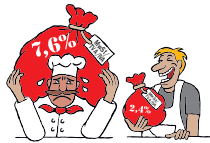


TRENDS

Mehrwertsteuer
Heute schon
gesammelt?



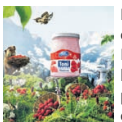
Im April hat GastroSuisse für das Gastgewerbe im Land eine Mehrwertsteuer-Initiative lanciert. Doch eine Initiative braucht Unterschriften, viele Unterschriften, damit sie auch wirklich zustande kommt. Deshalb ist jede Gastgeberin, jeder Gastgeber im Lande aufgerufen, Unterschriften zu sammeln. Das geht einfach: Sich informieren, die Gäste informieren und sammeln. Alles Material ist direkt bei GastroSuisse erhältlich: www.schluss-mwst-diskriminierung.ch

Enomatic
Wine
serving system



Das Restaurant «delikat» und die Weinlounge «wyloube» in Langenthal bieten eine breite Auswahl an Weinen. Die Enomatic-Systeme, die eine 3-wöchige Haltbarkeit, eine präzise Temperaturkontrolle und eine einwandfreie Qualität der Weine im glasweisen Ausschank gewährleisten, sind Teil der «wyloube». www.enomatic.ch

Kommunikation Emmi
Genuss aus
der Schweiz



Emmi lanciert eine Kommunikationskampagne, welche die Hochwertigkeit der Emmi-Produkte unterhaltsam kommuniziert. Typische Schweizer Symbole und eine Berggipfel-Silhouette in den Farben Rot und Weiss sind tragende Elemente der neuen Verpackung. Die Kampagne läuft flankierend zur Neupositionierung zahlreicher Produkte unter der Dachmarke Emmi und unterstreicht die Schweizer Herkunft und die Qualität der Produkte. www.emmi.ch

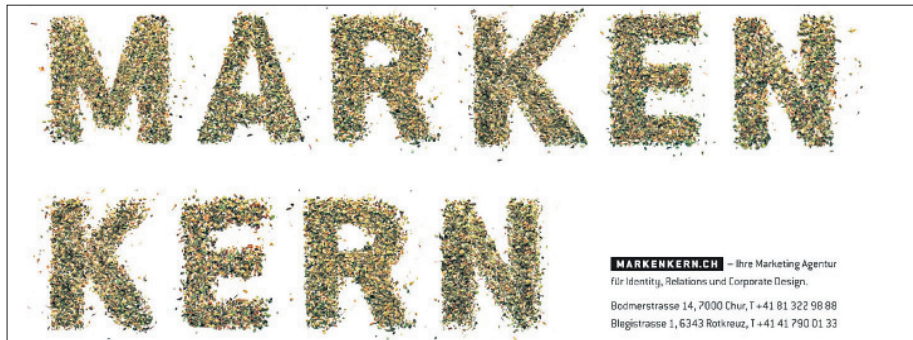
Hugo Reitzel
Essiggurken
aus der Schweiz

Hugo Reitzel stellt mit einer Abnahmegarantie der gesamten Essiggurkenproduktion auch heuer wieder die Weiterführung des Essiggurkenanbaus in der Schweiz sicher. Das Schweizer Unternehmen ist seit 2007 der einzige Abnehmer der hiesigen Gurkenproduktion in den Anbaugebieten der Ostschweiz und dem Emmental. www.hugoreitzel.com



Kommunikationsagentur Markenkern eröffnet zweiten Standort

Weiterwachsen



MARKENKERN.CH – Ihre Marketing Agentur für Identity, Relations und Corporate Design.
Bodmerstrasse 14, 7000 Chur, T +41 81 322 98 88
Blegistrasse 1, 6343 Rotkreuz, T +41 41 790 01 33

Markenkern, die im Sommer 2007 in Chur gegründete Kommunikationsagentur mit Schwerpunkt Corporate Identity, wächst weiter. Fabio Aresu, der in Luzern Wirtschaftskommunikation studiert hat und zunächst mit nur einem Mitarbeiter begann, kann heute auf sechs Mitarbeiter an zwei Standorten zählen. Zu Chur ist vor kurzem auch Rotkreuz hinzugekommen, damit Markenkern näher bei den Kunden ist. Zudem wurde die Geschäftsleitung erweitert: Marco Zahnd und Martin Keller sind ebenfalls Betriebswirte und leiten den Standort in der Zentralschweiz. Zahnd machte sich als Pionier im Bereich Bio-Fastfood einen Namen, Keller half massgeblich beim Aufbau von bluewin.ch mit und arbeitete beim zweitgrössten Schweizer Telco-Unternehmen als Senior Product Manager Festnetz und Internet.

Die Agentur hat sich in relativ kurzer Zeit vor allem deshalb hervorgetan, weil sie mit einem eigens entwickelten System komplexe Zusammenhänge im Marketing rascher erfassen kann. Das Unternehmen ist vor allem bei KMU, bei ökologisch orientierten Unternehmen und im Bereich Lebensmittel stark und die erste Agentur in der Südschweiz, die sich aus-

schliesslich auf diese Technik konzentriert. Neben den Schwerpunkten Identitätsentwicklung und Öffentlichkeitsarbeit setzt das noch junge Unternehmen auch auf Corporate Design, wo es unter anderem im Verpackungsbereich seit Geschäftsgründung für einen nationalen Grossverteiler arbeitet. Etwa die Hälfte der Kunden sind KMU.

Auch für die Zukunft ist Markenkern gerüstet. «Zunächst wurden wir in der Branche etwas belächelt», sagt Aresu, «inzwischen werden wir bereits kopiert. So falsch können wir also nicht liegen.» Markenkern arbeitet

zur Zeit daran, das «Denken im Dreieck», wie das Team die Technik nennt, in Zusammenarbeit mit einer Fachhochschule zu verfeinern.

Markenkern ist keine klassische Werbeagentur und sieht sich auch nicht nur als Markenberater. «Diese Begriffe engen zu sehr ein», meint Zahnd, «wir versuchen etwas Neues, etwas wirklich Übergreifendes, ohne aber auf jeder Hochzeit zu tanzen.» Und Keller ergänzt: «Am Schluss ist es immer ein Mensch, der ein Produkt oder eine Dienstleistung kauft oder eben nicht. Diese Tatsache steht bei uns immer im Vordergrund.» www.markenkern.ch

Bina: neue Pasta-Qualität

Teigwaren vom Feinsten

Erstklassige Rohstoffe und der Verzicht auf jegliche Geschmacksverstärker, Konservierungsmittel und E-Stoffe versprechen Pasta-Genuss pur. Hochwertiger Hartweizengriess und eine delikate Füllung lassen die Herzen aller Pastaliebhaber höher schlagen. Pasta – so fein und geschmackvoll wie hausgemacht. www.bina.ch



Unilever Foodsolutions

Mit dem Kunden

Unilever Foodsolutions setzt sich zum Ziel, die Arbeitsabläufe der Kunden durch auf die jeweilige Situation zugeschnittene Konzepte und Dienstleistungen mit passenden Produkten zu vereinfachen. Ihnen Zeit zu geben für andere Tätigkeiten und damit zu einem rundum positiven Wachstum beizutragen.

Mit dem Ohr direkt am Markt weiss man, welche Wünsche, Notwendigkeiten und Anforderungen etwa im Care-Bereich, im Personalrestaurant oder in Hotellerie und Restauration bestehen. Immens



wichtig ist dafür ein hervorragend geschulter und motivierter Ausendienst. Nur so kann Chefmanship, gerade an dieser wichtigen Nahtstelle zwischen Unilever Foodsolutions und seinen Kunden auch auf Dauer erfolgreich gelebt und in der täglichen Arbeit manifestiert werden.

Unilever Foodsolutions unterstützt diese Anforderungen mit einem gut strukturierten Mitarbeiter-Schulungskonzept, in das seit 2006 bereits über drei Millionen Franken investiert wurden. www.unileverfoodsolutions.ch

FÜR SIE GELESEN

Kochen wie die Profis

Unter dem klangvollen Namen «Tafelkünstler» haben sich renommierte deutsche Kochschulen zusammenschlossen mit dem gemeinsamen Ziel, alle Geniesser



ten-Torte mit Basilikum – hier finden Köche die besten Anregungen für jeden Anlass und jeden Geschmack. Ganz nach dem Motto: Jedes Mahl ein Genuss! «Kochen wie die Profis –

in die Geheimnisse der Tafelkünstler-Kochschulen» ist im Zabert Sandmann Verlag erschienen, hat rund 160 Seiten, über 100 Rezepte und kostet 34.90 Franken.

Das Beste aus den Tafelkünstler-Kochschulen ist im Zabert Sandmann Verlag erschienen, hat rund 160 Seiten, über 100 Rezepte und kostet 34.90 Franken.

Buchbestellung:
GastroEdition Fachverlag
Blumenfeldstrasse 20
8046 Zürich, Tel. 0848 377 111
Fax: 0848 377 112
E-Mail: info@gastrouisse.ch

NOTIZEN

Schweizer Wirtschaft
KOF zeigt sich
optimistisch



Mit einem Wachstum von 2,7 Prozent des Bruttoinlandsprodukts (BIP) übertreffe die Schweiz im laufenden Jahr die EU und die USA, gab die Konjunkturforschungsstelle der ETH (KOF) bekannt. Im Juni hatten die Ökonomen noch ein Wachstum der Wirtschaftslage von 1,8 Prozent vorausgesagt. Allerdings wirke sich der starke Franken für das kommende Jahr hemmend aus. Die Arbeitslosigkeit sinke weiter und das Lohnniveau stagniere. www.kof.ethz.ch

Österreich Wein
Weinexport
gesteigert



Der österreichische Weinexport hat im ersten Halbjahr 2010 um 10 Prozent zugelegt. Im gleichen Zeitraum ging die Menge um 3,3 Prozent zurück, wie aus der Statistik Austria hervorgeht. Insgesamt wurden bis Juni 32,7 Liter zu einem Gesamtwert von umgerechnet 83 Millionen Franken exportiert. Der wichtigste Exportmarkt von Österreich Wein ist Deutschland. In der Schweiz kam es, bei weiterhin hohen Durchschnittspreisen, zu einem leichten Rückgang. www.osterreichwein.at

Emmi und MIBA
Investition
in Region Basel



Emmi hat für das Grundstück, das Gebäude und die Produktionsanlagen der ehemaligen Regio Milch beider Basel AG in Frenkendorf einen Kaufvertrag unterzeichnet. Der Milchverband der Nordwestschweiz (MIBA) beteiligt sich an diesem Kauf. Wie aus einer Mitteilung hervorgeht, werden Emmi und MIBA rund 2 Millionen Franken in die Produktionsanlagen investieren und bis zu 20 Arbeitsplätze schaffen. Ab Frühjahr 2011 produziert Emmi in Frenkendorf ein Sortiment von Molkereiprodukten mit Milch aus der Region. www.emmi.ch
www.mibabasel.ch

Samih Sawiris
Kapital soll
erhöht werden

Der Bau- und Hotel-Konzern Orascom Development Holding will mit einer Kapitalerhöhung seine Entwicklungsprojekte finanzieren. Dem Konzern von Samih Sawiris sollen dadurch Mittel von rund 185 Millionen Franken zufließen.