aus einer Fischvorspeise aus Schweizer Bachforelle, Karotte und einer ovo-lacto-vegetarische Beilage aus Kartoffeln, andererseits aus einer Hauptspeise mit Schweizer Schweinsfilet mit Zwiebeln und Äpfeln. Erstmals überhaupt in der Geschichte des renommierten Kochwettbewerbs darf die Vorspeise mit einer warmen Beilage serviert werden.

Diese fünf Köche fahren nach Bern
Kurz nach 18 Uhr gibt die Jury vor versammeltem Publikum die fünf Finalteil-

nehmenden bekannt, die am 10. Februar 2025 um den Titel des Goldenen Kochs kochen werden. Unter grossem Applaus dürfen sich Tagessieger João Coelho (Restaurant de l'Hôtel de Ville de Crissier VD), Olivier Hofer (Domicil Selve Park, Thun BE), Urs Koller (ChochHandWerk AG, Gossau SG), Mirco Kristal (Roof Garden, Zürich) und Elodie Schenk (Restaurant le Tourbillon, Plan les Ouates GE) über ihre Finalteilnahme freuen.

«Es freut mich sehr, dass ich am Finale dabei sein darf. Bisher war es ein sehr intensiver und spannender Wettkampf. Es hat sehr viel Spass gemacht», blickt Mirco Kristal auf sein Halbfinale zurück. Für Fatmir Spescha (Puntreis



Volle Konzentration beim Anrichten: Kandidat Olivier Hofer während des Wettkampfs

Center da Sanadad SA, Disentis GR) und Julien Maillard (Mame Coffeeshop, Genf) ist die Reise im Halbfinale zu Ende.

In Zeichen des Rinds und Zanders
Gleichzeitig mit den Finalteilnehmenden gibt das Organisationskomitee die Aufgabe für das Finale in Bern bekannt: Die Kandidatinnen und Kandidaten müssen am 10. Februar ein Fisch- und ein Fleischgericht für je zwölf Personen zubereiten. Das Fischgericht, bestehend aus Schweizer Zander, muss mit drei separaten vegetarischen Garnituren, einer einzigen Sauce und unter Berücksichti-

gung von Knollensellerie und Kerbel zubereitet werden. Die Abgabe dieses Gerichts erfolgt 4 Stunden und 15 Minuten nach dem Start. 1 Stunde und 15 Minuten später muss das Fleischgericht folgen, bestehend aus Schweizer Rind (Entrecôte und Brust) sowie drei separaten Garnituren und einer Sauce. Ausserdem muss in die Kreation Wacholder und Birne eingearbeitet werden. Insgesamt stehen den Finalisten und der Finalistin fünfeinhalb Stunden zur Verfügung, wobei ihnen ein Commis assistieren darf. Die Teilnehmenden präsentieren beide Gerichte auf Platten.

Löhne online abrechnen



GASTROSOCIAL

miruSocial

Das Lohnprogramm für die Hotellerie und Gastronomie

- Exakt auf die Bedürfnisse des Gastgewerbes abgestimmt
- Modularer Aufbau für maximale Flexibilität
- Anpassbar an Ihre individuellen Bedürfnisse
- Von der Lohnverarbeitung bis zum kompletten Mitarbeitermanagement



Jetzt mehr erfahren!

Der Kochweltmeister an der Zagg

Mario Garcia ist Doppelkochweltmeister und engagiert sich für den Nachwuchs. So richtig lanciert wurde seine Karriere 2009, als er den Gusto-Kochwettbewerb gewonnen hat. An der diesjährigen Zagg organisiert er den «Battle of Zagg» und freut sich, jungen Berufsleuten zuzusehen.

Text Iris Wettstein

2009 hat Mario Garcia den Gusto gewonnen, die Schweizer Meisterschaft für Kochlernende. Ein Jahr später wurde er in die Schweizer Junioren-Kochnationalmannschaft aufgenommen und wurde Kochweltmeister. Seither hat er zahlreiche weitere Wettbewerbe gewonnen, unter anderem auch den Bocuse d'Or Schweiz. Jeder dieser Erfolge sei mit einer speziellen Emotion und Geschichte verbunden. Aber am meisten geprägt habe ihn der Weltmeistertitel 2014 mit der Junioren-Kochnationalmannschaft. «Das Team war perfekt. Wir hatten eine Verbundenheit wie in einer Familie», sagt Garcia. «Noch heute ist es ein Hühnerhautmoment, wenn ich Videos von der Pokalübergabe sehe.»

Zum zweiten Mal Projektleiter

An der diesjährigen Zagg in Luzern findet bereits zum vierten Mal der Kochwettbewerb «Battle of Zagg» statt. Zum zwei-

ten Mal ist Mario Garcia als Projektleiter mit dabei. «Bei diesem Wettbewerb werden die Berufe der Gastronomie ins Zentrum gerückt. Es geht nicht um die Einzelpersonen, sondern um die Betriebe», erklärt Garcia seine Motivation für den Wettkampf. Vom 20. bis zum 23. Oktober

«Kochen ist subjektiv. Durch die Subjektivität sind wir in der Lage, bei den Gästen mit unserer Kunst Emotionen zu wecken, die einen auch als Koch berühren.»

Mario Garcia

kochen jeden Tag zwei Betriebe gegeneinander. Die Kochteams bestehen aus drei Personen sowie einer Hilfsperson und repräsentieren ihren Betrieb. Das Teilnehmerfeld ist handgepickt. «Uns war es wichtig, eine tolle Mischung aus Betrieben zu haben, spannende Battles zu gestalten und aufzuzeigen, wie vielfältig die Gastrolandschaft der Schweiz ist», erklärt Garcia. Es sind Kochteams aus den folgenden acht Betrieben dabei: Culinary Team Luzern, Casinotheater Winterthur, Culinarium Alpinum Stans

NW, Kultur Casino Bern, Lenkerhof Gourmet Spa Resort Lenk BE, Paradies Baden AG, Fontana Baar ZG und Senevita Dorfmatte Münsingen BE.

Der Service wird jeden Tag von einer anderen Restaurationsfachklasse übernommen, die sich ebenfalls im Wettbewerb befindet. Während die Kochmannschaften ihr Können mit einem Dreigangmenü zeigen, stellen die junge Servicetalente in den Bereichen Tischdekoration, Aufdecken, Mise en Place, Serviceorganisation und Verkauf mit Storytelling ihr Können unter Beweis. Hier treten Teams aus je acht Restaurantfachpersonen gegeneinander an.

Serviert und gegessen wird im Restaurant des Battle of Zagg, hier haben die Gäste die Möglichkeit, den Profis in den Glasküchen bei der Zubereitung über die Schultern zuzuschauen. Ausserdem können sie die verschiedenen Gerichte im Restaurant selbst probieren und bewerten. Neben den Bewertungen der Gäste sind auch zahlreiche Fachpersonen aus der Branche als Jury im Einsatz und küren die Gewinnerinnen und Gewinner.

Coach der Nationalmannschaft

Die Möglichkeiten, sich und seinen Erfolg zu vermarkten, sind vor allem durch die sozialen Medien viel grösser geworden. Jeder Koch und jede Köchin hat es in der Hand, etwas aus seinem beziehungsweise ihrem Erfolg zu machen. Das hat Mario Garcia genutzt und seine eigene Firma, mario garcia gmbh, gegründet. «Ich habe Beratungsmandate in der Gastronomie, koche an tollen Events und Anlässen, bin Störkoch und



Das Zubereiten von Gerichten ist Mario Garcias Leidenschaft: «Jungen Berufsleuten mein Wissen weiterzugeben, macht mega Spass.»

mache Rezeptentwicklungen oder Foodstylings für Firmen», zählt Garcia sein Engagement auf. Er sieht aber auch die Tücken der sozialen Medien: «Der Erfolg und die damit verbundene Aufmerksamkeit kann junge Berufsleute überfordern. Wenn man nicht richtig begleitet wird, kann dies viele Auswirkungen auf den Charakter haben.»

Der Gewinn bei Gusto hat Garcia gezeigt, dass er das Talent für etwas Wundervolles hat; es haben sich viele Türen für den Luzerner geöffnet: «Es war der Startschuss in meine Wettbewerbskarriere und hat mir aufgezeigt, dass es sich lohnt, hart für ein Ziel zu arbeiten, und man so Erfolg haben kann.» Mario Garcia ist aber überzeugt, dass Kochwettbewerbe nicht für alle etwas sind, denn jedes Nachwuchstalent sei anders und gehe seinen eigenen Weg: «Aber die einen profitieren sehr stark von einem Team

und einem Wettbewerb. Sie können sich entwickeln und lernen gemeinsam, ein Ziel zu erreichen.»

Heute nimmt Garcia nicht mehr aktiv an Kochwettbewerben teil. Der 34-Jährige sagt: «Momentan ist es mein grösster Antrieb, junge Berufsleute zu sehen, sie weiterzubringen und mein Wissen weiterzugeben.» Dies ist auch einer der Gründe, wieso er seit diesem Jahr Coach der Nationalmannschaft ist. Als Coach unterstützt er den Teammanager Marco Steiner. Zusammen ist es ihre Aufgabe, die Teams während der Wettbewerbe zu begleiten.

Garcia arbeitet generell gerne mit der nächsten Generation zusammen: «Sie sind motiviert, wissenshungrig und strahlen, wenn sie ihren Beruf mit Stolz ausüben. Klar gibt es auch schwierigere Momente. Aber im Grossen und Ganzen macht die Arbeit mit jungen Berufsleuten mega Spass.»

Für alle die noch was vorhaben



www.hotelgastro.ch



Pour celles et ceux qui ont encore des projets



www.hotelgastro.ch/fr

ZAGG

Der nationale Treffpunkt mit relevanten Trends für Gastronomie und Hotellerie.

20. bis 23. Oktober 2024



Freuen Sie sich auf:

Hochkarätige Aussteller: mit neuen Produkten und Dienstleistungen

Battle of Zagg: kulinarischer Wettbewerb für Küche und Service

Zagg Forum: Vorträge und Podiumsdiskussionen von Profis für Profis

Restaurant Dyhrberg: einmaliges Ambiente – geführt von Lernenden des LUKS

Zagg Lounge: gemütlicher Treffpunkt für Gespräche

zagg.ch

Jetzt online Ticket lösen!



MESSE LUZERN

Zagg 2024 mit Novum in der Messelandschaft

Vom 20. bis zum 23. Oktober 2024 findet die Zagg in der Messe Luzern statt. Der nationale Branchenevent für die Gastronomie und Hotellerie mit 180 Ausstellern verteilt sich neu auf zwei Hallen. Neben den wichtigsten Branchenvertretern sind neu auch viele kleinere Anbieter präsent.

Text Nicole Steffen

Die nach der Igeho zweitgrösste Branchenmesse Zagg steht im Zeichen der Nachwuchsförderung. Während vier Tagen bietet die Messe für angehende Berufsfachleute eine Plattform, sich über Angebote und Weiterbildungen zu informieren und innovative Produkte und Dienstleistungen kennenzulernen.

Gemeinschaftsstand der Verbände

Mit dem Gemeinschaftsstand «Weiterbildung – dein Erfolgsrezept» gibt es an der Zagg zum ersten Mal einen gemeinsamen Auftritt von GastroSuisse, HotellerieSuisse und der Hotel & Gastro Union. Ziel des gemeinsamen Standes sei es, den Berufsnachwuchs anzusprechen und über die vielen Weiterbil-

dungsmöglichkeiten in der Branche zu informieren. «Der Gemeinschaftsstand der drei grossen Verbände ist in dieser Form ein Novum in der Messelandschaft. Es ist wichtig, dass die Branche zusammenarbeitet und gemeinsam Lösungen findet», erklärt die Messeleiterin Suzanne Galliker.

Neben den wichtigsten Anbietern der Branche gebe es in diesem Jahr auch viele eher kleinere Aussteller mit Nischenprodukten wie Cocktail-Mischgetränke oder verschiedene Glacen, so Galliker. Grund dafür sei die wirtschaftlich schwierige Situation und damit verbundene Kosteneinsparungen. «Wir haben uns entschieden, die Zagg dieses Jahr in zwei anstatt vier Hallen durchzuführen»,



Messeleiterin Suzanne Galliker freut sich auf eine abwechslungsreiche Zagg zum Trendthema Berufsnachwuchs.

führt sie weiter aus. Die Konzentration auf zwei Hallen sei eine grosse Chance, weil sich der Besucherstrom auf die beiden grossen Messehallen konzentrieren

GastroSuisse mit Gemeinschaftsstand «Weiterbildung – dein Erfolgsrezept»

Arbeitgeber- und Arbeitnehmerverbände der Gastronomie- und Hotelleriebranche sind sich einig: Die Weiterbildung ist für ihre Mitglieder der Schlüssel zum beruflichen und persönlichen Erfolg.

Aus diesem Grund betreiben GastroSuisse, HotellerieSuisse und die Hotel & Gastro Union zum ersten Mal einen gemeinsamen Stand an der Branchenmesse Zagg. «Die Gastronominnen und Gastronomen in der Schweiz haben Probleme, und wir müssen dafür Lösungen finden. In der Zwischenzeit hat jeder gemerkt, dass das nur zusammen geht.

Wir müssen miteinander reden und vereint zusammenarbeiten», erklärt Moritz Rogger, Projektleiter und Präsident der Stiftung G'ART.

Gemeinsam Lösungen finden

An diversen Beratungsinselformen GastroSuisse, HotellerieSuisse und die Hotel & Gastro Union am Stand D2117 in der Halle 2 auf dem Luzerner Messegelände Allmend über ihre aktuellen Weiterbildungsangebote. Dabei werden interessierte Berufsleute von den Mitgliedern der drei Branchenverbände in-

dividuell beraten. «Es ist wichtig, dass wir die Fachkräfte direkt nach der Ausbildung abholen, damit diese weiterhin in der Branche bleiben», so Rogger. Seitens GastroSuisse sind ausgewählte Vertreter der Kantonalverbände aus Luzern, Zug, Schwyz, Unterwalden sowie dem Tessin vor Ort, um Interessierte direkt und unkompliziert zu beraten.

An den Beratungsinselformen sind ausserdem Vertreter der gemeinsamen Partner SHL Schweizerische Hotelfachschule Luzern, Swica, Weiterbildung inklusive und Gastroconsult Luzern anzutreffen. Ein Höhepunkt des gemeinsamen Auftritts ist ein gemeinsamer Apéro am Montagabend, 21. Oktober 2024.

Eine Zukunft mit Perspektive

Mit dem Gemeinschaftsstand «Weiterbildung – dein Erfolgsrezept» unterstreichen die drei Verbände die Bedeutung der langfristigen Weiterbildung für die Sicherung von Fachkräften. Durch gezielte Bildungsangebote sollen nicht nur die beruflichen Qualifikationen der Fachkräfte, sondern auch die Attraktivität der Gastronomie- und Hotelleriebranche im Allgemeinen gesteigert werden. Der Anfang ist mit dem gemeinsamen Stand gemacht. nst



Der Gemeinschaftsstand D2117 in der Halle 2 direkt neben dem Forum lädt zum Austauschen und Informieren ein.

werde und dadurch ein effizientes Messeelebnis für Besuche und Aussteller generiert werden könne. Neben den rund 180 Ausstellern erwartet die Besucherinnen und Besucher ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm.

Neue Inputs für die Branche

Spannende Referate und Podiumsdiskussionen laden die Teilnehmerinnen und Teilnehmer zum Mitdiskutieren und Reflektieren ein. Ein besonderes Highlight ist die Podiumsdiskussion am Mittwoch, 23. Oktober 2024. Führende Experten und Expertinnen aus der Gastronomie diskutieren innovative Konzepte, neue Ideen und Herausforderungen der Branche.

Mit dabei sind Livia Waser, Deputy General Manager des La Réserve Eden au Lac in Zürich, Peter Durrer, selbstständiger Gastronomieunternehmer und Gastgeber des Culinarium Alpinum in Stans NW, und Daniel Wiesner, Co-Lead Strategy & Innovation von der Familie Wiesner Gastronomie AG. Sämtliche Programmpunkte werden online publiziert.

Bereits zum vierten Mal findet die «Battle of Zagg» statt. Im Wettbewerb



An der Zagg ausserhalb von Luzern werden dieses Jahr rund 18000 Besucher erwartet.

kochen jeden Tag zwei Gastronomiebetriebe gegeneinander. Der Service wird jeweils von einer Restaurationsfachklasse übernommen, die sich ebenfalls im Wettkampf befinden. Die «Battle of Zagg» wird am Sonntag, 20. Oktober 2024, um 10 Uhr in der Halle 1 vom Restaurant Fontana aus Baar ZG und dem Culinarium Alpinum aus Stans eröffnet. Die Siegerehrung des ersten Duells findet ebenfalls am Sonntag, 20. Oktober 2024, um 17 Uhr in der Halle 2 im Forum statt. Neben vielen Neuheiten bleibt ei-

nes immer gleich: der persönliche Kontakt und das Erleben und Ausprobieren der Produkte und Dienstleistungen vor Ort stehen auch in diesem Jahr im Zentrum. «Obschon digitale Kanäle eine optimale Ergänzung zum Messebesuch sind, können sie diesen nicht ersetzen», erklärt die Messeleiterin.

Speziell in dieser Branche wollen die Menschen andere Menschen treffen und sich miteinander vor Ort austauschen. Das war schon immer so – und wird hoffentlich auch immer so bleiben.

ADVERTORIAL

KNUTWILER: DIE ERSTE WAHL FÜR GASTROBETRIEBE



Wer KNUTWILER im Sortiment führt, entscheidet sich bewusst für ein erfrischendes und nachhaltiges Qualitätsprodukt. Dank eines aufgefrischten Markenauftritts sowie vielen weiteren Vorzügen ist und bleibt das natürliche Mineralwasser aus dem Herzen der Schweiz die erste Wahl für Gastrobetriebe.

Seit über 560 Jahren sprudelt das reine Mineralwasser aus der Quelle in Bad Knutwil. «Unser natürliches Mineralwasser aus dem Herzen der Schweiz steht seit jeher für einen besonders reinen und erfrischenden Geschmack», betont Co-Geschäftsführerin Linda Schwenk. Bei KNUTWILER bedeutet Tradition jedoch nicht Stillstand – im Gegenteil: Um den wachsenden Anforderungen des Marktes gerecht zu werden, investiert das Unternehmen stetig in seine Weiterentwicklung. Davon profitieren auch viele Gastrobetriebe im Marktgebiet von KNUTWILER.

Kurze Transportwege, attraktive Marge

Dank kurzen Transportwegen ist gewährleistet, dass das KNUTWILER Mineralwasser keine unnötigen Kilometer zurücklegt. Restaurations- und Hotelbetriebe, die KNUTWILER im Sortiment führen, profitieren zudem von attraktiveren Margen», erklärt Maurizio Forza, Leitung Verkauf. Zudem setzt KNUTWILER auf eine besonders effiziente und unkomplizierte Geschäftsabwicklung. «Wir gewährleisten gemeinsam mit dem Getränkehandel die gesamte Koordination, so dass für unsere Gastro-Partner kein zusätzlicher Aufwand entsteht. Dadurch bleibt ihnen mehr Zeit, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren: ihre Gäste.»



www.knutwiler.ch

Chat

Milan Milanski

Nicole Steffen
Welche Bedeutung hat Essen in deinem Leben?

Milan Milanski
Man sieht es mir vielleicht nicht an, aber ich esse sehr gerne und viel.

Nicole Steffen
Kochst du lieber selber, oder gehst du ins Restaurant?

Milan Milanski
Restaurant. So sehr ich es liebe zu essen, so sehr bin ich selber untalentierte in der Küche.

Nicole Steffen
Wo gehst du am liebsten hin?

Milan Milanski
Mum's Kitchen in Basel ist derzeit mein Lieblingsrestaurant. Es ist ein vietnamesischer Familienbetrieb mit leckeren Gerichten, teilweise nach alten Rezepten.

Nicole Steffen
Und was ist dir neben gutem Essen wichtig im Restaurant?

Milan Milanski
Freundliche Angestellte und guter Kaffee. Wenns dann noch was zum Ausmalen gibt, bin ich wunschlos glücklich.

Nicole Steffen
Bestellst du aus der Kinderkarte und sitzt im Tripp Trapp?

Milan Milanski
Nur wenn die Chicken Nuggets in Dinosaurierform und mit Cocktailsauce serviert werden und wenn ich nicht (mal wieder) im Tripp Trapp stecken bleibe.

Zur Person:
Milan Milanski (34) ist Stand-up-Comedian und auf den Kleinbühnen in der Deutschschweiz unterwegs.

EVENT



19 Punkte und «Koch des Jahres»: Marco Campanella vor seinem Sommerarbeitsort, dem Eden Roc in Ascona.



«Sommelier des Jahres» Fabian Mennel von Christian Kuchlers Taverne zum Schäfli in Wigoltingen TG

Die Schweiz hat einen neuen 19-Punkte-Chef!

Fünf Jahre nach der Nomination von Tanja Grandits hievt GaultMillau Schweiz einen weiteren Chef in die 19-Punkte-Liga: «Koch des Jahres 2025» wird der erst 32-jährige Marco Campanella vom Restaurant La Brezza im Eden Roc Ascona TI.

Text Reto E. Wild
Zum Auftakt des Anlasses in Ascona, an der Wirkungsstätte des Koch des Jahres, richtet GaultMillau-Chef Urs Heller kritische Worte an die geladenen Gäste: «Es war ein schwieriges Jahr. Wir hatten so viele Betriebsschliessungen wie noch nie. 100 Betriebe sind ausgeschieden. Man spürt den Post-Corona-Effekt.» Und fügt an: «Aber wir haben 100 neue Restaurants entdeckt. Ich freue mich, dass es



19-Punkte-Chefs unter sich: Andreas Caminada (links) und Frank Giovannini aus Crissier



Dan Rodriguez-Zaugg (recht) und Alejandro Polo haben in Barcelona zusammengearbeitet und wenden jetzt Techniken der spanischen Avantgarde in der Sommerlust in Schaffhausen an: 15 Punkte!



Sie werden neu mit 18 Punkten bewertet: die «Chedi-Zwillinge» Fabio Toffolon (links) und Dominik Sato.



«Gastgeberin des Jahres» Ines Triebenbacher vom Igniv in Zürich: «Das Wichtigste ist, Empathie für andere Menschen zu haben.»



André Kneubühler kochte jahrelang bei Tanja Grandits und zeigt nun im Omnia Zermatt, dass er auch ein starker Chef ist.

immer wieder Gastronomen gibt, die todesmutig in dieses Geschäft einsteigen.» Das Fünfsternehotel Eden Roc in Ascona TI kann seinen besten Mann feiern: **Marco Campanella**, der erst 32-jährige Familienvater und Chef im La Brezza, kriegt den 19. GaultMillau-Punkt und wird «Koch des Jahres».

Ab Dezember kocht der Sieger in Arosa
GaultMillau-Chef Urs Heller begründet: «Wir haben uns für Marco Campanella entschieden, weil er uns immer wieder begeistert – mit seiner modernen Küche, mit seinen unglaublichen Saucen, mit seiner Vielseitigkeit. Und mit seinem Talent, ein junges Team für seine Mission zu begeistern. Er hat sich jedes Jahr beharrlich weiterentwickelt.» Dass er im La Brezza mit grösster Selbstverständlichkeit auch Veganer glücklich mache, zeichne ihn zusätzlich aus. Campanella kocht im Sommer in Ascona, im Winter im Schwesterhotel Tschuggen in Arosa; dort wird er vorläufig noch mit 18 Punkten bewertet.

Zu seiner Wahl sagt der am Bodensee aufgewachsene Campanella, Sohn von Eltern aus Apulien: «Meine Küche hat sich reduziert. Für mich ist wichtig, dass jeder Teller perfekt rausgeht und jedes Kraut perfekt liegt. Die Herausforderung ist die Konstanz. Nur mit der Geduld kommen die Erfolge.»

Zu GaultMillaus Aufsteiger des Jahres 2025 gehören die Andermatt «Chedi-Twins» **Dominik Sato** und **Fabio Toffolon**, der Rickenbacher «Vegiking» **Dominik Hartmann** und der Freiburger **Romain Paillereau**, die alle den 18. Punkt erhalten.

Zwei Neue mit 17 Punkten
Zu den Aufsteigern 2025 zählen auch zwei Chefs mit neu 17 Punkten: «Im Suvretta House St. Moritz macht **Fabrizio Zanetti** im riesigen Grand Restaurant einen unglaublich guten Job; Fine Dining, in der Hochsaison schon mal für 240 Gäste pro Abend!», begründet Heller. **Lucrece Lacchio** leitet an der Hotelfachschule in Lausanne (EHL) das ambitionierte Res-

taurant Le Berceau des Sens; Gäste und Tester sind begeistert: 17 Punkte. **Mitja Birlo**, Koch des Jahres 2022, meldet sich nach kurzer Pause zurück: 18 Punkte für The Counter, «ein spektakuläres Tresen-Restaurant im Zürcher Hauptbahnhof», heisst es in der Begründung. «The Green Chef of the Year» heisst **Nicolas Darnau-guilhem** von der Pinte des Mossettes in den Wäldern um Cerniat FR. Er erfüllt die strengen Angaben von BioSuisse und erhält 17 Punkte.

GaultMillau will gezielt die besten Mitarbeitenden an der Front fördern und auszeichnen. «Gastgeberin des Jahres» ist **Ines Triebenbacher**, die seit der Eröffnung 2020 im Igniv in Zürich arbeitet. «Das Wichtigste ist, Empathie für andere Menschen zu haben. Servicetechniken sind weniger entscheidend. Es ist mega schön, dass ich mit meiner Persönlichkeit Gästen einen tollen Moment zubereiten kann», sagt die 34-jährige.

Den ausführlichen Bericht gibt es auf www.gastrojournal.ch/event

ANZEIGE

Emmi

LÖSUNGEN DIE BEGEISTERN

GLACE **KAFFEE MOMENTE** **PLANT-BASED**

beleaf

MEHR INFORMATIONEN



CORINNE NUSSKERN

Ava rockt den Laden

2016, in einem Brunchlokal in Aventura, Florida: Lächelnd servierte die Kellnerin Ava meine bestellten Pancakes. «Enjoy your breakfast, honey», flötete sie. Die Frage entglitt mir unkontrolliert wie einem fünfjährigen Kind. «How old are you?» Es war das erste Mal, dass ich von einer wirklich alten Dame bedient wurde. Sie lachte. «82! I love working and being around people.»

Ava war fröhlich und hat nicht eine Bestellung an unserem Sechsertisch vergessen oder verdreht. Ein Modell, wie der Personalmangel auch bei uns abgedeckt werden könnte? So manchen Pensionären wird nach einer Weile die viele Freizeit lang. Zudem sind die meisten der über 65-jährigen körperlich und mental fit – und sie verfügen sackweise über Wissen und Erfahrung.

Trendexperte Pierre Nierhaus sagt es so: «Ein 70-jähriger ist vielleicht nicht der schnellste Kellner, aber der beste Host, und er kann die anderen bei sämtlichen Guest Relations entlasten.» Das Feld ist weit. Eine Weinliebhaberin etwa könnte in einem Betrieb, der keine eigenen Sommeliers hat, die Weinberatung übernehmen.

Es müssten nur ein paar Hemmungen abgebaut und die Wertschätzung für ältere Arbeitnehmende gesteigert werden, damit sie wissen, dass sie willkommen sind. Auch das ist Diversität. Dann sind sie richtig da – aus reiner Freude. So wie Ava, die mir dann noch auf den Parkplatz nachgerannt ist: «You forgot your jacket, honey!»

corinne.nusskern@gastrojournal.ch



Grosse Orange- und Pét-Nat-Weine vom Bielersee

TEXT HANS SCHNEEBERGER

Sie spricht wahnsinnig schnell – aber sie denkt noch schneller. Die Ideen sprudeln, die Argumente kommen im Stakkato. Anne-Claire Schott, die Twanner Winzerin, ist ein Energiepaket. Die studierte Kunsthistorikerin und Soziologin hat erst auf dem zweiten Weg ihre Bestimmung gefunden. Nach einem einjährigen Praktikum bei einer Winzerin, einem Stage an den Five-Finger-Lakes in den USA 2016 und Studien in Changins VD übernahm sie das Weingut ihrer Eltern – um in den kommenden Jahren den Betrieb mit Power und Leidenschaft auf biodynamischen Weinbau umzustellen und ihn um 4,5 Hektaren mit steilen Rebbergen zu erweitern.

Piwi-Sorten sollen wichtiger werden Biodiversität ist für sie das A und O im Kampf gegen Klimawandel, gegen Hitze stress und ökologisch verarmte Landschaften. Alle Weine von Schott sind Demeter zertifiziert. «Bio müsste heute eigentlich im Weinbau Standard sein.» Sie liebäugelt gar mit dem Einsatz von Piwi-Sorten: «Man sollte heute schon 30 Prozent der Rebfläche für diese pilzwiderstandsfähigen Sorten reservieren.» Allerdings weiss auch sie, dass Piwi-Weine noch immer nicht ganz den Geschmack des Publikums treffen. Das wird kommen, ist sie überzeugt: «Wir haben eine alte Geschichte und langjährige Erfahrung mit der Vinifikation von europäischen Traubensorten, aber noch

Schott Chasselas Sélection 2023

Im grossen Holzfass ausgebaut. Helles Strohgelb mit Reflexen.

Klassische Aromenpalette mit Birne, Zitrus oder weissen Blüten. Leichte Rauchnote. Im Gaumen saftig, schöner Trinkfluss, viel weniger mineralisch als die Chasselas vom Genfersee, aber mit Druck und schönem Körper: 16 Punkte



Anne-Claire Schott: «Orange-Weine sind, wenn sie richtige gemacht sind, sehr gut – mit Struktur, Körper und Salzigkeit.»

nicht einmal 40 Jahre Erfahrung mit Piwi-Sorten.»

Noch bleibt sie den klassischen Sorten treu: Chasselas, Pinot Noir, Sauvignon Blanc oder Pinot Gris wachsen auf ihren vier Parzellen am Bielersee. Bei der Vinifizierung hingegen geht sie mit Leidenschaft neue Wege. Naturweine und Orange Wines haben es ihr angetan. «Orange-Weine sind, wenn sie richtig gemacht sind, einfach sehr gut. Sie haben Struktur, Körper, eine gewisse Salzigkeit.» Dies beweist sie insbesondere mit dem Blanc Orange Schiller, den sie seit 2015 vinifiziert. «Meine Weine haben Ecken und Kanten. Sie sind mit jedem Jahrgang etwas anders, ohne aber ihren Charakter zu verlieren.»

Dem Publikum scheint es zu gefallen. Gut ein Viertel der Produktion geht in die Gastronomie, sie beliefert Starköchin Anne-Sophie Pic im Beau-Rivage in Lausanne VD, ihre Weine zieren die Weinarten von Toprestaurants wie Aux Trois Amis in Schernez BE, Du Bourg in Biel BE oder dem Rechberg 1837 in Zürich.

Blanc Orange Schiller 2023

Schiller sind Weine aus weissen und roten Sorten. Die Trauben stammen von Stöcken, die den klassischen Mauern im Weinberg entlangwachsen. Sortenspiegel: unter anderem Chasselas, Grauburgunder sowie Pinot Noir. Der Wein zeigt eine geschmeidige Textur, er ist druckvoll und hat ein feinherbes Finale. Er ist unfiltriert und nur leicht geschwefelt. Die Aromenpalette umfasst Orangeade, Sanddorn, Feigen, Fruchtcocktail und eine leicht rauchige Note. Schöne Länge, fein integriertes Tannin, saftig und einladend. Orange Wine der Extraklasse: 18,25 Punkte

300 Jahre Cognac-Passion

Rémy Martin feiert seinen 300. Geburtstag mit einer Jubiläumsedition: dem Rémy Martin Coupe 300th Anniversary. Und Widder-Küchenchef Stefan Heilemann kreiert ein zu den Cognacs passendes Menü – eine Herausforderung.

Text und Fotos Corinne Nusskern

Jeder Kellermeister im Hause Rémy Martin gibt sein Wissen weiter an den Nächsten. Der Rémy Martin Coupe 300th Anniversary ist die Kreation des amtierenden Meisters Baptiste Loiseau. Bei der Präsentation des Jubiläumscognacs im Hotel Widder in Zürich sagt Hannah Rommel, Sales Manager bei Rémy Cointreau und Louis XIII., passend: «Wenn man 300 Jahre als Marke präsent ist macht man vieles richtig.» Vielleicht, weil die Unternehmensgruppe Rémy Cointreau bis heute weitgehend in Familienbesitz ist.

Amberfarben schimmert der Cognac in der handgefertigten Glaskaraffe, er schmeckt nach kandierten sowie exotischen Früchten, Feigen und Nüssen mit diskreter Eichenholznote und hat einen langen Abgang. Nur 6724 Flaschen gibt es weltweit, davon 24 für die Schweiz (Preis 2795 Franken). Vertriebspartner ist Latelint AG. CEO Sandro Vetter sagt schmunzelnd: «Wir feiern dieses Jahr 125 Jahre, nicht so alt wie Rémy – aber wir holen auf! Doch heute geht es um gute Gespräche und Freude.» Und um gutes Essen.

VSOP auf -18° runtergekühlt

Für das Foodpairing zu den diversen Cognacs betritt Widder-Küchenchef Stefan Heilemann (2 Michelin-Sterne, 18 Gault-Millau-Punkte) Neuland. «Da ich kein Cognacrinker bin, habe ich mich mit unserem Director of Wine Stefano Petta



Widder-Küchenchef Stefan Heilemann über seinen zu ausgewählten Rémy-Martin-Cognacs passenden Mehrgänger: «Ich mache das zum ersten Mal, es ist absolut spannend.»

beraten und ausgetauscht. Es ist absolut spannend, und wir haben einige Tage gebraucht, bis das Pairing stand.»

Die Genussreise beginnt mit einem Tatar vom Simmentaler Rind vom Châteaude Raymontpierre im Jura, vollendet mit Senfkörnern, Zwiebeln und Oonakaviar. Dazu wird ein auf minus 18 Grad Celsius gekühlter Rémy Martin VSOP serviert. Ziel ist, mit kleinen Schlucken das Erwärmen des Cognacs am Gaumen wahrzunehmen und in Kombination mit dem Tatar verschiedene Geschmacksnuancen zu erfahren.

Es folgen gebratene Jakobsmuscheln auf Fenchel mit Dukkah und Beurre blanc – ausnahmsweise mit einem Glas Chardonnay Saint-Véran serviert. Das japanische Wagyu mit Kürbis, Erdnüssen und gelbem Thai-Curry erfährt durch den Kaffirlimettenabrieb die typische heilemannsche Säurenote. Der bernsteinfarbene Rémy Martin XO passt wunderbar dazu. «Normalerweise koche und gebe ich das Menü vor, und der Som-

melier sucht die passenden Weine dazu aus», erklärt Heilemann. «Hier jedoch war es umgekehrt, die Cognacs standen fest, wir Köche waren für einmal im passiven Part.» Er hat es bravourös gemeistert. Zur Tarte Tatin aus herb-säuerlichen Boskopäpfeln mit Sour Cream und Zitrone steht er nochmals da: der Rémy Martin Coupe 300th Anniversary – und er schmeckt beim zweiten Glas noch besser.

Schon heute 300 Jahre vorausdenken

Für die Kreation der Jubiläumsedition griff Loiseau auf die «Perpetual Reserve» des Hauses zurück: ein Reservoir von Eau de Vie aus dem Grande-Champagne-Terroir, das durch mehrere Generationen von Kellermeistern bereichert und bereits für frühere Jubiläumseditionen verwendet wurde. Dieses steht für die Vergangenheit und die Zukunft. «Wenn ein neuer Coupe kreiert wird, wird ein Teil davon für zukünftige Kellermeister aufbewahrt», erklärt Loiseau. Beruhigend, so wird auch 2324 noch Gutes da sein.



Opulent: Simmentaler Rindstatar, Senfkörner, Zwiebel, Schnittlauch, Oona-Kaviar



Geschmeidig: Jakobsmuscheln, Fenchel, Dukkah, Beurre blanc



Harmonisch: japanisches Wagyu, Kürbis, Erdnüsse, gelbes Thai-Curry, Kaffirlimette

Studienwoche zu Pasta

Die Hochschule für Gestaltung und Kunst (Fachhochschule Nordwestschweiz) bietet neu eine Studienwoche unter der Leitung von Kochbuchautor, Texter und Storyteller Claudio Del Principe an. Berufsleute können sich eine Woche vertieft mit Tradition und Zukunft von handgemachter Pasta beschäftigen. Der nächste Start erfolgt am 25. November 2024 (mit Anmeldeschluss 21. Oktober). Der Kurs mit Unterrichtssprache Deutsch kostet 950 Franken.

Terravigna expandiert

Die Terravigna AG mit Hauptsitz in Utzenstorf BE eröffnete bereits im August an der Kalendergasse 1 in Sihlcity mit einem Soft Opening einen Weinladen in Zürich, der von Montag bis Samstag von 10.30 bis 20 Uhr geöffnet ist. Das auf das Gastgewerbe und den Fachhandel spezialisierte Familienunternehmen spricht von einem Meilenstein in der Firmengeschichte.

Hotellerie ohne Plastik

82 praktikable Lösungen für eine plastikfreie Hotelbranche: Seit der Gründung Mitte der 1990er-Jahre hat sich Six Senses auf den Weg gemacht, Plastik in allen Abteilungen zu verbannen. Die gesamte «Journey to Plastic Freedom» – also die Reise in eine Welt ohne Plastik – wurde von den Six-Senses-Nachhaltigkeitsteams dokumentiert. Jetzt teilt das Unternehmen seine Erkenntnisse mit der Hotelbranche in Form eines Handbuchs.

«Old Fashioned Week»

Der Old Fashioned gilt als einer der ältesten und traditionsreichsten Cocktails der Welt. Während der «Woodward Reserve Old Fashioned Week» vom 1. bis 10. November 2024 servieren rund hundert Bars in der ganzen Schweiz Eigenkreationen des zeitlosen Klassikers.

Die Reise ins Universum soll die Welt erobern

Der Europa-Park ist bekannt für nervenkitzelnde Achterbahnen. Inzwischen ist auch das gastronomische Angebot riesig – mit dem Erlebnisrestaurant Eatrenalin als Superstar.

Text Reto E. Wild

Am 4. November 2022 starteten die «new dimensions of dining» – so steht es in der Werbebroschüre über das Eatrenalin. Das Gourmetrestaurant befindet sich im Europa-Park, nur wenige Schritte vom Viersternehotel Krónasár entfernt, und ist von Donnerstag bis Montag geöffnet. Der Gast macht es sich in Ledersesseln bequem, die sich durch verschiedene Räume bewegen, und geht auf eine Reise mit Stopps in einem typischen Izakaya-Restaurant oder etwa im Weltall. Alle Sinne werden angesprochen: durch Stimmen («Enjoy every Moment of Life»),



Thomas Mack (l.) und Oliver Altherr vor dem Eatrenalin: «Geschmackserlebnisse werden stark von der Atmosphäre beeinflusst.»

Elektroklänge, Videoeinspielungen von einem Sonnenuntergang am Meer, der Auseinandersetzung mit süß, sauer, bitter und salzig sowie durch die kulinarischen Kreationen der Küchenchefs Ties van Oosten und Juliana Clementz.



Eine der ersten Vorspeisen, die sich «Ocean» nennt: Königskrabbe mit Erdbeeren und der Zitrusfrucht Buddhas Hand



Ein Umami-Ausflug nach Japan: Hamachi, Wakame und helle Sojasauce. Dazu wird ein perlender Junmai-Ginjo-Sake serviert.



Kaum zu glauben: Aber hinter diesem futuristischen Gericht verstecken sich Rinderbacke, Schwarzwurzel und Quinoa.

«Die Nachfrage ist auch fast zwei Jahre nach der Eröffnung hoch», sagt Oliver Altherr, Geschäftsführer von Eatrenalin und ehemaliger CEO Marché International. 160 Dinnergäste haben pro Abend Platz. «Einer der Hauptgedanken war, dass Geschmackserlebnisse stark von der Atmosphäre beeinflusst werden – ähnlich wie der Wein, der in den Ferien ganz anders schmeckt als zu Hause. Diese Idee wollten wir aufgreifen und das Zusammenspiel von Gerichten, Getränken und Atmosphäre zu einem ganzheitlichen

kulinarischen 360-Grad-Erlebnis machen.» Die Verantwortlichen planten, das aufregendste Restauranterlebnis der Zukunft zu kreieren – ein Projekt, das sich über fünf Jahre Entwicklungszeit erstreckte.

Thomas Mack, geschäftsführender Gesellschafter des Europa-Parks, verrät: «Nachdem wir Eatrenalin im Erlebnisresort erfolgreich etabliert haben, ist es das Ziel, Eatrenalin in den Metropolen dieser Welt zu präsentieren. Das internationale Roll-out ist für die nächsten

Jahre geplant.» Nach seinem Studium an der SHL in Luzern war es ihm von Anfang an ein Anliegen, den Gästen eine Vielfalt an hochwertigen gastronomischen Erlebnissen zu ermöglichen. Neben der klassischen Freizeitparkgastronomie bieten bereits die Viersternehotels eine kulinarische Vielfalt an. «Mit dem Erlebnisrestaurant Eatrenalin und dem Zwei-Michelin-Sterne-Restaurant Ammolite präsentieren wir Fine Dining auf höchstem Niveau. Kulinarik hat bei uns einen hohen Stellenwert», unterstreicht Mack.

ANZEIGE

■ GEBERIT

ANGENEHM
EINFACH

GEBERIT AQUACLEAN.
DAS DUSCH-WC.

DESIGN
MEETS
FUNCTION

Immer mehr Gäste schätzen die komfortable Möglichkeit, sich nach dem Toilettengang mit Wasser statt Papier zu reinigen. Mit Geberit AquaClean Alba erfüllen Sie die steigenden Gästeanforderungen an Komfort und Hygiene. Das neue Dusch-WC besitzt alle Qualitätsmerkmale von Geberit zu einem sehr attraktiven Preis, ist zuverlässig im Betrieb und einfach zu warten. Erfahren Sie mehr unter www.geberit.ch/aquaclean-hotel.

ANZEIGE

SWICA

GASTROSOCIAL

Darauf stossen wir an:
optimale Versicherungs-
lösungen für die Gastronomie

Als Versicherungspartner von GastroSuisse bieten wir Ihnen erstklassige L-GAV-konforme Lösungen rund um Krankentaggeld und Unfall. Haftpflicht- und Sachversicherungen machen das Menu komplett. Und: Dank der Partnerschaft mit GastroSocial kümmern sich unsere Branchenprofis ums Kleingedruckte und Sie sich voll und ganz um Ihre Gäste. Ganz nach Ihrem Geschmack?

QR-Code scannen oder via Webseite mehr erfahren: gastroversicherungen.ch



Pascal Steffen:
«Luxus bedeutet für mich
Zeit – sie ist das Einzige,
das für alle limitiert ist. Und
mit ehrlichen Produkten
arbeiten zu können.»

«Meine Lebenseinstellung? Man muss ehrlich sein»

Er ist eher einer der Stillen, der mit einer gewissen Coolness stets seinen Weg ging: **Pascal Steffen** zelebriert im **Restaurant Roots** in Basel konstant nachhaltigen Gourmetgenuss auf höchstem Niveau, bei dem Gemüse eine Starrolle einnimmt. Mit dem **GastroJournal** spricht er über seine Werte, seine neue Rolle als Unternehmer und weshalb er fünf Jahre an einem einzigen Gericht tüftelte.

TEXT CORINNE NUSSKERN — FOTOS DANIEL WINKLER

Ein Lichtstrahl fällt auf die drei Einmachgläser und verleiht den eingelegten Dillblüten, Arvenzapfen und Wickenblüten ein zwischen Senfgold und Olivgrün changierendes Leuchten. Auf dem Tisch liegen eine fingrige Schwarzwurzel, diverse Randen und ein Knollensellerie. Es ist die Welt des Gemüsezaubers Pascal Steffen (38). Aber nicht nur. Der Küchenchef zeigt ein in Koji mariniertes Rindsentrecôte. «Bis am Samstag ist das superzart und nussig im Geschmack», schwärmt er. Seit 2017 begeistert der gebürtige Luzerner im Restaurant Roots in Basel mit seiner gemüsestarken Gourmetküche in entspanntem Ambiente. Aktuell hält er zwei Michelin-Sterne und 18 GaultMillau-Punkte, der grüne Michelin-Stern wäre längst überfällig! Anfang 2025 zieht er mit dem Roots vom Rhypark ins einstige Restaurant Oliv im Bachlettenquartier – und er wird Teilhaber: Das Roots wird in Zukunft von Dragan Ropic und Pascal Steffen gemeinsam geführt.

Pascal Steffen, das heisst, Sie sind nun auch Unternehmer!

PASCAL STEFFEN: Ist man das nicht immer? Überall, wo ich arbeitete, war es für mich stets ein Ansporn, auch den Aspekt des Unternehmertums zu leben. Es nützt nichts, wenn ich Gutes kochen kann, doch zu hohe Mitarbeiter- und Warenkosten habe und zu wenig Einnahmen generiere. Das Geschäft muss laufen, auch das ist Nachhaltigkeit. Ich hatte nie jemanden, der mich finanziell unterstützte, sodass ich einfach machen konnte. Zum Glück! Ich bin so aufgewachsen. Wollten wir ein neues Velo, mussten wir dafür sparen. Klar gaben die Eltern ihren Teil dazu. Aber dadurch hatte das neue Velo einen ganz anderen Wert. Diese Grundgedanken mit auf den Weg zu bekommen, ist später sehr hilfreich.

Ein kurzer Blick zurück: Wo und wie sind Sie aufgewachsen, und wollten Sie schon immer Koch werden?

Sehr ländlich und behütet und mit zwei Geschwistern im lu-

zernischen St. Urban. Durch meine italienischen Wurzeln, meine Mutter ist Italienerin, standen das Essen und das Miteinander-Essen immer im Mittelpunkt. Ich half oft beim Kochen. Meine Primarlehrerin sagte kürzlich, als sie hier im Roots war, dass ich schon in der zweiten Klasse Koch werden wollte.

Gemüse steht bei Ihnen im Zentrum. Haben Sie schon als Kind freiwillig nach Gemüse gegriffen?

Ja. Wir hatten einen Garten, in dem meine Eltern Setzlinge zogen – ein bisschen wie in einem italienischen Schrebergarten. Ich hatte kürzlich ein Gericht mit Tomaten auf der Karte, das mich stark an Momente meiner Kindheit erinnerte. Für mich waren damals eine Tomate, die von der Sonne gewärmt am Strauch hing, und der Duft des Strauches das Beste überhaupt! Mit dem Birsmattehof in Therwil BL habe ich heute das Glück, einen Produzenten zu haben, der die Tomaten nicht kühlt.

Haben Sie das «Garten 28», ein Gericht mit 28 verschiedenen Gemüseinterpretationen aus saisonalen Bio-Produkten, vom Birsmattehof noch?

Das kann ich nicht von der Karte nehmen, es ist zu beliebt! Es ist meist ein kaltes Gericht, ähnlich einem zusammengestellten Salat, der die Saison widerspiegelt und mit 28 Positionen die Vielfalt von Gemüse zeigt. Es ist unser Experimentierteller, der sicherlich am meisten Zeit in Anspruch nimmt. Letztes Jahr hatten wir Chayoten. Sie haben wenig Eigengeschmack, aber mit einer Marinade kann man viel herausholen. Man muss immer weiterdenken. Das ist das Spannende an unserem Beruf.

Der bewusste Umgang und auch die Wertigkeit von Produkten sind Ihnen wichtig. Wo beginnen und wo enden sie?

Es ist ein Kreislauf, und der beginnt bereits beim Boden und



★ **Pascal Steffen**

Pascal Steffen (38) wächst in St. Urban LU auf, absolviert die Kochlehre im Landgasthaus Lerchenhof in Mehlsecken LU, sammelt Erfahrungen im Tschuggen Grand Hotel in Arosa GR, im Hotel Walsershof in Klosters GR oder in Malaga (E) und arbeitet sich stetig hoch: sei es bei Andreas Caminada auf Schloss Schauenstein in Fürstenua GR oder bei Nenad Mlinarevic im Park Hotel in Vitznau LU. Seit 2017 ist er Küchenchef im Restaurant Roots im Basler Rhympark (2 Michelin-Sterne, 18 GaultMillau-Punkte, 36 Plätze, 12 Mitarbeitende). Ab 2025, mit dem Umzug des Betriebs ins Ex-Restaurant Oliv in der Nähe des Zolli (30 Plätze), wird er Roots-Teilhaber. Pascal Steffen hat erfolgreich an diversen Kochwettbewerben teilgenommen, ist Chefkoch und G3-Absolvent. Er lebt in Basel.

Samen. Wo kommt er her? Wo und wie wird ein Produkt angebaut? Sind es alte oder neue Sorten? Ich finde es enorm wichtig, dies zu wissen und sich dessen bewusst zu sein. Wo immer es möglich ist, sollte man darauf achten. Auch wie viele Ressourcen hinter einem Produkt stecken. Es ist nicht einfach ein Rüebli, da stehen immer Menschen dahinter! Jemand hat es gesät, den Setzling gezogen, gehegt und gegossen und schliesslich geerntet. Reine Regionalität ist ein alter Hut. Wichtig ist es zu wissen, wie die Arbeitsbedingungen auf einem Hof sind. Bekommt die mitarbeitende Frau des Bauers auch Lohn und Sozialleistungen bezahlt? Das sollte man alles hinterfragen.

Darf ein Produkt auch mal von weiter weg herkommen?

Es darf, aber auch dort müssen die Bedingungen stimmen. Zum Birsmatthof habe ich einen nahen Bezug. Das schafft Transparenz, und ich vertraue ihnen. Bei einem Produzenten, den ich nie sehe, ist das schwieriger.

Gibt es Produkte, bei denen Sie auch mal ein Auge zudrücken?

Ich schliesse nicht viele Produkte aus, aber gestopfte Gänse- und Entenleber, Thunfisch oder Aal müssen nicht sein. Unsere Eier macht vieles kaputt. Kaviar gibt es tonnenweise, doch Bergkartoffeln wie die Corne de Gatte von Freddy Christandl und Marcel Heinrich aus Filisur GR sind selten! Das ist etwas sehr Spezielles und ein Privileg mit diesen arbeiten zu können. Auch da habe ich einen schönen Bezug: In meinen ersten Ferien, an die ich mich erinnern kann, fuhren wir dem Zug in ein Hotel nach Filisur.

Wenn in Ihren Gerichten Tierisches integriert ist, dann ist es meist etwas Spezielles wie Wels, Hecht, Lammhals. Was ist da Ihr Anspruch?

Es geht darum, neben dem Produkt, unsere Handwerkskunst und unser Können in den Mittelpunkt zu stellen. Das bedingt ein gewisses Fachwissen. Vor einem Monat nahm ich eine Wildsau auseinander, das heisst «ein Wild aus der Decke schlagen». Zuletzt machte ich das während meiner Lehre. Ich erinnerte mich genau, wie ich vorgehen musste. Das ist wie Velofahren, man verlernt es nicht.

Elaborierte Saucen, Fonds und Essenzen sind ebenso eines Ihrer Markenzeichen – oder gar ein Markenzeichen der Basler Sterneköche?

Vielleicht ist es das Rheinwasser (lacht). Saucen und Fonds sind essenziell. Ein holländisches Sprichwort sagt: «Was für die Sprache die Grammatik ist, ist die Sauce für die Kochkunst.» Das sagt alles. Es braucht aber gute Grundprodukte und Zeit, viel Zeit.

Ihre Kreationen wirken so leicht, mit perfekt austarierten Farben und Formen. Wie lange tüfteln und arrangieren Sie, bis sie so perfekt sind?

Es sind Prozesse, die können von einer halben Stunde bis zu fünf Jahren dauern. Das war das längste (lacht). Ich war noch in Vitznau, als ich die Idee von einer Schweinskopfbake mit Rettich hatte. Aber es passte irgendwie nie, nie war es richtig rund. Ich legte die Notizen zur Seite, nahm sie wieder hervor,

«Erst kürzlich habe ich mal wieder ein Wild aus der Decke geschlagen. Es ist wie Velofahren: Man verlernt es nicht.»

legte sie zur Seite. Eines Tages blätterte ich in meinem selbst geschriebenen Rezeptbüchlein und stiess auf eine Sauce, die ich einst in Madrid kennengelernt hatte, die Salsa Shanghai, eine Szechuanpfeffersauce. Und diese harmoniert perfekt! Seither machen wir im Roots immer mal wieder eine Interpretation davon. Für viele Gäste ist es das Highlight-Gericht.

Die Sternegastronomie ist im Wandel. Einige Chefs verabschiedeten sich freiwillig, andere mussten. Wie kann die Sternegastronomie langfristig bestehen?

Aus meiner Sicht müssen wir zurück zu einer ehrlichen Gastronomie. Wichtig ist, das Unternehmereische im gesamten Prozess zu denken und die Nachhaltigkeit einfließen zu lassen, damit alle davon leben können. Dann gibt es eine schöne Sache. Einfach ehrlich sein und auf allen Ebenen und in allen Bereichen den Betrag verlangen, den man muss, und der das Produkt oder die Dienstleistung wert ist. Ich diskutiere nie mit einem Produzenten über den Preis. Es ist ein Geben und ein Nehmen, dahin müssen wir zurückkehren und uns auf wirklich wichtige Werte wie zum Beispiel das Zwischenmenschliche fokussieren.

Führen Sie nach diesen Werten auch Ihre zwölf Mitarbeitenden?

Wir verbringen hier so viel Zeit zusammen, da muss das Zwischenmenschliche stimmen. Manchmal staunen sie, welche megaklare Ansagen ich mache, an denen es nichts zu rütteln gibt (lacht). Andererseits gehen wir nach dem Service auch zusammen



Ihr Hotelbäcker.

Da greift man gerne zu: Mit viel Leidenschaft und Bäckerstolz produzieren wir als eigenständiges Schweizer Familienunternehmen ein breites Sortiment tiefgekühlter Feinbackwaren sowie Konditoreiprodukte und beliefern damit die ganze Schweiz. Demnächst auch Sie?

Wir freuen uns auf Ihren Besuch auf romers.swiss oder Ihren Anruf unter 055 293 36 36.



Der «Garten 28»: 28 Produkte vom Birsmatthof in Therwil BL auf einem Teller



Fenchel mit Lammhals aus dem Berner Oberland und verschiedenen Kräutern



Eingelegter Spargel mit Felchen von Nils Hofer aus Meggen LU

Pascal Steffen – entweder oder:

Ovomaltine oder Grüntee?

Es kommt auf den Tag an. Beides ist toll.

Kreuzkümmel oder Senfkörner?

Senfkörner für Pickles, Kreuzkümmel für Orientalisches.

Wein oder Bier? Champagner!

Rasmus Munk vom Alchemist in Kopenhagen oder Massimo Bottura von der Osteria Francescana in Modena?

Beide sind spannend, und bei beiden geht es weniger ums Essen, sondern mehr um dessen Inszenierung. Aber: Massimo Bottura.

Grill oder Kupferpfännli? Grill.



Pascal Steffen: «Teilhaber des Roots zu werden, ist ein klares Statement, das hier weiter machen zu dürfen. Und es ist eine enorme Anerkennung für meine Arbeit.»

etwas essen und sitzen gemütlich beisammen. Meine Mitarbeitenden wissen: Wir machen hier Spitzensport, müssen etwas abliefern, und dabei uns und dem Gast gegenüber ehrlich bleiben. Da muss einer die Zügel in die Hand nehmen.

Demnächst kochen Sie zusammen mit Ihren Mitarbeitenden zum zweiten Mal am Excellence-Gourmetfestival auf dem Rhein. Was reizt Sie daran?

Vom Roots aus ist es quasi ein Heimspiel. Es ist ein Event, bei dem man aus seiner Komfortzone kommen muss. Ich frage jeweils meine Mitarbeitenden, ob sie mitmachen möchten. Sie sagen sofort «Ja, klar!» und freuen sich immer darauf.

Und am 11. November öffnen Sie Ihre Küche für den Gastro-Futura-Event OpenKitchens. Ein Anlass, der dazu beitragen soll, die Nachhaltigkeitstransformation zu fördern.

Ich freue mich riesig darauf. Eigentlich bräuchte es, um Klarheit zu schaffen, eine Zertifizierung für Nachhaltigkeit. Doch wenn man es lebt, spielt es wiederum keine Rolle, ob man das

Siegel hat oder nicht. Da ist es wieder: Man muss ehrlich sein, das ist eine Lebenseinstellung.

Was raten Sie jüngeren Kolleginnen und Kollegen, die es so weit bringen möchten wie Sie?

Man muss sich selbst und ehrlich zu sich sein und es richtig machen. Als ich vor sieben Jahren hier begann, den Fokus auf Gemüse zu richten, hatte ich einen ziemlich schweren Stand. Es gab Leute, die das belächelt haben. Heute begegnen wir uns auf Augenhöhe. Man darf sich nicht beirren lassen oder gar aufgeben, wenn es nicht sofort funktioniert. Ich trage seit der dritten Klasse einen Zettel im Portemonnaie, darauf steht: «Es gibt mehr Leute, die kapitulieren, als scheitern.» Man muss sich bewusst sein, dass ein Restaurant nicht vom ersten Tag an eine volle Auslastung generiert. Es braucht Zeit sowie die Einstellung, immer seine besten 200 Prozent geben zu wollen für das, was einem Freude und Spass macht. Ich kann entweder einer von vielen sein oder viel dafür tun, um etwas anderes und Spezielles zu machen.

SCHWERPUNKT

K wie künstliche Intelligenz

Mit ChatGPT und Chatbots sowie Alexa und Siri hat die künstliche Intelligenz (KI) längst Einzug in unseren Alltag gehalten. KI wird primär vor allem für Text-, Bild- und Sprachgenerierung verwendet. Betriebe im Gastgewerbe können ebenfalls von KI profitieren.

Text Iris Wettstein

Eine der berühmtesten KI ist ChatGPT. Diese KI wird auf der ganzen Welt von Millionen Menschen für die Erstellung von Texten verwendet, es entfällt das mühselige Zusammensuchen von Informationen auf unterschiedlichen Webseiten. ChatGPT spuckt alles in Sekundenbruchteilen aus. Wichtig ist dabei, dass man sich vor Augen hält, dass die KI ihre Inhalte auf Wahrscheinlichkeiten gene-

riert und nicht auf Fakten. Daher sollte man sich auf keinen Fall blind darauf verlassen. Um eine möglichst akkurate Antwort zu erhalten, gibt es einige wichtige Details zu beachten: spezifische Fragen stellen, den Kontext beschreiben, statistische Daten für präzisere Antworten verwenden, keine Höflichkeitsformeln verwenden, denn das macht ChatGPT faul, sowie Beispieltexte als Trainingsmaterial verwenden.

DO'S

- Personal einbinden: Schulen Sie das Team im Umgang mit KI-Tools.
- Prozesse schrittweise automatisieren: Beginnen Sie klein mit der Automatisierung und erweitern Sie diese allmählich.
- Anbieter sorgfältig auswählen: Wählen Sie erprobte KI-Lösungen und Anbieter, die Erfahrung haben.

DONT'S

- Ignorieren von Kundenbedürfnissen: Vermeiden Sie den Einsatz von KI, der nicht den Kundenwünschen entspricht.
- Unterschätzung der Kosten: Berücksichtigen Sie alle Kosten für die Implementierung von KI.
- Vernachlässigung der Datensicherheit: Priorisieren Sie die Datensicherheit, um rechtliche Probleme zu vermeiden.

KI im Gastgewerbe

Im Gastgewerbe gibt es diverse Anwendungsmöglichkeiten für KI, um den Alltag in den Betrieben etwas zu vereinfachen. Ein Punkt ist die Personalplanung. Mit einer KI zur Dienstplanoptimierung (zum Beispiel gastromatic) werden die Arbeitsstunden und die Dienstpläne automatisch kalkuliert. So kann ein optimaler Mitarbeiterinsatz gewährleistet werden, zumal die Mitarbeitenden ihre Wünsche über eine App eingeben können.

Ein weiterer Punkt ist die Automatisierung des Bestellprozesses. Dank laufender Bestandesanalysen wird nur bestellt, was wirklich benötigt wird, es kommen frischere Zutaten auf den Tisch, und Foodwaste kann vermieden werden. Um diese Herausforderung anzugehen, gibt es noch explizitere Hilfen (zum Beispiel kitro oder winnowsolutions). Dabei wird weggeworfenes Essen gescannt, gewogen und Warengruppen zugeordnet. Dadurch wird nicht nur berechnet wie viel Geld verschwendet wird, sondern

auch, welche Rezepturen überarbeitet oder wie die Ausgabemengen angepasst werden sollen.

Was nicht vergessen werden darf ist der Datenschutz. Die Daten der Gäste und der Angestellten müssen jederzeit geschützt werden.



Adobe Stock (kugeneren Bild)

3

FRAGEN AN



FABIO ARESU

Fabio Aresu ist Gründer der Marken Kern AG in Chur und Experte für Marketing, digitale Transformation und KI-Beratung mit über 20 Jahren Erfahrung. Zudem ist er Dozent an der ibw Höhere Fachschule Südostschweiz.

1—Wie kann man das Bestmögliche aus der KI herausholen?

Es ist entscheidend, die KI als Unterstützungstool für Mitarbeitende zu betrachten und nicht als Ersatz. Eine schrittweise Implementierung ermöglicht, eigene Erfahrungen zu sammeln und die Akzeptanz im Team zu erhöhen.

2—Wo sehen Sie die Vorteile von der Nutzung von KI im Gastgewerbe?

KI kann die Effizienz im Betrieb erheblich steigern, indem sie Routineaufgaben automatisiert. Zudem ermöglicht sie eine personalisierte Gästebetreuung durch die Analyse von Vorlieben und Verhaltensmustern. Das führt zu einer besseren Kundenerfahrung.

3—Wo sehen Sie Nachteile?

Die Implementierung erfordert oft hohe Anfangsinvestitionen und kontinuierliche Schulungen, was gerade für kleinere Betriebe eine finanzielle Herausforderung darstellen kann. Es besteht die Gefahr, dass durch zu starke Automatisierung die menschliche Note und Authentizität verloren geht, die viele Gäste im Gastgewerbe besonders schätzen.

ANZEIGE



ARIANE

GTW 3300 & 5700

Die Spülmaschinenmodelle von GEHRIG bieten eine Kombination aus hoher Leistung, Platzersparnis, Energieeffizienz und höchster Hygiene. Sie sind darauf ausgelegt, deine Betriebskosten durch einen minimalen Verbrauch von Wasser und Strom zu reduzieren.

Schweizer Qualität. Innovative Technik. Kompromisslos.

gehriggroup.ch

GEHRIGGROUP
Swiss Gastro Service



ZUGRAFEN
Rafael Bettio ist ehemaliger Gastronom und Gründer von OpInStar.

«Bewertungen werden von Betrieben unterschätzt!»

Mit OpInStar will **Rafael Bettio** das Bewertungsmanagement in der Gastronomie- und Hotelleriebranche revolutionieren. Wie Betriebe von der Plattform profitieren können und warum Bewertungen mehr sind als nur Sterne im Internet, erklärt der ehemalige Gastronom im Interview mit dem GastroJournal.

TEXT OLIVER BORNER

Rafael Bettio, wie wichtig sind Bewertungen für die Gastronomie?

RAFAEL BETTIO: Onlinebewertungen sind für Gastronomiebetriebe von grosser Bedeutung. Sie geben den Gästen Anhaltspunkte, die sie dazu bewegen können, einen Betrieb zu besuchen. Zudem helfen Bewertungen den Betrieben, Vertrauen zu schaffen und bekannter zu werden.

Welche Herausforderungen bringen Bewertungen für die Betriebe mit sich?

Die Herausforderungen liegen im Management der Bewertungen. Sie müssen gelesen und beantwortet werden. Dafür haben Gastronominnen und Gastronomen in der Regel kaum oder gar keine Zeit. Mit OpInStar wollen wir die Betriebe beim Management unterstützen.

Wie sieht diese Unterstützung aus?

Konkret übernehmen wir das gesamte Bewertungsmanagement für die Betriebe. Wir stellen eine Web-App zur Verfügung, welche einerseits mittels künst-

licher Intelligenz Antworten auf die Bewertungen verfasst und andererseits diese Bewertungen auf Google, Tripadvisor und so weiter hochlädt. Dadurch spart der Betrieb bis zu 95 Prozent der Zeit ein, die er normalerweise für diese Arbeit aufwenden müsste.

Warum ist es wichtig, dass Bewertungen beantwortet werden?

Eine Antwort auf eine Bewertung ist eine direkte Kommunikation mit einem Gast und potenziellen Gästen. Wenn jemand

auf eine Bewertung nicht antwortet, straft ihn zudem der Google-Algorithmus ab. Das kann Reichweite und Umsatz kosten. Denn: Eine Fünfsternebewertung bei Google ist – konservativ gerechnet – zwischen 50 und 200 Franken wert. Beantworten ist also nicht nur für den Gästekontakt wichtig, sondern wirft auch noch mehr Umsatz ab.

Welche Vorteile bringt OpInStar für Gastrobetriebe?

Der grösste Vorteil ist die Zeitersparnis. Der Gastronom muss sich um nichts kümmern, OpInStar übernimmt die Arbeit für ihn. Dank unseren Bewertungskärtchen bringen wir zudem mehr zufriedene Gäste dazu, dem Betrieb eine Bewertung zu hinterlassen.

Bewertungskärtchen?

Die Betriebe können bei uns innovative NFC-Kärtchen, Tischsteller und weitere praktische Hilfsmittel bestellen. Diese werden den Gästen, beispielsweise kurz vor dem Bezahlen der Rechnung, mit der freundlichen Bitte um eine Bewertung gezeigt. Der Gast hält sein Smartphone einfach an die NFC-Karte, scannt diese

und kann sofort, ohne jegliche Anmeldung, eine Bewertung auf Google oder einer anderen Plattform abgeben.

Die Vorteile scheinen zu überwiegen. Wie viele Betriebe in der Schweiz verwenden bereits OpInStar?

In der Schweiz sind es momentan 100 Betriebe, die unsere Plattform nutzen. Weltweit bedienen wir über 200 Betriebe.

Was kostet OpInStar?

Das hängt vom Abo ab. Die Abos kosten zwischen 57 und 297 Franken pro Monat. Man erhält dafür Werbung, Automation, KI, erhöht die Onlinesichtbarkeit, SEO, kann direkt auf Social Media posten, ohne technische Kenntnisse zu besitzen.

Wie empfinden Sie das Interesse an OpInStar, und welches Feedback erhalten Sie?

Das Interesse nimmt stetig zu. Die Rückmeldungen sind durchs Band positiv, was uns sehr freut.

Welche Ziele stecken Sie sich für OpInStar in den nächsten Jahren?

Unser Ziel ist es, unsere Dienstleistungen noch individueller zu gestalten, es soll aber immer so einfach bleiben, wie es ist. Darüber hinaus arbeiten wir kontinuierlich daran, unsere KI-basierten Antwortmöglichkeiten zu optimieren, damit auf jede Bewertung präziser reagiert werden kann. Zusätzlich möchten wir die Funktionen im Hintergrund erweitern – beispielsweise durch die Einführung eines Tools, das automatisch Weiterempfehlungsgutscheine an Kunden sendet, die eine positive Bewertung abgeben. Das kann beispielsweise ein Tool sein, das einen Gutschein an jeden verlost, der eine gute Bewertung abgibt.

PROFITIEREN SIE JETZT VOM SPEZIALRABATT!

In Zusammenarbeit mit dem GastroJournal bietet OpInStar allen Leserinnen und Lesern unter dem Promotionscode: GASTROJOURNAL20 einen exklusiven Rabatt! Informationen zu den Angeboten finden sich auf der Website www.opinstar.com.

ANZEIGE

CWS
HYGIENE

- Echtdaten zum Spenderstatus**
- Weniger Verschwendung**
- Kostensparnis**
- Optimierte Materialwirtschaft**
- Effizientes Waschausstattung-Management**

smartMate IoT von CWS Hygiene

Ihre Waschausstattung jederzeit und überall mit unserer Mobil- oder Desktop-App im Griff!

CWS Hygiene ist Partner von

GASTRO SUISSE

0800 800 297

www.cws.ch



«Viele schauen zuerst auf Instagram, ob sich ein Restaurantbesuch lohnt»

Die 24-jährige Jurastudentin Julia Sieber betreibt den Blog «zurich.foodguide» mit 47 000 Followern und arbeitet seit März 2024 als Social Media Manager bei David Geisser. Wie können Gastronomen von Instagram profitieren?

INTERVIEW RETO E. WILD



Julia Sieber ist mit «zurich.foodguide» auf Instagram und geht wöchentlich viermal auswärts essen: «Mich fasziniert die Geschmacksvielfalt.»

Julia Sieber, weshalb sollten sich Restaurantbesitzer um Instagram kümmern?

JULIA SIEBER: Bei Restaurants geht es nicht nur ums Essen, sondern auch ums Erlebnis. Auf Instagram lässt sich mit Videos eine Geschichte erzählen. Das schafft Emotionen. Immer mehr entscheiden sich aufgrund des Instagram-Auftritts, ob sie ein Restaurant besuchen. Sehen sie keine Bilder vom Essen, wählen sie ein anderes Lokal aus. Oder anders ausgedrückt: Heute schauen sich viele zuerst auf Instagram an, wie sich ein Restaurant präsentiert und treffen erst danach die Wahl.

Was kostet ein Instagram-Auftritt?

Grundsätzlich ist es auf Instagram einfacher und kosteneffizienter, mit einer Werbestrategie eine Zielgruppe zu erreichen. Influencer, die rund 50 000 Follower haben, verlangen für ein Reel meist

500 bis 700 Franken inklusive drei Story-Slights. Ich verlange etwas weniger, da ich die gesamte Vielfalt der Zürcher Gastronomie zeigen möchte.

Doch mit einem Reel ist es nicht getan. Das stimmt. Als Betrieb musst du eine Instagram-Seite und Content haben. Zum Start genügt es, in einen Produktionstag mit einem Fotografen zu investieren, der Bilder macht, die man nach und nach posten kann. Dank der Zusammenarbeit mit einem Influencer kann man neue Kunden aufbauen. Wichtig ist, dass die Restaurants ihre Essen schön präsentieren und zeigen, wie die Atmosphäre im Betrieb aussieht. Die Posts müssten einen roten Faden haben. Wer sich einen Social Media Manager leisten kann, ist umso besser dran.

Worauf muss man sonst noch achten?

Es ist vorteilhaft, auf Instagram ein

Menü zu präsentieren. Einige zeigen das als «Storyhighlight». Idealerweise werden saisonale Spezialitäten, Wochenmenüs – diese am besten zum Anfang der Woche – oder Events gefördert. Dies sollte möglichst jeden Tag gemacht werden. Gut kommen auch Storys hinter den Kulissen an. Mit Reels, die sich aus diversen Fotos zusammenstellen lassen, erreichst du mehr Reichweite als mit Feedposts. Sehr gut kommen «Actionshots» an, beispielsweise ein Eigelb, das rausläuft oder Burrata, der auseinandergezogen wird.

Wer macht das besonders gut?

Tenz Momo hat kürzlich ein Reel gepostet über eine Kooperation mit der Jucker Farm: Gezeigt wurde ein cooles Bild mit Mimos aus Kürbis, die aktuelle Spezialität. Das war so schön inszeniert, dass die Konsumenten dieses Gericht unbedingt probieren möchten. Tenz Momo hat generell ein lustiges, farbenfrohes Marketing. Sehr gut macht es auch das Khorris Restaurant in Zürich mit den Mezzes. Gesehen werden Essen und Menschen, die am Geniessen sind, alles im gleichen Stil. Das kommt sehr gut an.

Sie betreiben den Blog

«zurich.foodguide». **Wie oft gehen Sie auswärts essen? Was fasziniert Sie an der Gastronomie?**

Für meinen Kanal esse ich im Schnitt viermal wöchentlich auswärts. Da ich zusätzlich mit David Geisser an Anlässen bin, besuche ich privat nur noch alle drei Wochen ein Restaurant, um es handyfrei geniessen zu können. Mich fasziniert die Geschmacksvielfalt, die auch länderübergreifend sein kann. Dahinter steckt so viel Tradition und jahrhundertalte Erfahrung. Kulinarik verbindet die Menschen. •



ONLINE BEANTRAGEN
LABELFAITMAISON.CH



BRINGEN SIE IHRE TALENTE & KREATIONEN ZUR GELTUNG!

HANDWERK. GESCHMACK. TRANSPARENZ.



SIE KOCHEN FRISCH MIT ROHPRODUKTEN?
HAUSGEMACHT IST IHR GRUNDSATZ, CONVENIENCE DIE
AUSNAHME: SCHAFFEN SIE TRANSPARENZ FÜR IHRE GÄSTE
UND LASSEN SIE SICH "FAIT MAISON" ZERTIFIZIEREN.

Sie profitieren von zusätzlicher Sichtbarkeit, einem nationalen Netzwerk, starken Werten und einem positiven Image.

«Bärner Meitschi» zeigt, wie Gastromarketing mit Bloggern zum Erfolg wird



Sie sind die «Bärner Meitschi»: Nina Sonderegger, Simona Triet und Jeanine Zaalberg (v. l.)

Erfolgreiche Bloggerinnen wie die «Bärner Meitschi» können für Gastronomiebetriebe wertvolle Marketingpartner sein. Mit **Authentizität und Gespür für Trends** erreichen sie eine breite Leserschaft. Im Interview mit Marketingexperte Patric Schönberg geben sie Tipps, wie Gastronomen dank Bloggern ihre Zielgruppen optimal erreichen.

INTERVIEW PATRIC SCHÖNBERG

Was genau sollte man im Jahr 2024 unter einem Blog verstehen?

Einfach gesagt eine digitale Plattform, auf der Personen Inhalte zu einem Themengebiet veröffentlichen. Via Blogs werden typischerweise persönliche Erfahrungen, Fachwissen oder Meinungen mit den Lesern geteilt. Blogs haben oft interaktive Elemente wie eine Kommentarfunktion, um den Austausch zwischen Autoren und Leser zu fördern. Zudem gehören zu vielen Blogs auch

Social-Media-Kanäle, die wiederum auf die Bloginhalte aufmerksam machen.

Wo ist die Abgrenzung zwischen Blogger und Influencer?

Influencer setzen sich selbst in Szene, sie sind die Marke. Wir als Blogger sind Content Creator und setzen den Betrieb mit seinen Eigenheiten ins Zentrum. Unser Blog hat Magazincharakter, keinen People-Charakter. Der Leser kommt aufgrund des Themas «Gastronomie in

Bern» zu uns. Die meisten kennen die Personen vom Team «Bärner Meitschi» nicht persönlich. Zudem sind unsere Inhalte nicht auf Social Media beschränkt und somit weitaus langlebiger.

Wieso sind Blogs aus eurer Sicht ein wirkungsvolles Marketinginstrument?

Blogs wie «Bärner Meitschi» bieten authentische und vor allem glaubwürdige Berichterstattung. Dies wird von den Leserinnen sehr geschätzt. Wenn unabhän-

gige Blogger über ein Restaurant schreiben, wirkt dies vertrauenswürdiger als Eigenwerbung etwa mit Inseraten. Diese Beiträge erzielen meist auch grössere Reichweite, da die Blogger etablierte Lesergruppen haben. Darüber hinaus führen Berichte von reichweitenstarken Bloggern dazu, dass ein Restaurant seine Onlinepräsenz deutlich steigern kann und bei Google eher gefunden wird. In der Fachsprache spricht man hier auch von einer hohen SEO-Relevanz.

Was empfiehlt ihr Betrieben, die mit Bloggern zusammenarbeiten wollen, konkret?

Wichtig ist, eine klare Strategie zu haben und sich zu überlegen, welche Ziele man durch die Zusammenarbeit erreichen will. Dazu gehören Fragen wie: Zu welchem Thema will ich präsent sein? Welche Zielgruppe möchte ich ansprechen? Passt die Art des Blogs zu meiner eigenen Marke? So ist beispielsweise ein Grossteil unserer monatlich rund 50 000 Leserinnen etwa 25 bis 45 Jahre alt, in oder rund um Bern wohnhaft und an Food und Lifestyle interessiert. Somit sind wir sowohl für Cafés und Restaurants mit einfacher Küche als auch für Gourmetlokale in der Region ein guter «Fit».

Wie geht ein Restaurant am besten auf Blogger zu?

Eine frühzeitige Kontaktaufnahme per Mail oder Direktnachricht auf Instagram ist sinnvoll. Dabei sollte der Betrieb sich sowie seine Alleinstellungsmerkmale und die Motivation, um mit uns zu arbeiten, kurz beschreiben. Wichtig ist: Wir, wie auch die meisten anderen Blogger, sind unabhängige Berichterstatter und nicht Verfasser von vordiktierten Inhalten. Daher ist gegenseitige Wertschätzung besonders wichtig, damit eine Zusammenarbeit für beide Seiten sinnstiftend ist.

Welche Leistungen können konkret erwartet werden?

Bei einer Zusammenarbeit wird das Endprodukt jeweils im Voraus definiert. Neben einem Beitrag auf unserem Blog gibt es diverse Leistungen wie Instagram-Posts, Instagram-Reels, Newsletter-Posts, Verlosungen oder langfristige Kooperationen, die möglich sind. Selbstverständlich produzieren wir die Fotos, Texte und Videos selber. Entscheidend ist, dass bei einer vereinbarten Zusammenarbeit Klarheit herrscht, was an Lieferobjekten definiert ist.

Wie sieht es mit dem Preis aus?

Hier gibt es keine Pauschalantwort. Das Pricing bei einer vereinbarten Zusammenarbeit hängt stark von den definierten Leistungen ab – die Erstellung eines Blogposts ist beispielsweise aufwendiger als eine Instagram-Story und entsprechend teurer. Wichtig zu verstehen ist, dass der Preis sowohl die Erstellung der Inhalte als auch die gewonnene Reichweite durch die Präsenz auf unseren Kanälen reflektiert. Es kommt aber auch durchaus vor, dass wir von uns aus aktiv werden und Inhalte ohne Entgelt produzieren – einfach, weil wir ein bestimmtes Thema unserer Community vorstellen möchten.

Ihr besucht also auch proaktiv Restaurants – wie werdet ihr auf diese aufmerksam?

LIFESTYLEBLOG «BÄRNER MEITSCHI»

«Bärner Meitschi» ist als Lifestyleblog eine der führenden Informations- und Inspirationsquellen für alles rund um das Thema Essen und Trinken in Bern. Zusätzlich zur Website verfügt «Bärner Meitschi» auf Instagram über eine grosse und aktive Community. Hinter «Bärner Meitschi» stehen mit Nina Sonderegger (35), Jeanine Zaalberg (37) und Simona Triet (34), drei Kommunikationsprofis und Expertinnen für Essen und Trinken in der Bundeshauptstadt.

Wir nutzen vor allem Social Media, Zeitungen, Hörensagen, Medienmitteilungen und Tipps aus unserer Community.

Zum Abschluss: Wie ist der Erfolgsblog «Bärner Meitschi» eigentlich entstanden?

Der Blog entstand bereits 2012. Heute sind wir ein Dreierteam, ergänzt durch Fotografinnen und Fotografen sowie eine Grafikerin. Unser ursprüngliches Steckenpferd war «Zmorge in Bern». Zu diesem Thema waren sowohl Angebot als auch Interesse vorhanden. Darauf aufbauend haben wir unsere Inhalte erweitert. Wir gehen gerne auswärts essen und machen, worauf wir Lust haben. Unabhängigkeit ist für uns entscheidend. Unser Kriterium für Inhalte lautet: Bezug zu Bern. Gleichzeitig muss mindestens jemand aus dem Team das Konzept bzw. den Betrieb cool und inspirierend finden, damit ein Beitrag entsteht.

Das Gespräch mit «Bärner Meitschi» verdeutlicht, wie Gastronomen Blogger und auch Influencer in ihr Marketing einbinden können. Frühzeitige Planung, klare Ziele und ein Begegnen auf Augenhöhe sind dabei entscheidend. Mit der richtigen Herangehensweise kann die Zusammenarbeit für beide Seiten ein grosser Gewinn sein.

ANZEIGE

gn
gastronovi

GASTRONOVI PAY:
Kasse und Payment aus
einer Hand



Der digitale Treuhänder – Chancen für die Gastronomie

Die Digitalisierung verändert die Spielregeln – auch in der Treuhänderbranche. Begriffe wie Digitalisierung, digitale Transformation und Automatisierung sind längst keine Zukunftsvisionen mehr, sondern gelebte Realität. Doch was bedeutet das konkret für die Gastronomie?

Während es früher bei der Digitalisierung darum ging, die Buchhaltung mithilfe von entsprechenden Programmen manuell zu verarbeiten, sprechen wir heute von einer umfassenden digitalen Verarbeitung von Informationen, die weit über das einfache Erfassen hinausgeht. Unsere Vision: eine voll integrierte digitale Lösung, die den gesamten Treuhänderprozess abdeckt und unseren Kunden wertvolle Zeit und Ressourcen spart.

Finanzbuchhaltung: einfach, digital, effizient

Ein zentraler Punkt ist die Finanzbuchhaltung. In der Gastronomie ist die Buchhaltung oft aufwendig und zeitintensiv, insbesondere wenn Belege noch physisch verarbeitet werden. Stellen Sie sich vor, Ihre Lieferantenbelege gelangen direkt digital zum Treuhänder – entweder durch eigene Übermittlung oder, noch einfacher, die Lieferanten senden die Rechnungen direkt. Die Betriebe müssten die Rechnung erst sehen, wenn es um die elektronische Freigabe geht.

Ein weiterer Vorteil: Bankkonto und ERP-System können miteinander verbunden werden. Die Buchungsregeln ermöglichen es, dass wiederkehrende Bewegungen automatisch verarbeitet

werden. Solche Automatisierungen reduzieren nicht nur den administrativen Aufwand, sondern minimieren auch potenzielle Fehlerquellen.

Lohnbuchhaltung: nahtlose Integration

Ein weiteres relevantes Thema ist die Lohnbuchhaltung: Gastronomen haben es oft mit saisonalen Schwankungen und flexiblen Arbeitszeiten zu tun. Die Integration eines Zeiterfassungssystems in die Lohnbuchhaltung kann hier eine wertvolle Entlastung bieten. Diese nahtlose Anbindung vereinfacht vor allem die Abrechnung für Mitarbeitende im Monatslohn und stellt sicher, dass die Gehälter korrekt und termingerecht ausgezahlt werden – ein entscheidender Faktor, der gerade in der dynamischen Gastronomiebranche nicht zu unterschätzen ist.

Automatisiertes Kassensystem: mehr Transparenz bei der Zahlungsabwicklung

Neben der Lohnbuchhaltung ist auch das Kassensystem in der Gastronomie oft ein wesentlicher Bestandteil der täglichen Abläufe. Moderne Kassensysteme lassen sich problemlos in die Finanzbuchhaltung integrieren. Das bedeutet, dass Barzahlungen und Kreditkartenzahlungen nicht mehr manuell in das Buchungssystem übertragen werden müssen.

Datensicherheit und Austausch: Lösungen der Zukunft

Ein weiterer wichtiger Aspekt der Digitalisierung ist der sichere Datenaustausch. Gerade bei sensiblen Finanz- und Personaldaten spielt die Sicherheit eine zentrale Rolle. Der Einsatz moderner Portalösungen ermöglicht es, Daten nicht nur schnell und unkompliziert, sondern auch absolut sicher zwischen Gastronomiebetrieben und Treuhändern auszutauschen. An einer solchen Lösung arbeitet Gastroconsult und plant die Einführung in naher Zukunft.



ENZO PONTORIERO
CEO | VR-Delegierter
Gastroconsult AG

Individuelle Beratung durch Branchenvergleiche/Gastroanalyse

Eine der grössten Chancen der Digitalisierung liegt in der gezielten Analyse und Auswertung von Daten. Gerade in einer wettbewerbsintensiven Branche wie der Gastronomie ist es entscheidend, den Betrieb kontinuierlich zu optimieren. Mit modernen Statistiktools können kundenspezifische Auswertungen erstellt werden, die weit über allgemeine Branchenkennzahlen hinausgehen.

Obwohl die Digitalisierung viele Arbeitsprozesse effizienter gestaltet, bleibt die Gastronomie ein «People Business». Gerade in der persönlichen Betreuung und Beratung der Kunden sieht Gastroconsult durch die Digitalisierung eine grosse Chance. Letztlich steht im Zentrum der Digitalisierung nicht die Technik, sondern der Mensch. Die neuen Technologien geben die Möglichkeit, Gastronomen auf einem noch höheren Niveau zu unterstützen und ihnen die Werkzeuge an die Hand zu geben, die sie brauchen, um sich auf das Wesentliche zu konzentrieren: ihre Gäste und den Erfolg ihres Betriebs.

Ein gelungener Start nach Mass

Vor drei Monaten hat der neugewählte Vorstand von GastroSuisse die Arbeit aufgenommen. In dieser kurzen Zeit ist viel geschehen. Zu meiner grossen Freude verzeichnete die Branche wichtige Erfolge auf dem politischen Parkett. Damit knüpfen wir nahtlos an die vergangene Verbandslegislatur an.

Drei Ereignisse haben mich in der Herbstsession besonders gefreut: In der ersten Sessionswoche findet traditionell der jährliche Parlamentarieranlass von GastroSuisse statt. Die Veranstaltung stiess auch in diesem Jahr auf grosse Beliebtheit. Davon zeugten die 150 Gäste, darunter 75 Parlamentarierinnen und Parlamentarier. Dass so viele Gäste eine Branche mit ihrer Anwesenheit beehren, ist keine Selbstverständlichkeit. Es erfüllt mich gleichermassen mit Stolz und Dankbarkeit.

Am 22. September lehnte die Schweizer Stimmbevölkerung die BVG-Reform mit einem Nein-Anteil von über 67 Prozent deutlich ab. Gemeinsam mit anderen Branchen hatte GastroSuisse erfolgreich eine Abstimmungskampagne gegen die misslungene Reform geführt. Die Reform der beruflichen Vorsorge wäre nämlich für viele Gewerbebetriebe unverhältnismässig teuer gewesen. Allein unsere Verbandsmitglieder und ihre Angestellten hätte die Gesetzesänderung jährlich eine Viertelmilliarde Franken gekostet, ohne dass die meisten Angestellten besser versichert worden wären!

Am Montag darauf folgte gleich der nächste Erfolg. Der Ständerat nahm ein Postulat von Fabio Regazzi klar mit 25 zu 10 Stimmen an. Der Vorstoss beauftragt den Bundesrat zu prüfen, wie abseits des Rechtswegs gegen missbräuchliche Onlinebewertungen von Unternehmen vorzugehen ist. Die Anonymität auf Online-Bewertungsplattformen begünstigt gefälschte, rachsüchtige oder übertrieben schädigende Bewertungen. Massnahmen gegen solche Bewertungen fördern Transparenz und fairen Wettbewerb. Der Rechtsweg ist meistens zu aufwendig, zu teuer und zu langsam.

Auf diesen Erfolgen ruhen wir uns nicht aus. Bereits stehen weitere für die Branche wichtige Entscheide an. Mehr dazu in meiner nächsten Kolumne.



Un démarrage sur mesure

Le Conseil de GastroSuisse s'est mis au travail il y a trois mois déjà. Beaucoup de choses se sont passées durant cette courte période. A ma satisfaction, notre

branche a enregistré d'importants succès au niveau politique sur ce laps de temps. Nous nous inscrivons ainsi dans la continuité de l'exécutif précédent. Je souhaite ici relever trois points particulièrement satisfaisants durant la session d'automne.

GastroSuisse organise traditionnellement sa «Manifestation des parlementaires» au cours de la première semaine de la session d'automne. Cette année encore, la soirée a connu un beau succès. 150 invités, dont 75 parlementaires peuvent en témoigner. Il n'est pas évident qu'un tel nombre d'invités honorent une branche de leur présence. Cela me donne un sentiment de fierté, mais aussi de gratitude.

Le 22 septembre, le peuple suisse a clairement rejeté la réforme de la LPP à plus de 67%. Avec d'autres branches, GastroSuisse avait mené en amont une campagne contre cette réforme mal conçue. Elle aurait en effet coûté excessivement cher à de nombreuses entreprises issues de l'artisanat. Rien que pour les membres de notre Fédération et leurs employés, les coûts étaient estimés à un quart de milliard par an, mais sans apporter de meilleure assurance à la plupart d'entre eux!

Le lundi suivant, nous avons enregistré un nouveau succès. Le Conseil des Etats a clairement adopté un postulat de Fabio Regazzi à 25 voix contre 10. Le Conseil fédéral est maintenant chargé d'examiner comment les entreprises peuvent agir contre les évaluations en ligne abusives sans avoir recours à la voie juridique. L'anonymat sur les plateformes d'évaluation en ligne permet à des personnes malveillantes de publier des commentaires mensongers ou haineux exagérément préjudiciables. Pouvoir prendre des mesures contre de telles évaluations favorisera la transparence et une saine concurrence. La plupart du temps, la voie juridique est trop compliquée, trop chère et trop lente.

Mais nous n'avons pas l'intention de nous reposer sur nos lauriers! D'autres décisions importantes pour la branche suivront prochainement. Vous en saurez plus à ce sujet dans ma prochaine chronique.

Was gibt es Neues aus der Branche?



Bestens informiert auf
www.gastrojournal.ch

GASTRO journal



BEAT IMHOF
Präsident / Président
GastroSuisse

Authentische Küche im Schellenursli-Dorf

Das **Restaurant Crusch Alba in Guarda GR** verbindet Regionalität, Handwerk und Nachhaltigkeit. Die Gastgeber Sophie Badel und Felix Hühfner setzen auf die Labels Fait Maison und Swisustainable und beziehen ihre Produkte von lokalen Lieferanten. Sie servieren traditionelle und saisonale Speisen.



Das Restaurant Crusch Alba mit den roten Fensterläden in den engen Gassen von Guarda.

TEXT UND FOTOS PETRA SCHWINGHAMMER

Es ist ein ruhiger Herbsttag im Bergdorf Guarda, wo das Schellenursli-Haus die Touristen anzieht. Die kopfsteingepflasterten Gassen schlängeln sich zwischen den historischen Engadiner Häusern hindurch, die Sonnenstrahlen beleuchten das Crusch Alba – eine kleine Dorfbezirk und ein Feinschmeckerlokal zugleich.

An einem der sieben Tische nippen Gäste an hausgemachter Alpenkräuter-Ingwer-Zitronen-Limonade, während Sophie Badel (34), die in Guarda aufgewachsen ist, einen Teller hausgemachte Quarkpizokel mit selbstgesammelten Eierschwämmen serviert. In der Küche rührt ihr Mann Felix Hühfner (35) in einem Topf, daneben tropfen die am Vor-

tag gesammelten Holunderbeeren ab. Sie werden später zu einem Punsch verarbeitet.

Produkte aus der Umgebung

Das Gastgeberpaar bezieht seine Produkte von Bauern im Dorf, vom Metzger in der Region und von lokalen Jägern. Die Eier kommen von einem Bauernhof in Ardez, das Gemüse vom Händler Rossi Venzi in Scuol und der Geissen-Frischkäse von einer Bäuerin aus Ramosch, deren Ziegen die Sommermonate auf einer Alp oberhalb von Guarda verbringen. Pilze, Kräuter und Beeren sammeln Sophie und Felix gerne zusammen mit ihrem dreijährigen Sohn und verbinden das zu einem Familienausflug. «Wir le-

gen grossen Wert auf hausgemachte, saisonale Speisen und haben uns damit einen Namen gemacht», sagt Sophie Badel. Im Crusch Alba setzen sie auf das Fait-Maison-Label. Dieses zeichnet Restaurants aus, die ihre Gerichte grösstenteils selbst und ohne industrielle Fertigprodukte zubereiten. Im Crusch Alba in Guarda wird diese Philosophie bis ins Detail gelebt: «Wir sagten uns, nur wenn wir keine Ausnahmen auf der Speisekarte deklarieren müssen, machen wir bei diesem Label mit.»

Seit 2021 führen Sophie Badel und Felix Hühfner das frisch renovierte Restaurant, eine charmante Dorfbezirk mit rund 20 Sitzplätzen. Die Gastgeber setzen bewusst auf eine kleine, aber feine



Gastgeberpaar Sophie Badel und Felix Hühfner vor dem Schellenursli-Haus in Guarda.



Hausgemachte Alpenkräuter-Ingwer-Zitronen-Limonade gibt es im Crusch Alba.



Selbstgemachte Marmeladenterrine mit getrockneten Aprikosen und Zipartencoulis.

Auswahl an Speisen, die oft eine lange Zubereitungszeit erfordern. «Zeit ist eine meiner Lieblingszutaten», erklärt Chefkoch Felix Hühfner. Für ihn steht im Mittelpunkt, dass alles weitgehend selbst hergestellt wird, vom Grundfond bis zur hausgemachten Glace.

Viel Ehrgeiz und hohe Ansprüche

Die Geschichte von Sophie Badel und Felix Hühfner beginnt in Basel, wo sich die beiden im renommierten Teufelhof kennengelernt haben. Sophie arbeitete dort als Barchefin, Felix als Souschef. Sophies Leidenschaft gilt selbstgemachten Sirups, die sie als Basis für Cocktails braucht und auch in Limonaden und Schorlen verwendet. Sie wurde unter anderem als Barchefin des Jahres vom Bilanz Hotel-Ranking 2018 ausgezeichnet.

Felix ist für die Küche verantwortlich und setzt auf traditionelle Gerichte, die er neu interpretiert. Ein Markenzeichen seiner Küche ist die «Lionga Crusch Alba», eine Schweinsbratwurst mit Kümmel, Senf, Paprika und Honig. Auch seine hausgemachte Marmeladenterrine ge-

hört zu den Spezialitäten, für die das Crusch Alba bekannt ist.

Nachhaltigkeit als zentrale Säule

Nachhaltigkeit ist im Crusch Alba kein leeres Schlagwort, sondern gelebte Praxis. Als Teil des Nachhaltigkeitsprogramms Swisustainable haben sich die Gastgeber auf Level 2 verpflichtet. «Wir verwenden energiesparende Geräte, machen kleinere Portionen für unsere Gäste und geben gerne auf Wunsch Nachschlag, so gibt es weniger Foodwaste. Rüstabfälle geben wir an die Bauern weiter und kaufen dann deren Schweine, die unsere Rüstabfälle gefressen haben. So schaffen wir direkte Kreisläufe», erklärt Felix.

Swisustainable zielt darauf ab, den Schweizer Tourismus umweltfreundlicher zu gestalten. Für Sophie und Felix ist es ein Herzensanliegen, mit ihrem Restaurant einen Beitrag zu einem nachhaltigen Schweizer Tourismus zu leisten.

Die Mittagsgäste bestehen vorwiegend aus Tagestouristen und Wandernern, die sich an schlichten, aber qualita-

tiv hochwertigen Gerichten erfreuen. Abends zieht es vermehrt Einheimische und Feriengäste in das Restaurant, die die Zeit geniessen und zu den Speisen ausgesuchte Weine aus der Bündner Herrschaft, dem Puschlav oder Südtirol schätzen.

Die Zusammenarbeit mit der benachbarten Guarda-Lodge, einem Bed & Breakfast, sorgt dafür, dass beide Betriebe voneinander profitieren. «Wir empfehlen uns gegenseitig weiter, und das funktioniert hervorragend», sagt Sophie. Die Zusammenarbeit zeigt, wie wichtig regionale Netzwerke und Partnerschaften sind.

Das Crusch Alba hat es geschafft, ein Konzept zu etablieren, das nicht nur auf kulinarischer Qualität, sondern auch auf ethischen und ökologischen Prinzipien beruht. Ihr Erfolg zeigt, dass es in der modernen Gastronomie nicht nur um Geschmack geht, sondern auch um Werte. Mit ihrer Philosophie, lokalen Produkten und der Liebe zum Handwerk setzen sie Massstäbe – nicht nur in Guarda, sondern für die gesamte Region.

ANZEIGE

careho

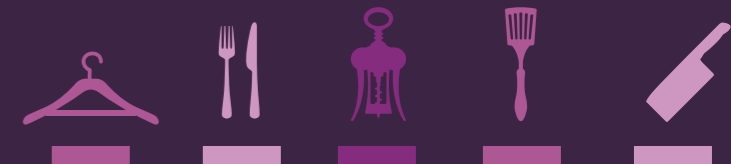
careho.ch

17 – 19.11.2024
CERM, Martigny



CaReHo. Der Fachevent für Gastronomie und Hotellerie im Herzen der Alpen.

CaReHo. Le rendez-vous des professionnels des métiers de bouche et de l'hôtellerie, au cœur des Alpes.



ZAGG Messe in Luzern: Vom 20. bis 23. Oktober 2024 heissen wir dich am Stand B1059 in Halle 1 willkommen.

Emmi Food Service präsentiert besondere Genussmomente in drei Bereichen:

Plant-based: Entdecke die Vielfalt der pflanzenbasierten Kulinariik und erfahre, wie du mit pflanzlichen Produkten neue Geschmacksnuancen und Kostenvorteile in deine Küche bringst.

Kaffeemomente: Unsere Ready-to-Drink-Kaffeelösungen sind ideal für die Gastronomie. Begeistere deine Gäste mit einzigartigen Kaffeemomenten und profitiere von der einfachen Handhabung.

Glacegenuss: Geniesse den einzigartigen Geschmack unserer Vanille-Glace aus Ostermundigen, verfeinert mit schweizerischem Doppelrahm.

Tauche ein in die Genusswelten von Emmi Food Service! Besuche uns an **Stand B1059 in Halle 1.**



Mit Frische zum Genuss

Frische Zutaten sind der Schlüssel zu kulinarischen Meisterwerken. In der Gastronomie, wo Geschmack und Qualität den Unterschied ausmachen, liefert Pistor genau die Produkte, die unvergessliche Genussmomente schaffen.

Neben frischem Obst und Gemüse bietet Pistor eine vielfältige Auswahl an Milch- und Molkereiprodukten. Von cremiger Butter bis hin zu würzigem Käse und Spezialitäten aus Schaf- und Ziegenmilch. Dazu kommen vegane Alternativen, die die Bedürfnisse der modernen Gastronomie abdecken. Pistor arbeitet eng mit regionalen Partnern zusammen, damit die Frische schnell und zuverlässig bei den Kunden und Kundinnen ankommt.

Als unabhängige Partnerin in der Gastronomie sorgt Pistor dafür, dass jedes Gericht unverwechselbar wird.

Lassen Sie sich am **Stand D 2101 in Halle 2** inspirieren!

Pistor AG, Hasenmoosstrasse 31, 6023 Rothenburg
pistor.ch/zagg



Caffè Chicco d'Oro: Schweizer Kaffeexzellenz

Caffè Chicco d'Oro, gegründet in den 1950er Jahren, verkörpert die Schweizer Kaffeeröstkunst. Das Unternehmen verbindet Tradition mit Innovation, um höchste Qualität zu gewährleisten.

Chicco d'Oro zeichnet sich aus durch:

- Sorgfältige Auswahl der Kaffeesorten weltweit
- Meisterliche Röstung für optimales Aroma
- Breite Produktpalette von klassischem Espresso bis zu modernen Kapseln
- Engagement für Nachhaltigkeit und faire Arbeitsbedingungen

Die Philosophie des Unternehmens basiert auf der perfekten Balance zwischen Aroma, Körper und Geschmack. Jede Tasse Chicco d'Oro bietet ein einzigartiges Geschmackserlebnis, das die Leidenschaft und Expertise von Generationen widerspiegelt. Mit Blick auf die Zukunft entwickelt Chicco d'Oro innovative Lösungen für Kaffeegenuss, ohne dabei die Grundwerte Qualität, Authentizität und Leidenschaft aus den Augen zu verlieren. Chicco d'Oro ist mehr als eine Marke – es ist ein Symbol für Schweizer Kaffeekultur. www.chiccodoro.com



MEIKO Spültechnik – brillante Lösungen für Ihre Spülküche

Stellen Sie auch hohe Ansprüche an die Spültechnik? Blitzblank sauberes Spülgut, hohe Leistung, zuverlässiger, sparsamer und umweltschonender Betrieb, einfache Bedienung, lange Lebensdauer müssen sein, und dazu eine reale Ansprechperson für Beratung, Service und Zubehör? Dann sind Sie bei MEIKO genau richtig.

An der ZAGG präsentiert Ihnen MEIKO eine Auswahl an Spülmaschinenmodellen der Produktfamilien M-iClean und UPster mit ihren diversen Vorzügen. Etwa die automatische Korberkennung bei den M-iClean Haubenspülmaschinen, das Spülresultat einer Untertischspülmaschine mit Umkehrosmoseanlage für reines, virenbefreites Spülwasser und beste Ergebnisse oder das Speiserestesystem Bio-Master Flex. Bei einem Tresor-Spiel kann zudem der neue Maschinenpfleger M-5900 PCL von MEIKO gewonnen werden.

Halle 1, Stand A 1000

MEIKO (Suisse) AG
Industriestrasse 9, 8117 Fällanden, +41 44 806 26 26
info@meiko-suisse.ch, www.meiko-suisse.ch



Das Mineralwasser aus dem Herzen der Schweiz

Seit über 560 Jahren sprudelt das reine Mineralwasser aus der Quelle in Bad Knutwil. Bei KNUTWILER bedeutet Tradition jedoch nicht Stillstand – im Gegenteil: Um den wachsenden Anforderungen des Marktes gerecht zu werden, investiert das Unternehmen stetig in die Zukunft.

Dank kurzen Transportwegen ist gewährleistet, dass das KNUTWILER Mineralwasser keine unnötigen Kilometer zurücklegt. Zudem setzt KNUTWILER auf eine besonders effiziente und unkomplizierte Geschäftsabwicklung. Dadurch bleibt den Gastrokunden mehr Zeit, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren: ihre Gäste.

Besuchen Sie uns an der ZAGG und erfahren Sie, wie der aufgefrischte Markenauftritt von KNUTWILER daher kommt – und noch viel wichtiger: wie das natürliche Mineralwasser aus dem Herzen der Schweiz schmeckt! www.knutwiler.ch
Halle 2, Stand 2141



Frische Pizza, glänzendes Besteck und pure Gastrofachkompetenz

Wir können dir viel erzählen über unser Sortiment der neuen Spülmaschinen Generation. Oder über die Vorteile des innovativsten Pizzaofens von Moretti Forni. Wir lassen aber lieber die Resultate direkt für sich sprechen: Frische Pizza vom zweifachen Schweizermeister im Pizzabacken Matteo Vandi aus dem Moretti Forni Serie X100 zum Beispiel. Oder perfekt glänzendes Besteck mit «Besteck Premium» von Hobart – live in Action. Am Stand der Gehrig Group AG gibt es viel zu probieren und noch mehr zu entdecken: Die Swiss Made Gehrig Ariane 3300 und Ariane 3700 mit digitaler Anbindung zu GG+connect – effizienter und sparsamer kann man kaum spülen. Wir stellen zudem den ELOMA Joker vor, der Heissluftgerät, Backofen und Kombidämpfer vereint und für mehr Effizienz in der Küche sorgt. Die Gehrig Group AG ist Marktführerin, wenn es um professionelle Gerätelösungen für die Gastronomie und Hotellerie geht. Unsere Erfahrung geben wir gerne vor Ort weiter und zeigen dir die innovativsten Neuheiten für deine Küche. Besuche uns am Stand, nimm dir ein Stück Pizza und lass dich von purer Swiss Gastrofachkompetenz begeistern.

Halle 1, Stand D1111
www.gehriggroup.ch



Transgourmet/Prodega

Besuchen Sie uns an unserem neuen Standort in der Halle 1 gleich gegenüber vom Battle of ZAGG, den wir als Hauptsponsor unterstützen. Treffen Sie Branchenkollegen/-innen bei einem kühlen Drink und einem feinen Gericht unserer Chefs von Transgourmet Cook. Unsere Standmitarbeitenden freuen sich auf Sie!
Halle 1 / C 1097

Transgourmet Schweiz AG,
Lochackerweg 5, 3302 Moosseedorf,
031 858 48 48, www.transgourmet.ch



Weniger Bürokratie – mehr Zeit für deine Kunden!

Mach Schluss mit Excel-Chaos, komplizierten Tools und unnötigem Verwaltungsaufwand.

correctTime vereinfacht deine Mitarbeiterorganisation von der Zeiterfassung bis zur Lohnabrechnung. Die intuitive Benutzerführung macht correctTime besonders einfach und effizient, sodass du dich wieder mehr deinen Kunden widmen kannst. Eine kurze Registrierung genügt und du kannst direkt deine Arbeitszeiten digital und effizient erfassen.

Dank browserbasierter Technologie ist correctTime immer auf dem aktuellen Stand und sorgt für eine lückenlose L-GAV- und ArG-konforme Zeiterfassung, Planung und Lohnabrechnung.

Bereits ab CHF 4 pro Mitarbeitenden und Monat (exkl. MWST) – ganz ohne Einrichtungskosten. Jetzt Termin vereinbaren und loslegen!
www.correct.ch



Experten in der Planung

Die Planung und Umsetzung von massgeschneiderten Einrichtungen: Ti-gel Arreda wird auf der Messe Zagg mit einer smarten Einrichtungs-lösung für Gelaterien vertreten sein. Entdecken Sie unsere modernsten Maschinen für die Herstellung von Speiseeis, vertikale Gefrier- und Kühl-schränke, Ausstellvitrinen, Edelstahl-Arbeitstische und Laborausrüstungen. Wir bieten massgeschneiderte Ein-richtungen, die Funktionalität und Design kombinieren.



Unsere Professionalität macht uns zum idealen Partner, um Ihre Ideen in die Realität umzusetzen. Wir freuen uns darauf, Sie in einer Welt der Süsse zu begrüßen.

Halle 1 / Stand C1091
www.tigelarreda.ch



Saviva: Hallo Chuchiheld*in

Wir setzen auf Nähe und Regionalität und verfügen in der Schweiz über 12 regionale Verkaufs- und Logistikzentren. Vom Standort Dierikon LU versorgen wir täglich die Gastro-nomie und Hotellerie der Zentralschweiz mit Food- und Non Food-Produkten. Unsere Kundenberater, Chauffeure/Chauf-feusen und Contact Center Mitarbeitende sprechen deinen Dialekt, kennen die lokale Kultur und regionalen Bedürf-nisse. Denn wenn wir dieselbe Sprache sprechen, entsteht Vertrauen und wir stärken Partnerschaften. Wir freuen uns auf ganz viele Chuchihelden, die uns an der ZAGG besuchen. Kommst du auch? Bist du zielsicher wie Wilhelm Tell? Zeige dein Können als #chuchiheld beim Tell-schuss an unserem Stand. Gewinne mit etwas Glück und Geschick einen Elektro-Scooter! Halle 2, Stand C 2075
www.saviva.ch



Das beste Wasser für die Gastronomie

Normalerweise wird in Restaurants abgefülltes Mineral-wasser in Flaschen angeboten. Doch es gibt eine weitaus kostengünstigere, bequemere und nachhaltigere Alternative: Leitungswasser, welches ja sowieso ins Haus sprudelt. Die BWT WasserBar ist ein Zapfsäulen-System, speziell entwickelt für die Gastronomie. Sie filtert und kühlt das Leitungswasser, versetzt es mit Kohlensäure und minerali-siert es mit Magnesium. Durch diese Aufbereitung wird die Wasserqualität gesteigert. Gastronomen können das aufbe-reitete Wasser in Gläser abfüllen und so den Gästen servieren. Gerne spendieren wir Ihnen an unserem Stand ein Glas Wasser. Wir freuen uns auf Ihren Besuch.

www.bwt.com/wasserbar
ZAGG Halle 1 / A 1003



Entdecken Sie unsere Scrocchiarella

Entdecken Sie die Scrocchiarella, eine revolutionäre und einzigartige Pizzabasis! Höchste Qualität, sorgfältig ausgewählte natürliche Zu-taten, Sauerteig, hochwertige Mehle, 100% italienisches natives Olivenöl extra und jo-diertes Salz – aussen knusprig und innen mit einer luftigen Struktur, die sie leicht und unwiderstehlich macht. Wir präsentieren auch eine breite Palette hochwertiger Zutaten für die Herstellung von hand-werklichem Gelato: von Basen über Variegato bis hin zu Aromapasten. Für die Patisse-



rie und Gastronomie bieten wir eine komplette Reihe innovativer Produkte, die jede Phase der Verarbeitung vereinfachen. Besuchen Sie uns auf der Messe Zagg, um das Beste von Ti-gel Sagl und unsere neuesten Innovatio-nen zu entdecken! Halle 1 / Stand C1091
www.ti-gel.ch



Starke Partnerschaften für Ihr einzigartiges Einkaufserlebnis

Starke Partnerschaften sind der Schlüssel zum Erfolg der MUNDO AG und sorgen für ein außergewöhnliches Ein-kaufserlebnis. Diese Partnerschaften ermöglichen exklusive Produkte und setzen neue Trends. Im Online-Shop besteht die Möglichkeit, das breite Sortiment klar und übersichtlich zu erkunden. Auch unser neues, modernes Design spiegelt unsere Dynamik wider, während der komplett überarbeitete Webshop mit optimierter Navigation und benutzerfreund-lichen Funktionen überzeugt. Halle 1, Stand A 1019

MUNDO AG, Buzibachstrasse 15, 6023 Rothenburg,
041 288 89 29, www.mundoag.ch



www.mundoag.ch



125 Jahre Eptinger

2024 ist ein besonderes Jahr. Das traditionsreiche Familien-unternehmen feiert gleich zwei bedeutende Jubiläen: 125 Jahre Eptinger und 75 Jahre Pepita. Auch an der ZAGG zeigt das Unternehmen, was es aus-macht – allen voran das mineralstoffreichste Mineralwasser der Schweiz: Eptinger. Halle 1 / 1055.
www.eptinger.ch



Notre partenaire en Suisse romande pour des annonces et publiereportages.

info@pub-gastro.ch

Annoncez maintenant!






Halle 1
Stand B1059

LÖSUNGEN DIE BEGEISTERN



plant-based





Mehr Informationen



ein unabhängiges Schweizer Familienunternehmen

Aligro ist seit über 100 Jahren auf dem Markt. Als unabhängiges und verantwortungsbewusstes Schweizer Familienunternehmen erfüllt ALIGRO die eidgenössischen Anforderungen im Bereich der Energiekosten. <https://www.aligro.ch/pages/fr/entreprise/entreprise-responsible/>

Verantwortlich:

ALIGRO wendet ein Managementsystem an, das eine kontinuierliche Verbesserung der Umweltleistung ermöglicht, sowohl im Bereich der Abfallentsorgung als auch bei den Energiekosten. Durch die Behandlung und Wiederverwertung von Abfällen können diese in Biogas oder andere Lösungen umgewandelt werden, und dies in der Nähe der verschiedenen Märkte.



Ausgaben für Energie:

Unser Stromverbrauch wurde in Pionierarbeit gesenkt, insbesondere durch die Kälteerzeugung mithilfe der Kältemitteltechnologie sowie durch die Wärmerückgewinnung zur Erzeugung von Kälte und zum Heizen von Gebäuden.

Und heute sind 9 der 14 Marks mit Photovoltaikanlagen ausgestattet, was einer Fläche von 27 500 m² und einer theoretischen Jahresproduktion von 5226 MWh entspricht (was dem Jahresverbrauch von fast 1500 Haushalten entspricht).



ALIGRO, Pionier im Grosshandelsmarkt für Gastroprofis und Detailisten, ist ein Schweizer Familienunternehmen mit insgesamt 14

Standorten in der Deutsch- und Westschweiz. Das Sortiment umfasst mehr als 30 000 Artikel im Food- und Non-Food-Bereich. Mit der kostenlosen Kundenkarte kommt der Gastroprofi unter anderem in den Genuss von folgenden exklusiven Vorteilen: wöchentlich mehr als 2000 Aktionen, permanenter Profirabatt auf das Gesamtsortiment!

Qualität und mehr als 700 Referenzen!

<https://www.aligro.ch/de/aktionen/14-frischfleisch>

Breites Sortiment an frischem Obst und Gemüse sowohl aus der Region als auch aus exotischen Ländern.

<https://www.aligro.ch/de/aktionen/19-fruchte-gemuse>

über 700 Käsesorten aus Kuh-, Schaf- und Ziegenmilch sowie Sahne, Butter, Joghurt und Milchdesserts.

<https://www.aligro.ch/actions/17-produits-laitiers-oeufs>

Fast 2.000 Referenzen an Champagnerweinen und Spirituosen aus der ganzen Welt!

<https://www.aligro.ch/de/aktionen/5-weine>

Nudeln, Reis, Öl, Zucker, Mehl - in kleinen oder großen Verpackungen - günstig und praktisch.

<https://www.aligro.ch/de/aktionen/9-grundnahrungsmittel>

Alles, um eine professionelle Küche auszustatten!

<https://www.aligro.ch/de/aktionen/27-gebrauchsartikel>



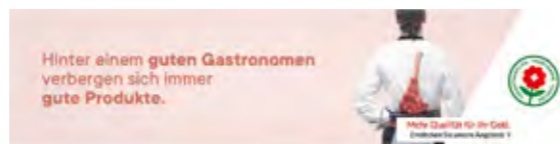
PROFI-Karte – Die Karte der Gastro- und Detailhandelsprofis

Dauertiefpreise. Permanenten Profi-Rabatt auf das Gesamtsortiment und je nach Warengruppe bis zu 20% Vergünstigung.

Bonus auf den Gesamt-Jahreseinkauf, inklusive Aktionen und Tabakwaren. Bonus-Tabelle ansehen

Unsere exklusiven Partnerangebote

Jeder ALIGRO-Kartenehaber profitiert auch von den Vorteilen und Aktionen unserer Partner. Für weitere Informationen besuchen Sie die Website des Partners oder kontaktieren Sie Ihren ALIGRO-Markt.



Der Resto Club

Der Resto Club ermöglicht es den angeschlossenen Restaurants, von der von ALIGRO getätigten Werbung zu profitieren und so ihren Bekanntheitsgrad zu steigern und dadurch ALIGRO-Gäste zu empfangen, die mit Resto Club-Gutscheinen bezahlen, welche vollständig erstattet werden.

https://www.restoclub.ch/?_locale=de

MARKTPLATZ / SERVICE

STELLENMARKT / LES OFFRES D'EMPLOI

Bist du bereit für eine neue Herausforderung in der Gastronomie? Bist du eine Gastgeberin oder ein Gastgeber mit Leidenschaft und Herzblut? Willst du im schönen Haslital (www.haslital.ch) deine eigene kulinarische Handschrift hinterlassen? Dann möchten wir dich gerne kennenlernen!

Das Restaurant Rössli in Meiringen (www.roessli-meiringen.ch) sucht dich als

Gastgeber/in

Weitere Informationen zu Betrieb, Aufgaben, Profil und Bewerbung:

www.roessli-meiringen.ch/gastgeberin oder einfach QR-Code scannen.



Koch Produktion 9-18h

Für unser Trendlokal MAD ANGEL suchen wir Unterstützung. Wir stehen für eine hochwertige Küche, tollem Ambiente und unser Kernangebot sind Dry Aged Steaks, hausgemachte Ravioli und edle Burger. Wir suchen ein Koch/in, welche/r morgens die Lieferungen entgegen nimmt und kontrolliert. Anschließend wird die Produktion vorgenommen, welche unterschiedliche Posten tangiert. Produktion von hausgemachten Ravioli, bis hin zu frischen Fonds, Saucen, Gemüse, Stärkebeilagen, Süßspeisen & Frühstück Mise en Place. Tagemenus gibt es bei uns momentan keine. Die Arbeitszeit ist vorwiegend von 9-18h. Sonntag & Montag haben wir geschlossen. Sommerferien & Weihnachten/Neujahr. 80%-Stelle könnten wir auch anbieten falls Interesse besteht. WICHTIG: Falls wir einen Ausfall von einem Arbeitskollegen/Koch/Caseroilier haben, erwarten wir, dass der Produktionskoch/in im Abendservice aushilft. Die Tagesproduktion würde in diesem Zeitraum anders organisiert. Diese Flexibilität brauchen wir, da wir 2 fixe Schließstage haben und um eine konstante Qualität zu liefern. Wir suchen: - Abgeschlossene Kochlehre mit eidgen. Fähigkeitsausweis CH - Qualitativ hochstehendes Kochwissen - Aus der Region - in unser Team passend Wir bieten: - Junges, innovatives, motiviertes Team welches sich stetig verbessert - Ein Betrieb, welcher organisch lebt, sich der Wirtschaft anpasst und investiert. - Familiäre Stimmung mit gutem Umgang - Kurze Entscheidungswege - Sommerferien & Winterferien über Weihnachten und Neujahr Wenn all diese Punkte auf Sie zutreffen, dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung mit Foto und Zeugnissen an m.grieder@engel-liestal.ch MAD ANGEL Liestal, Liestal

Indian Cook / Tandoori & Curry

We are seeking an experienced Indian Curry & Tandoori Chef to join our team. The ideal candidate will have expertise in preparing

authentic Indian dishes, particularly curries and tandoori items. Responsibilities: Prepare and cook traditional Indian curries and tandoori dishes. Develop and refine recipes. Manage kitchen operations and staff. Ensure food quality and hygiene standards. Source and manage ingredients. Tamarind Garden, Zurich

Housekeeping and Allrounder (m/f/d)

Möchten Sie unser Team mit Ihrer Mitarbeit verstärken? Wir sind ein Familienbetrieb mit 32 Zimmern, Bankett- und Seminarsälen und einem lieblichen Park rundherum in der schönsten Lage von Zug, bestens erreichbar mit den öffentlichen Verkehrsmitteln, hauseigene Parkplätze vorhanden. Hotel Restaurant Guggital, Zug

Leitung Cafeteria, Restaurationsfachperson

Das Haus zur Heimat ist eine innovative und zukunftsorientierte Institution der Langzeitpflege in Olten. Professionalität und gute Zusammenarbeit sind für uns zentrale Werte, darum zählen unsere 64 Bewohnende sowie Dein neues Team auf Dich. Deine Aufgaben: • Praktische Mitarbeit im Service Speisesaal / Cafeteria • Mitarbeit bei Anlässen • Führen der Mitarbeitenden Cafeteria • Unterstützung der Küchenleitung bei der Zielerreichung • Leisten von regelmässigen Wochenenddiensten • Kooperative Zusammenarbeit mit den anderen Bereichen Was Du bei uns bekommst: • 2. Säule: Wir als Arbeitgeber übernehmen für Dich 60% - Du bezahlst nur 40% • Mind. 5 Wochen Ferien • Hohe Wochenend- und Feiertagszulagen • Bezahlte Feiertage (mind. 10 Feiertage pro Jahr) • Bezahlte Umkleidezeiten • Weiterbildungsmöglichkeiten und weitere Vergünstigungen • Gratis Pausengetränke, Brot und Früchte sowie vergünstigte Mahlzeiten • Moderne Arbeitsinstrumente • Arbeitsplatz Nähe Bahnhof Bist Du eine offene und humorvolle Persönlichkeit? Dir ist Wertschätzung und Offenheit wichtig? Du bist kompetent, kommunikativ und begeisterungsfähig? Du verfügst über ausgeprägte empathische Fähigkeiten und bist zuverlässig und loyal? Du könntest zu uns passen und sind gespannt auf Dich! Haus zur Heimat, Alters- und Pflegeheim, Olten

Hilfskoch / Chef de partie

Wir sind auf der Suche nach einem engagierten Hilfskoch für unser Restaurant «Grandin Osteria» in Zürich. Wir sind ein junges, motiviertes, familiäres Team mit Freude was wir tun. Grandin Osteria, Zürich

www.gastro-express.ch



Das Restaurant Zur Linde in Rotkreuz freut sich auf eine/n

Neuen Mieter/-in Gastgeber/-in

Mietbeginn

Per 01. November 2024 oder nach Vereinbarung.

Betrieb

Es erwartet Sie ein moderner Gastronomiebetrieb mit folgenden Merkmalen:

- Wurde Anfang 2018 neu eröffnet
- ist ein Teil des bestehenden Gastronomieangebots in Rotkreuz
- bietet mit seinem zentralen Standort einen Mehrwert für die ganze Gemeinde
- Restaurant: 80 Plätze
- Pergola: 40 Plätze

Vorgehen bei Interesse

Sämtliche Anfragen und Besichtigungen laufen über die KMU Schnittstelle AG. Besichtigungen finden individuell nach Absprache statt. Gerne stellen wir Ihnen bei Interesse die Vermietungsdokumentation mit weiteren Infos, sowie die Mietkonditionen zu.

KMU SCHNITTSTELLE AG
Schochenmühlestrasse 6
6340 Baar
Edgar Ming

Tel: +41 79 214 44 31

Mail: eming@kmuschnittstelle.ch

Werben Sie crossmedial mit der Nummer 1!



Sie erreichen: 20 000 in der Schweiz

Entscheidungsträger

anzeigen@gastrojournal.ch
044 377 53 11

BRÈVES

Mérite Culinaire Suisse

Les inscriptions pour la 6^e édition du Mérite Culinaire Suisse sont ouvertes. Chaque année, à l'issue d'un concours national, ce prix prestigieux est remis à quatre cuisiniers-chefs et deux pâtisseries-confiseurs dont les activités ont fait ou font honneur à la profession, reconnus pour leur excellence, leur savoir-faire et pour l'exercice de leur art dans le respect des produits authentiques du patrimoine culinaire suisse.

«Formation incluse»



Le projet de formation et de perfectionnement de la CCNT, baptisé «Formation incluse», sera reconduit en 2025. Afin d'organiser les plannings le plus tôt possible, la commission de surveillance a fixé depuis fin septembre les conditions et les offres pour l'année suivante. La plupart des cursus et des cours actuellement subventionnés restent inscrits au programme de 2025 et les offres de base continuent d'être gratuites.

Au cœur des vendanges

Swiss Wine a organisé pour la quatrième fois l'événement «Au cœur des vendanges» durant les week-ends des 21 et 22 septembre ainsi que des 28 et 29 septembre. Trente domaines viticoles ont accueilli plus de 600 personnes, dont des familles, des adultes et des enfants.

EVENT

La Suisse a un nouveau chef à 19 points!

Cinq ans après la nomination de Tanja Grandits, GaultMillau Suisse hisse un nouveau chef dans la ligue des 19 points: Marco Campanella. Titouan Claudet obtient quant à lui le titre de Pâtissier de l'année.

Texte Reto E. Wild et Isabelle Buesser-Waser
Lors de la cérémonie annuelle Gault&Millau, le chef de l'hôtel cinq étoiles Eden Roc à Ascona (TI), Marco Campanella, obtient 19 points et le titre de Cuisinier de l'année 2025. «Cela faisait cinq ans qu'aucun chef n'avait obtenu 19/20, mais cette année, nous avons enfin trouvé le prochain grand talent culinaire de Suisse. Le chef Marco Campanella s'est distingué à plusieurs reprises avec sa cuisine moderne, ses sauces incomparables et sa capacité à motiver une jeune équipe autour de sa vision», indique Urs Heller. En été, Marco Campanella cuisine à Ascona et en hiver à l'hôtel Tschuggen d'Arosa (GR), pour lequel il obtient 18 points. Ce père de famille de 32 ans



Titouan Claudet a obtenu le titre de Pâtissier de l'année 2025.

explique: «Ma cuisine s'est réduite. Pour moi, il est important que chaque assiette sorte parfaitement et que chaque chou soit positionné à la perfection. Mon exigence personnelle est de rendre les clients heureux. Le défi est la constance.»

Plusieurs Romands ont aussi été récompensés, notamment Titouan Claudet avec le titre de Pâtissier de l'année. «Je suis infiniment reconnaissant envers mes équipes, sans qui rien de cela n'aurait été possible, et tout particulièrement ma fidèle sous-chef, Iris Lau», déclare-t-il. Originaire de Franche-Comté, le chef pâtissier de 31 ans exprime toute sa créativité au sein des restaurants du Woodward à Genève depuis trois ans.

GASTRONOMIE

Stéphane Décotterd: «C'était un rêve de pouvoir écrire mon premier livre de cuisine»



Stéphane Décotterd: «C'est un livre avec différentes approches. Chaque plat se compose de recettes à tiroirs qu'il est possible, mais pas indispensable, de suivre dans leur intégralité.»



Le chef étoilé à la tête de la Maison Décotterd a sorti son tout premier livre de cuisine, «Gastronomie entre lac et montagnes», le 4 octobre, aux Editions Favre. Préfacé par la chanteuse Shania Twain, le bel ouvrage comporte 60 recettes.

Interview: Caroline Goldschmid
Quel est le contexte de la production de ce livre?

STÉPHANE DÉCOTTERD: J'aime lire et j'aime les livres de cuisine, c'était donc un rêve de pouvoir écrire mon propre livre de cuisine. Ces dernières années, j'ai eu plusieurs échanges avec les éditions Favre à ce sujet, mais ça ne s'était jamais concrétisé. Aujourd'hui, j'ai le sentiment d'avoir trouvé une ligne créatrice qui m'est propre. J'ai une formidable équipe autour de moi, c'était donc le bon moment pour partager certaines recettes marquantes de mon parcours.

216 pages, c'est un sacré défi...
En effet. Le livre comporte 60 recettes: 40 sont issues du restaurant gastronomique et 20 de notre bistro. A cela s'ajoute un chapitre avec les recettes de base (fond, bouillon, légumes en bocaux, etc.) et enfin un carnet d'adresses des petits producteurs et artisans avec qui nous travaillons.

C'est votre premier livre. Qu'est-ce qui vous a le plus plu dans sa réalisation?
J'ai adoré toutes les facettes de ce projet. De la rédaction des textes à la relecture des recettes en compagnie d'Edouard Chollet (un cuisinier amateur passionné, épicurien et journaliste qui a rédigé mon portrait et les introductions aux différents chapitres) en passant par les

échanges avec la photographe, la graphiste ou encore le choix des matériaux avec l'imprimeur. C'était passionnant. En cuisine, nos créations sont éphémères et j'ai beaucoup aimé participer à la création de ce livre qui sera un objet plus pérenne que mes plats.

Pouvez-vous nous donner quelques exemples de recettes qui figurent dans le livre?

Pour les recettes issues du restaurant gastronomique: «Les petits pois du pays aux bourgeons de sapin, blinis garni de crème fraîche et caviar oscièrre de Frutigen», «La matelote de Sandre du lac Majeur aux sucres de pinot noir, poivre de Sichuan de Vulliens et oignons rouges» ou encore «Le bœuf limousin des Pléiades à la flouve odorante, chateignes et fleurs de courgettes farcies». Pour les recettes du bistro: «Le pâté en croûte de volaille fermière de la Gruyère aux morilles», «Les quenelles de brochet du lac Léman, émulsion au citron yuzu, livèche et herbes», «La tarte au chocolat <signature> Maison Décotterd» et «Le Paris-Brest, praliné aux noisettes du Moulin de Sévery».

Quel est le thème central, le fil rouge en quelque sorte: une ode à la richesse de notre terroir?

Oui, la richesse de notre terroir est certainement un fil rouge avec en point d'orgue le carnet d'adresses de nos producteurs. Mais il y a aussi la gourmandise, la passion de la cuisine et le plaisir du partage qui sont communs à l'ensemble des personnes qui ont participé à cet ouvrage.

L'interview dans son intégralité sur: www.gastrojournal.ch/fr

PEOPLE

↳ D'autres infos people: www.gastrojournal.ch



Mélanie Tanner

Diagnostiquée d'un cancer du sein à l'âge de 38 ans, Mélanie Tanner a lancé l'initiative «Le carac rose» en 2022 afin de soutenir la prévention ciblant les jeunes femmes. Pour la première édition, l'aventure a débuté avec trois confiseries lausannoises — Maison Buet, Nessi Confiserie et Noz Chocolatier. En octobre 2024, ce sont 250 boulangeries qui se sont unies pour cette cause en vendant des caracs avec un glaçage rose dans toute la Suisse romande. La Migros ainsi que plusieurs restaurants d'entreprise se sont également joints au mouvement.



François Periers et Manuel Pereira

Dans un communiqué, Philippe Chevrier a annoncé la nomination de François Periers (40 ans) en tant que chef de cuisine et de Manuel Pereira (39 ans) en tant que chef pâtissier au **Domaine de Châteauvieux**. Tous deux travaillaient auparavant en tant que chef de cuisine et chef pâtissier du restaurant «Chez Philippe» depuis 2023. Présents au Domaine de Châteauvieux depuis plusieurs mois, ils ont pris officiellement leurs fonctions le 1^{er} septembre 2024. Ils conservent leurs missions de chefs consultants pour le restaurant «Chez Philippe».

Déclarer des salaires en ligne



GASTROSOCIAL

miruSocial

Le programme des salaires pour l'hôtellerie et la restauration

- Adapté aux besoins spécifiques de l'hôtellerie et de la restauration
- Structure modulaire pour une flexibilité maximale
- Modules personnalisables selon vos besoins
- Gestion complète des collaboratrices et collaborateurs, du traitement des salaires à l'administration



SCAN ME

Pour en savoir plus !

Comment l'IA permet de remédier au budget serré et au manque de temps

L'année 2023 était placée sous le signe de l'intelligence artificielle (IA). Où en est cette technologie pour aider les restaurateurs et les hôteliers qui n'ont pas de connaissances techniques approfondies en matière de communication et de marketing? Assez loin, si on ne la considère pas comme un sauveur, mais plutôt comme un sparring-partner, une source d'idées et un complément bienveillant.

TEXTE PATRIC SCHÖNBERG* — TRADUCTION CAROLINE GOLDSCHMID



«Mets favoris – montrez la région dans votre assiette»: un exemple de proposition de contenu marketing générée par l'IA pour un restaurant de burgers fictif à Berne.

Est-il possible de créer et de mettre en œuvre un concept de marketing numérique à l'aide de l'intelligence artificielle (IA)? La réponse à cette question dépend dans une certaine mesure de ses propres connaissances en marketing ainsi que du degré de professionnalisme souhaité pour le résultat. Le fait est que des outils d'intelligence artificielle comme ChatGPT, Midjourney ou InVideo peuvent aider de manière déterminante à pratiquer un marketing de contenu efficace. A une époque où la consommation de médias sociaux augmente et où la durée d'attention diminue, il est bien connu que des contenus de qualité sont décisifs pour s'adresser aux gens en ligne et hors ligne.

Positionnement clair, une des clés

La clé d'un bon contenu de marketing de contenu réside dans le fait qu'il doit être le plus pertinent possible, avoir une valeur ajoutée et être unique. Pour que l'IA puisse apporter son soutien dans les concepts de contenu, le positionnement, l'orientation, l'offre et le groupe cible de l'entreprise doivent être clairement définis. Plus les directives sont précises, plus l'aide apportée par l'IA sera précise. Dans un premier temps, on peut utiliser l'outil ChatGPT pour rassembler les thèmes qui correspondent au positionnement et au groupe cible visés. Il est important d'être clair, bref, concis et précis lors de l'invitation à l'action pour l'IA, ce que l'on appelle le «prompting», et de ne pas se contenter du premier résultat obtenu. Les résultats peuvent être affinés à volonté à travers le dialogue. Si l'on applique ces règles de base à un restaurant de burgers fictif dans le segment haut de gamme à Berne, il en résulte, après un bref dialogue avec la machine, les trois thèmes principaux suivants pour un concept de marketing de contenu: «Mets locaux préférés – montrez la région dans votre assiette», «Bern Burger – associez votre offre à des lieux emblématiques de la ville» et enfin «Associations gourmandes – attirez l'attention sur les meilleurs crus pour accompagner un burger».

Les thèmes deviennent des contenus

Les idées de thèmes à elles seules ne donnent pas encore de contenus concrets pour les nombreux canaux numériques. Elles constituent toutefois la base d'une planification claire. Combien de fois faut-il communiquer sur un thème et sur quels canaux? Certains canaux doivent-ils être utilisés délibérément pour un seul thème? Pour ces questions également, ce n'est pas l'IA, mais les capacités ainsi que les canaux

actifs de l'entreprise qui influencent de manière déterminante les décisions. L'IA, ou plus précisément ChatGPT, n'entre à nouveau en jeu que lorsqu'il a été déterminé quels thèmes doivent être traités et sur quels canaux. Dans le cas susmentionné du restaurant de burgers, le prompt (n.d.l.r.: instruction ou série de données fournies à un système d'IA qui utilise ces informations pour générer des réponses ou des créations en texte, image, ou autre forme de média) correspondant à l'IA est alors le suivant: «D'un point de vue marketing, crée-moi cinq idées, présentées sous forme de posts Instagram, sur le thème «Mets locaux préférés». Les résultats doivent contenir les éléments suivants: texte court (200 caractères), format du post, idée de visualisation, hashtags, marqueurs.»

Si l'on passe en revue cette demande par canal souhaité et par thème défini, on obtient un volume de contenus qui permet de remplir sans problème une planification annuelle. Il est important de réserver un espace pour les contenus spontanés qui ne peuvent pas être attribués de manière fixe à un thème du concept. Pour la mise en œuvre des contenus, il est également possible de recourir à l'IA. Alors que ChatGPT fournit des textes, Midjourney ou InVideo peuvent être utiles pour la création d'images ou de courtes vidéos. Il faut toutefois noter que les options pour des représentations fidèles à la réalité sont encore limitées, en particulier lorsque des personnes doivent être représentées.

Grande valeur ajoutée pour les sites

Le contenu n'est pas seulement essentiel pour les médias sociaux. Les sites web ont également besoin de contenus pertinents afin d'être reconnus par Google et d'apparaître en tête des résultats de recherche. ChatGPT permet d'optimiser les contenus existants et d'en créer de nouveaux. Dans le premier cas, on donne à l'IA le texte existant, y compris les

mots-clés souhaités, et on lui demande d'optimiser le texte en conséquence. Des instructions un peu plus détaillées sont nécessaires pour générer des textes entiers. Ici, ce qui est omniprésent dans l'utilisation de l'IA s'applique: plus le prompt est bon, plus le texte fourni sera précis.

Si l'on souhaite un article de blog sur le thème des «tendances en matière de burgers», il faut également indiquer à l'IA le groupe cible, la structure, le nombre de caractères ainsi que le message principal souhaité de manière générale, afin de produire un texte pertinent. Il en va de même pour l'application à des contributions à des newsletters ou à des mesures hors ligne telles que des brochures d'activités ou des menus.

Examiner de manière critique

Pour conclure, l'IA ne peut pas remplacer les compétences en marketing, mais seulement les compléter de manière judicieuse. Elle aide à trouver des idées pour des concepts, à structurer des contenus, à créer des plans pour des mesures de communication ainsi qu'à produire des éléments individuels comme du texte, des images ou des vidéos. L'IA est aussi bonne que l'homme qui interagit avec elle. Et elle ne peut pas connaître en détail les particularités et les subtilités d'une marque. Les contenus générés par l'IA doivent toujours être examinés de manière critique et adaptés dans leur contenu et leur forme de manière à ce qu'ils correspondent aux valeurs de la marque de l'entreprise.

*Patric Schönberg est copropriétaire de l'agence UP. Communications et expert en communication de marque. Après un voyage de 13 mois à travers la diversité gastronomique de notre monde, il écrit sur les facteurs de réussite de la communication de marque numérique dans l'hôtellerie-restauration, bien au-delà des points de contact propres à l'entreprise, avec un regard sans filtre sur les clients.

UN PROMPT CORRECT EST LA CLÉ DU SUCCÈS

Un prompt est l'instruction (les mots) que l'on donne à l'IA pour qu'elle produise le résultat souhaité. Les conseils suivants sont à prendre en compte lors de la préparation de l'instruction:

- Indiquez à l'IA le rôle qu'elle doit jouer (par exemple, professionnel du marketing, propriétaire de restaurant, réceptionniste d'hôtel).
- Indiquez à l'IA sous quel format les résultats doivent être diffusés (liste, post, texte, résumé).
- Attribuez une tâche claire à l'IA: «crée-moi un billet de blog», «résume-moi le texte suivant», «donne-moi les trois points les plus importants sur le sujet»...
- Communiquez les restrictions à l'IA et dites-lui ce qu'elle ne doit pas faire (avec des phrases courtes, utilisez un langage simple).
- Faites savoir à l'IA si vous n'êtes pas satisfait, faites adapter les résultats (raccourcissez le résultat, mettez davantage l'accent sur le sujet).

Vaisselle propre, coûts énergétiques réduits

Dans une cuisine professionnelle, le lave-vaisselle est probablement l'appareil le plus sollicité. Depuis 2024, de nouvelles obligations de déclaration sont entrées en vigueur, ce qui encourage le choix d'appareils performants. De plus, une formation adéquate du personnel contribue également à économiser de l'électricité.

TEXTE PIETER POLDERVAART POUR SUISSEENERGIE — PHOTOS MARTIN BICHSEL POUR SUISSEENERGIE

Les restaurateurs le savent bien: des verres éclatants et une vaisselle impeccable contribuent à leur bonne réputation; ils ont par conséquent tout intérêt à se doter d'un lave-vaisselle haut de gamme. Dans une cuisine professionnelle, ces appareils fonctionnent presque toujours en continu, ce qui engendre des frais d'électricité importants. Les nouvelles informations disponibles permettent aux acheteurs de comparer les appareils du marché du point de vue de leur consommation électrique. Avec l'introduction de l'obligation de déclaration, leur choix est facilité (voir encadré). Sur ce plan, la Suisse est en avance sur l'Union européenne. En effet, ces prescriptions donnent également d'autres indications techniques sur les appareils, notamment la consommation d'eau ou l'aptitude à la fonction de lavage.

Isolation et récupération de chaleur
Le processus de lavage exige de porter la solution détergente à haute température, ce qui nécessite beaucoup de courant. Il est donc important de se doter d'un appareil avec échangeur de chaleur,

option dont disposent la plupart des modèles actuels. Un système de ce type récupère la chaleur de l'air présent à l'intérieur de la machine et celle des eaux de lavage et de rinçage. Cela permet de préchauffer l'eau d'alimentation de l'appareil et d'économiser ainsi l'électricité nécessaire pour atteindre la température nominale d'exploitation. Pour les lave-vaisselle sous comptoir, l'économie d'électricité qu'offre un tel système est évaluée à 10%, tandis qu'elle avoisine les 20% pour les autres appareils.

Avec le programme Ecogastro.org, l'Office fédéral de l'énergie encourage le remplacement d'anciens appareils par des modèles plus performants. Les personnes intéressées bénéficient alors d'une subvention pouvant atteindre 30% du prix d'achat d'un appareil neuf.

Moins de bruit et moins de vapeur
Un système de récupération de la chaleur de l'air fonctionne en aspirant la vapeur contenue dans l'appareil avant l'ouverture, ce qui évite aussi qu'elle se répande dans la cuisine. Si l'appareil est également équipé d'une double enve-

loppe et d'un capot isolé, sa consommation d'électricité peut être encore réduite. Un tel équipement a également pour avantage de réduire les émissions de bruit, et donc d'améliorer les conditions de travail du personnel de cuisine.

A l'heure actuelle, l'eau chaude est souvent produite au moyen d'énergies renouvelables; il est donc judicieux que le nouveau lave-vaisselle soit raccordé à l'arrivée d'eau chaude et, par conséquent, intégré au système d'alimentation de tout le bâtiment. Enfin, les appareils actuels sont en général équipés d'une régulation intelligente permettant, en cas d'inactivité prolongée, de réduire la température de l'eau et de fermer le capot dans le but de conserver la chaleur résiduelle à l'intérieur de la machine.

L'hôtel Arte économise 384 kWh
Des lave-vaisselle efficaces du point de vue énergétique sont aujourd'hui déjà disponibles sur le marché. On peut citer le cas de l'hôtel et centre de congrès Arte, tout proche de la gare d'Olten. L'établissement, ouvert 365 jours par an, dispose d'un restaurant de 160 places pouvant

accueillir des clients 18 heures par jour. On peut aisément imaginer la quantité de vaisselle sale à traiter chaque jour. Le directeur de l'hôtel, Thomas Steidle, ne s'en cache pas: «Le lave-verres est utilisé quasiment sans interruption.» Après le remplacement, en été 2023, du grand lave-vaisselle à paniers, vint le tour du lave-verres. Thomas Steidle voulait cette fois encore miser sur un appareil à basse consommation: «Vu la forte augmentation du prix de l'électricité, nous sommes contraints d'optimiser notre consommation.» Cela n'est pas nouveau; l'hôtel Arte s'y connaît en échangeurs de chaleur: un chauffe-eau spécial y récupère déjà les rejets de chaleur et préchauffe l'eau de lavage à 35 °C. Or le nouvel appareil est encore plus économique que le précédent. Sur l'année, l'hôtel devrait pouvoir économiser 384 kWh, soit environ 12% d'électricité. En d'autres termes, le surcoût de cet appareil par rapport à un appareil conventionnel sera amorti en l'espace de sept ans. Le directeur est aussi conscient de l'importance de former correctement son personnel afin de doper encore l'efficacité du système. «Lors du remplacement du panier de verres propres par un panier de verres à laver, le capot de la machine doit être refermé rapidement pour réduire les pertes de chaleur.»

Autres mesures d'économies
Thomas Steidle sait que les cuisines professionnelles sont particulièrement énergivores, et offrent par conséquent un potentiel considérable de réduction

des coûts. Il a donc fait installer un système électronique qui gère, dans tout l'établissement, les pics de consommation que l'hôtel, considéré comme gros consommateur, se voit facturer à haut tarif. Ainsi, aux heures de pointe, le système de régulation coupe par exemple brièvement l'alimentation des congélateurs, réduisant par là même le pic, sans nuire pour autant à la qualité des aliments qui y sont entreposés. A l'avenir, le directeur compte encore sur d'autres économies potentielles, notamment par le biais de la réduction du temps de veille de certains appareils: «Il est vrai que le travail en cuisine commence à 9 h du matin, mais il n'est pas forcément nécessaire d'enclencher tous les appareils à cette heure-là. Il est probable que nous puissions encore réaliser des économies avec un programme de mise en route progressif.»

Depuis le printemps 2023, SV Group gérant le restaurant d'entreprise de la fabrique IWC à Neuhausen (SH) s'est également doté d'un lave-vaisselle plus performant. Thomas Rutz, responsable au sein de l'établissement, rappelle que

La récupération de chaleur, comme ici sur un appareil de Meiko, rend les lave-vaisselle plus efficaces – il faut désormais déclarer quels modèles sont équipés de cette technique.

Le restaurant a doublé sa production au cours des dernières années: «L'ancienne machine ne suffisait plus à traiter les 140 repas journaliers. Le nouvel appareil devait être plus grand, sans pour autant produire plus de vapeur dans l'étroite cuisine. Pour nous, c'était une évidence de choisir un modèle équipé d'un récupérateur de chaleur.» Ce choix s'est avéré le bon: bien que plus puissant et d'une plus grande contenance, le nouvel appareil consomme 25% d'électricité en moins, ce qui permet une économie annuelle de 550 francs en moyenne.

Prélever la vaisselle à l'eau froide
Stephan Künzle, employé des Services industriels de la Ville de Zurich, est conseiller en matière d'énergie pour les professionnels. Il sait à quel point il est essentiel d'avoir une équipe bien formée. Comme d'autres appareils, un lave-vaisselle a besoin d'un délai de préchauffage avant d'atteindre la température d'exploitation. «Au lieu d'allumer l'appareil le matin en entrant dans la cuisine, il ne faudrait l'enclencher qu'au début de ce temps de latence.» Dans le but de sensibiliser toute l'équipe de cuisine, il est judicieux d'afficher sur l'appareil lui-même son temps effectif de préchauffage. Il n'est pas non plus nécessaire d'allumer l'appareil dès l'arrivée des premières assiettes sales; mieux vaut attendre d'avoir rempli la machine avant de l'enclencher. Ceci permet d'économiser de l'électricité et d'utiliser par la suite l'appareil de manière plus intensive. Stephan Künzle recommande également de prélever la vaisselle à l'eau froide, d'installer le lave-vaisselle à bonne distance des espaces ou appareils de réfrigération – car il y a toujours un peu de vapeur – et d'attendre que les paniers soient pleins avant d'enclencher la machine, ce qui paraît évident mais n'est pas toujours respecté.

UNE DÉCLARATION QUI FACILITE LA TRANSPARENCE

La nouvelle obligation de déclaration entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2024 concerne les lave-vaisselle professionnels à capot ou sous-comptoir. Depuis, il est nécessaire de publier les données normées relatives à la consommation d'énergie, à la consommation d'eau et à l'aptitude à la fonction de lavage. Une fiche d'information et d'autres renseignements sont disponibles sur: www.bfe.admin.ch/bfe/fr/home/efficacite/etiquettes-energie-et-exigences-efficacite/appareils-professionnels/exigences-relatives-aux-lave-vaisselle-professionnels.html



NE SOYEZ PAS PRESSÉ DE TOURNER LE BOUTON

Un lave-vaisselle met un certain temps avant d'être opérationnel. Il est conseillé de chronométrer ce temps et d'afficher le résultat sur l'appareil. Ainsi, le personnel ne l'allumera pas trop tôt, ce qui évitera une consommation inutile d'électricité. Par ailleurs, à la fin de la journée de travail, il ne faut pas seulement éteindre l'appareil au moyen du clavier à effleurement ou de l'écran tactile, mais en retirer la prise. Il est aussi recommandé de débrancher l'appareil en cas d'interruption prolongée, notamment si, après le service du dîner, le réservoir d'eau est remplacé et que l'appareil n'est plus utilisé avant le soir.



«Mon approche de la vie? L'honnêteté»

Il est plutôt du genre discret, qui a toujours suivi sa voie avec une certaine décontraction: **au restaurant Roots à Bâle, Pascal Steffen** célèbre constamment une gastronomie gourmande et durable au plus haut niveau, dans laquelle les légumes jouent un rôle de star. Il répond aux questions de GastroJournal sur ses valeurs, son nouveau rôle d'entrepreneur et la raison pour laquelle il a mis cinq ans à élaborer un seul plat.

TEXTE CORINNE NUSSKERN — TRADUCTION ISABELLE BUESSER-WASER — PHOTO DANIEL WINKLER

Un rayon de lumière tombe sur trois bocaux et donne aux fleurs d'aneth, aux pives d'arolle et aux fleurs de vesce marinées une lueur oscillant entre l'or moutarde et le vert olive. Sur la table, il y a un salsifis, diverses betteraves et un céleri-rave. C'est l'univers du magicien des légumes Pascal Steffen (38 ans). Mais pas seulement. Le chef de cuisine montre une entrecôte de bœuf marinée au koji. «Jusqu'à samedi, c'est super tendre et avec un goût de noisette», s'enthousiasme-t-il. Depuis 2017, le Lucernois fait des merveilles au restaurant Roots à Bâle avec sa cuisine gastronomique à base de légumes. Actuellement, il détient deux étoiles Michelin et 18 points GaultMillau, l'étoile verte Michelin aurait dû être obtenue depuis longtemps! Début 2025, il déménagera avec le Roots dans l'ancien restaurant

★ Pascal Steffen

Pascal Steffen (38 ans) a grandi à St. Urban (LU). Il a effectué son apprentissage de cuisinier au Landgasthaus Lerchenhof à Mehlsecken (LU), puis il s'est perfectionné au Tschuggen Grand Hotel à Arosa (GR), à l'hôtel Walserhof à Klosters (GR) ou encore à Malaga (E) et n'a cessé de gravir les échelons: que ce soit chez Andreas Caminada au château Schauenstein à Fürstenaubach (GR) ou chez Nenad Mlinarevic au Park Hotel à Vitznau (LU). Depuis 2017, il est chef de cuisine au restaurant Roots du RhyPark de Bâle (2 étoiles Michelin, 18 points GaultMillau, 36 places, 12 collaborateurs). A partir de 2025, avec le déménagement de l'établissement dans l'ex-restaurant Oliv à proximité du Zooli (30 places), il deviendra associé du Roots. Pascal Steffen a participé avec succès à divers concours de cuisine, est chef cuisinier et a obtenu un diplôme fédéral de chef d'entreprise de l'hôtellerie et de la restauration. Il vit à Bâle.

Oliv dans le quartier de Bachletten – et il deviendra associé: à l'avenir, le Roots sera dirigé conjointement par Dragan Rapic et Pascal Steffen.

Pascal Steffen, cela signifie que vous serez désormais aussi entrepreneur!

PASCAL STEFFEN: Ne l'est-on pas toujours? Partout où j'ai travaillé, cela m'a incité à intégrer l'aspect entrepreneurial. Cela ne sert à rien de savoir bien cuisiner si les coûts des collaborateurs et des marchandises sont trop élevés et si je ne génère pas assez de recettes. Je n'ai jamais eu quelqu'un pour me soutenir financièrement. Heureusement! J'ai grandi comme ça. Si nous voulions un nouveau vélo, nous devons économiser pour l'acheter. Ainsi, le nouveau vélo avait une tout autre valeur. Avoir été élevé avec ces principes fondamentaux m'a beaucoup aidé.

Petit retour en arrière: comment avez-vous grandi et avez-vous toujours voulu devenir cuisinier?

J'ai grandi dans un milieu très rural, avec deux frères et sœurs, à St. Urban, dans le canton de Lucerne. Grâce à mes racines italiennes – ma mère est italienne –, le fait de partager les repas a toujours été une priorité. J'ai souvent aidé à faire la cuisine. Ma maîtresse d'école primaire m'a dit récemment, alors qu'elle était ici au Roots, que je voulais devenir cuisinier dès la deuxième année.

Les légumes sont au cœur de votre travail. Etiez-vous déjà passionné par les légumes lorsque vous étiez enfant?

Oui, nous avions un jardin. Récemment, j'ai proposé un plat de tomates qui m'a rappelé mon enfance. Pour moi, à l'époque, une tomate accrochée à un plant, réchauffée par le soleil, et diffusant son parfum, c'était formidable! Avec le Birsmatthof à Therwil (BL), j'ai un producteur qui ne refroidit pas les tomates.



«Pour moi, le luxe, c'est le temps – c'est la seule chose qui soit limitée pour tous. Mais aussi pouvoir travailler avec des produits authentiques.»

Avez-vous encore le «Garten 28», un plat composé de 28 interprétations différentes de légumes bio de saison, issus du Birsmatthof?

Je ne peux pas le retirer de la carte, il est trop populaire! C'est généralement un plat froid qui reflète la saison et qui, avec 28 positions, montre la diversité des légumes – et notre plat d'expérimentation.

L'utilisation consciente ainsi que la valeur des produits sont importantes pour vous. Où cela commence-t-il et où cela finit-il?

C'est un cycle, et cela commence par le sol et les graines. Où et comment un produit est-il cultivé? Je trouve qu'il est important de le savoir. Et aussi de savoir combien de ressources se cachent derrière un produit. Ce n'est pas simplement une carotte, il y a des gens derrière! Quelqu'un l'a semé, a fait pousser le plant, l'a arrosé et l'a récolté. La régionalité pure est une vieille histoire. Il est important de savoir quelles sont les conditions de travail dans une ferme. La femme de l'agriculteur qui travaille avec lui reçoit-elle aussi un salaire et des prestations sociales? Il faut se poser des questions sur tout cela.

Y a-t-il des produits sur lesquels vous fermez les yeux?

Le foie gras d'oie et de canard, le thon ou l'anguille ne sont pas obligatoires. Notre cupidité détruit beaucoup de choses. On trouve du caviar à la tonne, mais les pommes de terre de mon-

tagne comme la corne de Gatte de Freddy Christandl et Marcel Heinrich de Filisur (GR) sont rares! Et j'ai aussi un lien avec ce produit: lors des premières vacances dont je me souviens, nous avons pris le train pour aller dans un hôtel à Filisur.

Lorsque vous intégrez de la viande dans vos plats, il s'agit souvent de produits spéciaux comme le poisson-chat, le brochet ou le cou d'agneau. Quelles sont vos exigences?

Outre le produit, il s'agit de mettre en avant notre terroir. Cela nécessite un savoir-faire. Il y a un mois, j'ai dépecé un sanglier, c'est-à-dire «séparer la peau de la viande». La dernière fois que j'ai fait cela, c'était pendant mon apprentissage. Mais c'est comme faire du vélo, ça ne s'oublie pas.

Vos créations semblent si légères, avec des couleurs et des formes parfaitement équilibrées. Combien de temps consacrez-vous au développement de vos créations?

Ce sont des processus qui peuvent durer d'une demi-heure à cinq ans. C'était le plus long (rires). J'étais encore à Vitznau quand j'ai eu l'idée d'une joue de tête de porc avec des radis. Mais il manquait quelque chose. J'ai mis mes notes de côté, je les ai ressorties, je les ai mises de côté. Un jour, j'ai feuilleté mon petit livre de recettes écrites par moi-même et je suis tombé sur une sauce que j'avais connue autrefois à Madrid, une sauce au poivre de Sichuan. Et celle-ci se mariait parfaitement avec le plat! Depuis, nous en faisons une interprétation au Roots. Pour de nombreux clients, c'est le plat phare.

La gastronomie étoilée est en pleine mutation. Certains chefs s'arrêtent par choix, d'autres y sont contraints. Comment peut-elle perdurer à long terme?

Il est important de penser à l'entrepreneuriat dans l'ensemble du processus et d'y intégrer la durabilité, afin que tous puissent en vivre. Ensuite, il y a quelque chose d'essentiel. Etre tout simplement honnête et exiger à tous les niveaux et dans tous les domaines le prix que vaut le produit ou le service. Je ne discute jamais du prix avec un producteur. C'est donnant-donnant, nous devons nous focaliser sur des valeurs importantes comme les relations humaines.

Dirigez-vous également vos douze collaborateurs selon ces valeurs?

Nous passons beaucoup de temps ensemble, les relations humaines doivent être bonnes. Parfois, ils s'étonnent des instructions que je donne et qu'il n'y a pas lieu de remettre en question (rires). D'un autre côté, nous passons aussi un moment agréable en-

«Dépecer un sanglier, c'est comme faire du vélo: ça ne s'oublie pas»

semble après le service. Ils le savent: nous faisons ici du sport de haut niveau, nous devons fournir des résultats. Quelqu'un doit donc tenir les rênes.

Prochainement, vous cuisinerez pour la deuxième fois avec vos collaborateurs lors du festival gastronomique Excellence sur le Rhin. Qu'est-ce qui vous attire dans ce projet?

Au Roots, c'est presque un match à domicile. Cet événement nous oblige à sortir de notre zone de confort. Je demande toujours à mes collaborateurs s'ils veulent y participer. Ils répondent immédiatement «oui, bien sûr!» et se réjouissent toujours d'y prendre part.

Et le 11 novembre, vous ouvrez votre cuisine pour l'événement OpenKitchens de GastroFutura. Un événement qui promeut la durabilité ...

Je m'en réjouis énormément. En fait, il faudrait une certification pour la durabilité. Mais si on la met en pratique, peu importe qu'on ait un label. Nous y revoilà: il faut être honnête, c'est un mode de vie.

Que conseillez-vous aux jeunes collègues qui veulent aller aussi loin que vous?

Il faut être soi-même et faire les choses correctement. Lorsque j'ai commencé à mettre l'accent sur les légumes il y a sept ans, j'ai eu du mal. Certaines personnes trouvaient cela ridicule. Il ne faut pas abandonner si cela ne fonctionne pas tout de suite. Un restaurant ne génère pas un taux d'occupation complet dès le premier jour. Il faut du temps. On peut soit être un cuisinier parmi d'autres, soit faire beaucoup d'efforts et quelque chose de différent.

MARKTPLATZ / SERVICE

BRANCHENGUIDE / LES PARTENAIRES DE LA BRANCHE

Abhol- und Belieferungsservice

ALIGRO
Demaurex & CO AG
Mooswiesstrasse 42
9201 Gossau SG
Tel. +41 71 388 13 13
Fax +41 71 388 13 14
www.aligro.ch



Aligro
Demaurex & Cie SA
Chavannes-près-Remens
1020 Remens VD 1
Tel. +41 21 633 36 00
Fax +41 21 633 36 36
www.aligro.ch



Mérat AG
Murtenstrasse 121
3008 Bern
Tel. +41 58 571 45 45
info@merat.ch
www.merat.ch



Transgourmet/Prodega
Transgourmet Schweiz AG
Lochackerweg 5
3302 Moosseedorf
www.transgourmet.ch



Architektur/Innenarchitektur

beck konzept ag
Räume in Form bringen
Gewerbezone 82
6018 Buttisholz
Tel. 041 929 68 88
Fax 041 929 68 89
info@beck-konzept.ch
www.beck-konzept.ch



Büromaterial

OWIBA AG
Gewerbestrasse 16
3065 Bolligen
0800 32 00 32
member@iba.ch
www.iba.ch oder
www.iba.ch/GastroSuisse



Fette & Öle

Florin AG
Hofackerstrasse 54
4132 Muttentz
Tel. +41 (0) 61 466 22 22
Fax +41 (0) 61 461 50 65
florin.ag@florin-ag.ch
www.florin.ch



Food

Eipro-Vermarktung GmbH & Co.KG
Gewerbering 20
49393 Lohne
DEUTSCHLAND
Tel. +49 (0) 44 42 945 1
Fax +49 (0) 44 42 945 4 10
info@eipro.de
www.eipro.de



Frigemo AG
Postfach 18
2088 Cressier NE
Tel. +41 (0) 58 433 91 11
info@frigemo.ch
www.frigemo.ch



Proviande
Postfach
3001 Bern
Tel. +41 (0) 31 309 41 11
info@proviande.ch
www.proviande.ch



Trüffel Frei GmbH
Bachstrasse 31
8106 Adlikon bei Regensdorf
Tel. +41 (0)44 361 96 05
Mo bis Do: 8h-11h
trueffel-frei@hotmail.com

Gastro-Backwaren

Romers Hausbäckerei AG
Neubruchstrasse 1
8717 Benken SG
Tel. +41 (0) 55 293 36 36
Fax +41 (0) 55 293 36 37
info@romers.swiss
www.romers.swiss



Gastromaschinen

Hofmann Servicetechnik AG
Aufschnittmaschinen & Waagen
Gaswerkstrasse 33
4900 Langenthal
Tel. +41 (0) 26 923 43 63
Fax +41 (0) 26 922 72 19
info@hofmann-servicetechnik.ch
www.hofmann-servicetechnik.ch



Gastronomie-Bedarf

Dipl. Ing. Fust AG
Buchental 4
9245 Oberbüren
Tel. +41 (0) 71 955 50 50
Fax +41 (0) 71 951 29 34
info@fust.ch
www.fust.ch



Gamo Gastroline GmbH
Oberhofstrasse 3
6274 Eschenbach LU
Tel. +41 (0)41 449 04 27
info@gamo-gastroline.ch
www.gamo-gastroline.ch



Gehrig Group AG
Bäulerwisenstrasse 1
8152 Glattbrugg
Tel. 043 211 56 56
Fax 043 211 56 99
info@gehriggroup.ch
www.gehriggroup.ch



GKM Gewerkekühlmöbel AG
Türbacherweg 40
6060 Sarnen
Tel. +41 (0) 41 666 70 80
Fax +41 (0) 41 666 70 89
info@gkm-ag.ch
www.gkm-ag.ch



Getränke

Brauerei Schützengarten AG
St. Jakob-Strasse 37, Postfach 63
CH-9004 St. Gallen
Tel. +41 (0) 71 243 43 43
www.schuetzengarten.ch



Coca-Cola HBC Schweiz AG
Stationsstrasse 33
8306 Brüttsellen
Tel. +41 (0) 44 835 91 11
ch.coca-colahellenic.com



Goba AG
Mineralquelle und Manufaktur
Gontenstrasse 51
9108 Gontenbad
Tel. +41 71 795 30 30
info@goba-welt.ch
www.goba-welt.ch



Mosterei Möhl AG
St. Gallerstrasse 213
9320 Arbon
Tel. +41 (0) 71 447 40 74
Fax +41 (0) 71 447 40 75
moehlsaft@moehl.ch
www.moehl.ch



Hotelzimmerbau- und -Einrichtung

beck konzept ag
Räume in Form bringen
Gewerbezone 82
6018 Buttisholz
Tel. 041 929 68 88
Fax 041 929 68 89
info@beck-konzept.ch
www.beck-konzept.ch



Hygiene Lösungen

CWS-boco Suisse SA
Industriestrasse 20
8152 Glattbrugg
Tel. 0800 800 297
www.cws.com



Kaffee / Kaffeemaschinen

Cafina AG
Kaffeemaschinen
Untere Brühlstrasse 13
4800 Zofingen
Tel.: +41 (0) 62 889 42 42
info@cafina.ch
www.cafina.ch
www.mycafina.ch



Franke Kaffeemaschinen AG
Franke-Strasse 9
4663 Aarburg
Tel.: +41 62 787 31 31
coffee.moments@franke.com
coffee.franke.com



Kassensysteme

Otto Mathys CashTec AG
Marchweg 6
5035 Unterentfelden
Tel. +41 (0)62 737 74 74
info@cashtec.ch
www.cashtec.ch



Koch- und Tischkultur

Maison Truffe AG
Laubisrütistrasse 52
8712 Stäfa
Tel. +41 (0) 44 928 25 25
www.maisontruffe.ch
info@maisontruffe.ch



Kochsysteme

Gehrig Group AG
Bäulerwisenstrasse 1
8152 Glattbrugg
Tel. 043 211 56 56
Fax 043 211 56 99
info@gehriggroup.ch
www.gehriggroup.ch



Krankentaggeld- und Unfallversicherung

SWICA Gesundheitsorganisation
Römerstrasse 38
8401 Winterthur
Tel. 0800 80 90 80
gastro@swica.ch
www.gastroversicherungen.ch



Mehrwegverpackung

reCIRCLE AG
Greizerstrasse 70
3013 Bern
Tel. 031 352 82 82
info@recircle.ch
www.recircle.ch



Möbel

Hüba AG
Möbel in Metall
Staldenhof 13
6014 Luzern
Tel. +41 (0)41 250 32 87
mail@hueba.ch
www.hueba.ch



Furter + Co. AG

Soodring 3-4
8134 Adliswil
Tel.: +41 44 711 13 13
verkauf@furter.com
www.furter.com



Steinfels Swiss
St. Gallerstrasse 180
8404 Winterthur
Tel. +41 (0) 52 234 44 00
Fax +41 (0) 52 234 44 01
info@steinfels-swiss.ch
www.steinfels-swiss.ch



Papiertragetaschen / Take-away

Elco AG
Wildschachen 18
5201 Brugg
Tel.: +41 56 462 81 40
info@myelco.ch
www.myelco.ch
nenad.sucur@myelco.ch
Tel: +41 79 564 33 30



Restaurantbau und Einrichtung

beck konzept ag
Räume in Form bringen
Gewerbezone 82
6018 Buttisholz
Tel. 041 929 68 88
Fax 041 929 68 89
info@beck-konzept.ch
www.beck-konzept.ch



Gschwend AG Gastro-Bau
Talackerstrasse 52
3604 Thun
Tel. 033 334 22 22
info@gastrobau.ch
www.gastrobau.ch



Sach-Haftpflichtversicherungen

esurance AG
c/o gastroversicherungen.ch
Heinrichstrasse 269
8005 Zürich
Tel. 044 330 30 30
www.esurance.ch



Schädlingsbekämpfung

RateX AG
Austrasse 38
8045 Zürich
Telefon 044 241 33 33
info@ratex.ch
www.ratex.ch
Servicestellen: Zürich, Basel, Bern,
Ostschweiz, Innerschweiz



Stellenbörse

Gastro-Express.ch AG
Gerbergasse 48
4001 Basel
info@gastro-express.ch
www.gastro-express.ch



Tankstellengeschäft

A.H. Meyer & Cie AG
Badenerstrasse 329
8003 Zürich
Tel. 044 498 18 18
tankstellen@ahmeyer.ch
www.ahmeyer.ch



Textilien

Furter + Co. AG
Soodring 3-4
8134 Adliswil
Tel.: +41 44 711 13 13
verkauf@furter.com
www.furter.com



Eintrag für 1 Jahr
Pauschal CHF 780.-
Tel. +41 44 377 53 11
anzeigen@gastrojournal.ch

Treuhand und Beratung

GASTROCONSULT AG
Corporate Services
Blumenfeldstrasse 20
8046 Zürich
Tel. +41 (0) 44 377 54 44
services@gastroconsult.ch
www.gastroconsult.ch



Wein

Swiss Wine Promotion AG
Belpstrasse 26
3007 Bern
Tel. +41 31 398 52 20
info@swisswine.ch
www.swisswine.ch



Zahlungsmethode

Nexi Schweiz AG
Richtstrasse 17
8304 Wallisellen
Schweiz
Tel. +41 58 220 58 58
www.nexi.swiss



Schweizer Lunch-Check

Gotthardstrasse 55
8027 Zürich
Tel. +41 (0)44 202 02 08
Fax +41 (0)44 202 78 89
info@lunch-check.ch
www.lunch-check.ch



Schweizer Reisekasse (REKA)

Genossenschaft
Neuegasse 15
3011 Bern Zustellkreis
Tel. +41 (0) 31 329 66 33
Fax +41 (0) 31 329 66 01
info@reka.ch
www.reka.ch



Sie erreichen mehr als:
20000
Leserinnen und Leser

GastroJournal:
Print/online/
Newsletter

Buchen Sie Ihr Advertorial (Publireportage), Ihren Banner oder Ihre Anzeige im GastroJournal-Newsletter, auf der Website oder in der Printausgabe!

Kontaktieren Sie uns unter
Tel. 044 377 53 11 oder
anzeigen@gastrojournal.ch

Zürich: loin des clichés

TEXTE ISABELLE BUESSER-WASER

Côté ouest de la Sarine, on perçoit Zurich comme une ville chère et peu chaleureuse. Un cliché qui se vérifie malheureusement parfois dans les rues touristiques de la vieille ville: certains restaurants affichent des prix exorbitants pour une carte sans surprises, bien loin du budget des clients suisses de classe moyenne. Pourtant, il existe de nombreux établissements qui valent le détour dans la métropole suisse allemande. La qualité de leur offre leur permet de se démarquer sur le web et de se construire une solide réputation grâce au bouche à oreille. C'est le cas du Restaurant Haldenbach, qui se trouve dans



La terrasse du restaurant Haldenbach offre un espace calme et apaisant qui surplombe la vieille ville.

le quartier universitaire, sur la Haldenbachstrasse, en amont de la vieille ville.

Simple, authentique et chaleureux

Le restaurant Haldenbach est le premier à s'afficher sur Google dans le cadre d'un classement du GaultMillau lorsque l'on tape «meilleur cordon bleu de Zurich». De quoi satisfaire les touristes en quête de simplicité et d'un accueil chaleureux. Le Service est authentique et souriant, les plats généreux et gourmands, et le cordon bleu tient ses promesses. «C'est exactement ce que j'ai envie de manger quand je suis en Suisse allemande», lance un client romand. Sur la carte, on retrouve également d'autres spécialités suisses: des röstis ou de l'émincé de veau

zurichois, mais aussi quelques propositions végétariennes. Par ailleurs, les prix sont très raisonnables: entre 26 et 49 francs pour les plats principaux. Quant à la terrasse de l'établissement, elle offre un espace calme et apaisant, loin du tumulte du centre-ville – et pourtant si proche. De quoi faire taire les mauvaises langues: Zurich sait aussi recevoir sans paillettes et poudre aux yeux et offrir des expériences authentiques et savoureuses sans y laisser un rein!

Restaurant Haldenbach
Haldenbachstrasse 3
8006 Zurich
www.restauranthaldenbach.ch

Dans cette rubrique, la rédaction de GastroJournal partage une expérience personnelle.



Le cordon bleu XXL du restaurant Haldenbach tient ses promesses: simple, généreux et gourmand.

IMPRESSUM

Gegründet/Fondation 1895

GastroJournal
Blumenfeldstrasse 20, Postfach
8046 Zurich
Tel. +41 (0)44 377 53 11
www.gastrojournal.ch

Herausgeber/Editeur

GASTRO SUISSE
GastroSuisse Verband für Hotellerie
und Restauration/Fédération de
l'hôtellerie et de la restauration

Auflage/Tirage 2024

Verkaufte Auflage WEMF-Beglaubigung/Tirage certifié REMP/FRP:
19664 Ex.
Druckauflage/Tirage imprimé:
21000 Ex.
über 200 000 Leserinnen und Leser/
plus de 200 000 lecteurs (LINK Luzern)
Erscheint donnerstags
(zweiwöchentlich)/Parait le jeudi
(toutes les deux semaines)

Abonnements

**Magazinabonnement/
Abonnement magazine**
12 Monate/12 mois CHF 170.–
Einzelnummer/Exemplaire CHF 7.90
Kontakt/Contact abo@gastrojournal.ch

Verlag/Édition

**Verlagsleitung, Mitglied Geschäftsleitung/Responsable de l'édition,
Membre de la direction**
Patrik Hasler-Olbrych

Anzeigen

**Leiter Anzeigenverkauf/
Directeur des ventes**
Roger Schenk

Key Account Manager
Aleksandar Vukovic

**Anzeigenposition/Disposition
des annonces**

Deborah van Lith
Selma Sivac
Elma Ibric

**Kontakt Anzeigen/
Pour passer vos annonces
(Service, Immobilières,
offres d'emploi, «Boîte à trouvaies»,
Sous-traitants)**
anzeigen@gastrojournal.ch
annonces@gastrojournal.ch
Tel.: +41 (0)44 377 53 11

**Anzeigenverkauf Westschweiz/
Annonces Suisse Romande
(Annonces, publipostage, bannière)**
info@pub-gastro.ch

**Anzeigenschluss/
Clôture des annonces**
Donnerstag 16 Uhr/Jeudi 16h00

Redaktion/Rédaction

Chefredaktor/Rédacteur en chef
Reto E. Wild (rw)

Redaktion

Corinne Nusskern (cn)
Nicole Steffen (nst)
Petra Schwinghammer (psh)
Oliver Borner (obo)

Rédaction Suisse romande

Isabelle Buesser-Waser (ibw)
Caroline Goldschmid (cgo)

Editorial Design

Sibylle Lees

**Kontakt Redaktion/
Contact Rédaction**

redaktion@gastrojournal.ch
redaction-romande@gastrojournal.ch

Fotografen/Fotografinnen

Nicola Pitaro, Linda Pollari,
Nicolas Righetti, Daniel Winkler

Freie Mitarbeitende

Heidi Bacchilega, Benny Epstein,
Mathias Haehl, Urs Oskar Keller,
Fabrice Müller, Hans Schneeberger,
Patric Schönberg, Iris Wettstein

**Redaktionsschluss/
Clôture rédactionnelle**

Montag 12 Uhr/Lundi 12h00

Druckerei/Imprimerie

Stämpfli Kommunikation
Wölflistrasse 1, Postfach, 3001 Bern

Offizielles Organ/Organe officiel



Gilde etablierter Schweizer Gastro-
nomen/Gilde Suisse des
Restaurateurs-Cuisiniers/Gilda svizzera
dei Ristoratori-Cuochi
Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zurich
Tel. +41 (0)44 377 52 90
Fax +41 (0)44 377 55 14
gilde@gastrosuisse.ch, www.gilde.ch

Qualitätszertifikate/
Certificats de qualité



Der Abdruck von Artikeln aus dem GastroJournal
ist nur nach Rücksprache mit der Redaktion
gestattet.

La reproduction d'articles du GastroJournal n'est
permise qu'après autorisation expresse de la
rédaction.

Printed in Switzerland

«Wir freuen uns, das GastroJournal auch bei unserem 60-Jahr-Jubiläum im November 2025 als starken, verlässlichen und innovativen Medienpartner dabeizuhaben.» Ihr Igeho-Team



Das Igeho-Team wünscht der gesamten Branche eine erfolgreiche Zagg 2024 und ist voller Vorfriede, den Hospitality-Sektor im nächsten Jahr in Basel begrüßen zu dürfen.

igeho

Treue-Cup

Kaufen. Punkten. Profitieren.

Alle Artikel
53%



TENDERFLAME

KONST SMIDE SCHOTT ZWIESEL

Einlösbar bis **18.01.2025** in Ihrem Prodega-Markt.
Artikel so lange Vorrat.

transgourmet.ch/treue-cup



GASTRO journal

LE MAGAZINE DE GASTROSUISSE

POUR LA GASTRONOMIE, L'HÔTELLERIE ET LE TOURISME

Pascal Steffen

Les légumes: stars
d'une gastronomie
étoilée au Roots

GASTROJOURNAL N° 41 / 42 | 10 OCTOBRE 2024 | GASTROJOURNAL.CH | CHF 7.90

Stéphane Décotterd

Le chef étoilé sort son premier livre de cuisine,
«Gastronomie entre lac et montagnes»

Intelligence artificielle

La technologie pour optimiser
sa communication

Cahier en français:
pages 40 à 50