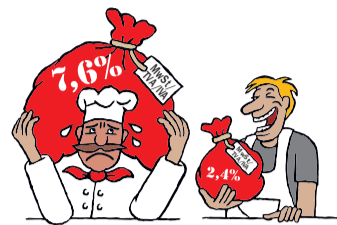


TRENDS

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.schlussmwst-diskriminierung.ch

Enomatic
Offenausschank
gewährleistet

Um der Nachfrage der Konsumenten nach Spitzenweinen im glasweisen Ausschank gerecht zu werden, hat Enomatic verschiedene Systeme geschaffen, um die Qualität der Weine nach dem Öffnen der Flasche während 21 Tagen zu garantieren. Die gewünschte Ausschanktemperatur ist ebenfalls gewährleistet. Über 120 Restaurants, Bars und Vinotheken in der Schweiz setzen bereits auf dieses System im eleganten Design. www.enomatic.ch

Foodsolutions
Gemüse
mit Geschmack



Gemüse spielt in den Küchen eine immer grössere Rolle. Unilever Foodsolutions gibt Hilfestellungen beim Würzen rund ums Gemüse und liefert dazu Wissenswerte wie zum Beispiel Tipps für die Angebotsgestaltung, Beratung bezüglich Herstellung und Präsentation von Gemüsegerichten und natürlich Rezepte mit saisonalem Gemüse. www.unileverfoodsolutions.ch

Ramseier song contest
Finalisten
stehen fest



Nach drei Konzertabenden sind nun die drei Finalisten für den Ramseier song contest bekannt: The Ramseiers, Trio Euter und Estella Benedetti spielen am 11. November in der Härterei in Zürich um den Sieg. www.ramseier.ch

2. European Culinary Challenge an der ZAGG Luzern

Plattform für Profis

Vom 12. bis 16. September 2010 findet die ZAGG Luzern statt. Sowohl Fachleute aus der Hotellerie und dem Gastgewerbe als auch Profis aus der Gemeinschaftsgastronomie kommen an der ZAGG auf ihre Kosten. Die bewährte Begegnungsplattform für Aussteller und Besucher gibt einen Überblick über die aktuellen Trends und Neuheiten aus der Welt der Gourmands. Die European Culinary Challenge verspricht auch 2010 ein Höhepunkt zu werden, wenn sich internationale Spitzenteams vor Publikum messen.



An der ZAGG messen sich internationale Spitzenteams.

Die ZAGG Luzern, die Schweizer Fachmesse für Gastgewerbe, Hotellerie und Gemeinschaftsgastronomie, ist der Treffpunkt für Restaurant- und Hotelbesitzer, Führungspersonen und Opinion Leaders und damit die optimale Plattform, um sich unter einem Dach über die Angebote und Entwicklungen der Branche zu informieren. Ein hochwertiges Ausstellungsangebot, attraktive Rahmenver-

anstaltungen sowie eine erstklassige Gastronomie runden das Angebot in der Messe Luzern ab, des sowohl bei den Messebesuchern als auch bei den knapp 250 Ausstellern für einmalige Erlebnisse sorgen wird.

Zum zweiten Mal nach 2008 wird die European Culinary

Challenge an der ZAGG Luzern durchgeführt. Daran nehmen spannende Mannschaften aus ganz Europa teil: der Cercle des Chefs de Cuisine Zürich, das Nationalteam Luxemburgs, die Mannschaft «team kreuz.ch» Egerkingen, die Meistervereinigung Baden-Württemberg sowie das Team Veneto

Chef. Alle Teilnehmenden werden ihre langjährige Küchenerfahrung vor Publikum in die Praxis umsetzen und ein hochqualitatives 3-Gang-Menü für 100 Personen auf-tischen.

Zusätzlich messen sich drei Mannschaften in geschlossener Gesellschaft: das Swiss Armed Forces Culinary Team, die Schweizer Juniorennationalmannschaft sowie die Schweizer Nationalmannschaft. Die Nationalmannschaften des Schweizer Kochverbandes nutzen diesen Wettkampf als Training für den im November stattfindenden Culinary World Cup in Luxemburg.

Daneben finden auch dieses Jahr bewährte Highlights im Rahmenprogramm statt. So gehören die Kochkunst- und Servicekunstausstellung wie auch die Kocharena zu den beliebten Anziehungspunkten der ZAGG Luzern. Weitere Informationen sowie das Programm der Messe sind im Internet. www.zagg.ch

NOTIZEN

Lindt & Sprüngli
Wieder auf
Wachstumskurs



Nach einem massiven Gewinnrückgang 2009 hat Lindt & Sprüngli im ersten Halbjahr 2010 seinen Gewinn auf 24,8 (Vorjahr: 2,7) Millionen Franken erhöht. Der Umsatz stieg um 7,9 Prozent auf 1,057 Milliarden Franken. Das operative Ergebnis (EBIT) liegt bei 33,9 (1,9) Millionen Franken. Wie der Schokoladenhersteller mitteilt, sei die positive Entwicklung auf die umgesetzten Rationalisierungs- und Effizienzmassnahmen zurückzuführen. www.lindt.com
www.spruengli.ch

Emmi
Übernahme
und Beteiligung



Emmi übernimmt den US-amerikanischen Käsespezialisten Cypress Grove Chèvre und stärkt damit die Marktposition im US-Käsegeschäft, wie das Unternehmen mitteilt. Zudem erhöht Emmi ihre Beteiligung an CASP auf 100 Prozent. CASP ist Spezialist für die Vertragsproduktion aseptischer Milchprodukte. www.emmi.ch

Heineken
Gewinn
gesteigert



Der niederländische Bierbrauer Heineken hat im ersten Halbjahr 2010 den Gewinn um 17 Prozent auf umgerechnet 807 Millionen Franken gesteigert. Wie der drittgrösste Brauereikonzern der Welt mitteilte, ging der Bierabsatz der Gruppe um 2,3 Prozent zurück. Zum Gewinnplus geführt haben niedrigere Rohstoffpreise, Zinsen und Einsparungen. www.heineken.ch

Accor
Verlust
verringert



Accor hat im ersten Halbjahr 2010 in den meisten Hotels mehr Umsatz gemacht. Die Erlöse seien im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 6 Prozent auf umgerechnet 3,7 Milliarden Franken gestiegen, wie das Unternehmen mitteilte. Operativ (EBIT) verdiente die französische Hotelkette 200 Millionen Franken, nach 90 Millionen Franken vor einem Jahr. Der Verlust unter dem Strich verringerte sich von 307 auf 83 Millionen Franken. www.accor.com

«Fair Kochen» 2010: die Gäste begeistern und überraschen

Gefragte Fairtradeprodukte

Die Gastrozahlen beweisen es: 2009 wurden trotz schwieriger Konjunktur 3,4 Prozent mehr Fairtradeprodukte in der Gastronomie konsumiert. Beim Kaffee betrug das Wachstum sogar 12 Prozent gegenüber dem Vorjahr, sodass mittlerweile fast jeder dritte Fairtradekaffee ausser Haus getrunken wird. Mit Max Havelaar kann man also noch wachsen!

Die nächste passende Promotion zum Einsteigen oder Ausbauen des Sortiments gibt es während den Max Havelaar-Wochen, die unter



dem Motto «Fair Kochen» vom 20. September bis 3. Oktober 2010 stattfinden. Auch dieses Jahr wird Max Havelaar von prominenten Köchen wie Florina Manz, Andreas Caminada und Pierre Crépeux unterstützt.

Das Sortiment an fair gehandelten Produkten ist breit: Nebst Kaffee sind Säfte, Tee, Reis, Früchte, Honig, Nüsse, Glace, Zucker und vieles mehr verfügbar. Und das sowohl bei den bekannten Zulieferern wie auch direkt beim Fachhändler. www.maxhavelaar.ch

Das neue Hero-Crème-Suppen-Sortiment

Einzigartig gut

Suppen haben bei Hero Tradition und nehmen seit vielen Jahren eine wichtige Stellung im Sortiment ein. Das neue Hero-Crème-Suppen-Sortiment besteht aus vier Leadersorten: Tomaten-Crème, Spargel-Crème, Steinpilz-Crème, Basis für Crème-Suppen – für eigene Kreationen.



Die neuen Hero-Suppen sind einzigartig und bringen viele Vorteile mit sich: Die Paste sorgt für eine cremig-schaumige Konsistenz und eignet sich bestens für das Aufschäumen mit dem Mixer kurz vor dem Servieren. Zu-

dem bilden sich keine Klumpen. Sie ist bestens geeignet für die Zubereitung hausgemachter, frischer Suppen und ideal als Basis eigener Kreationen. Je nach Sorte gibt es die neuen Heroten: Suppen in praktischen und wiederverschliessbaren Eimern von 1,3 bis 1,4 Kilogramm. Die Ergiebigkeit liegt bei 13 bis 18 Litern. Die neuen Hero-Suppen wurden in der Schweiz und exklusiv für die Gastronomie hergestellt.

Hero ist vom 12. bis 16. September an der ZAGG in Luzern: **Halle 4, Stand 418** www.gastro.hero.ch

BUCHTIPP GASTROSUISSE

Mehr Butter aufs Brot

Weit über 90 Prozent aller Schweizer Unternehmen sind KMU. Der Autor, Bruno Heini, ein Praktiker mit über 20 Jahren Erfahrung, kennt die Sorgen der KMU. Einerseits vom eigenen Unternehmen her, andererseits durch seine Seminartätigkeit. Mit «Mehr Butter aufs Brot» geht Heini direkt an den Kern der Sache: «Wer mehr verkaufen will, muss wissen, was bei den Kunden den Kauf auslöst.» Das Buch umfasst in zwölf Kapiteln alle Bereiche, die zu einem erfolgreichen Marke-



ting gehören: Von der Ideenfindung über Strategien, Konzepte, Werbung und Personalführung bis zur Kundenpflege. Klar beschreibt Heini die Erfolgsrezepte von Unternehmen, aber auch Flops, aus denen sich

lernen lässt. Auch ohne Vorwissen ermöglicht das Buch den Lesenden, das Wichtigste aus dem Marketing umzusetzen. «Mehr Butter aufs Brot – Marketing für Macher» ist im Brot&Ziele Verlag erschienen und ist derzeit bei ex libris für 47,60 Franken erhältlich. www.mehrbutteraufsbrot.ch