



CAFÉBISTRO

Offizielles Magazin von CafetierSuisse. Ausgabe 2018/3

Bargeldloses Bezahlen im Trend

Bargeldloses Bezahlen im Vergleich S. 4–5 | DV Bericht 2018 S. 7 | Insektenburger in der Schweiz S. 8 |
Eine/r von uns S. 12–13 | Neue Stellenmeldepflicht S. 18 | Neues Datenschutzrecht S. 20

Partner



Cash+Carry
CCA Angehrn
Frische für Profis.

CCA Angehrn
Mooswiesstrasse 42, 9201 Gossau SG
Tel. 071 388 13 00, Fax 071 388 13 01
www.cca-angehrn.ch



SAVIVA
Food Services

Scana **Lüchinger Schmid** **mérat**
VIANDER & CONFISERIE

Saviva AG: Geschäftsbereiche Mérat & Scana
Bahnstrasse 20, 8105 Regensdorf
Tel. 044 870 83 00, Fax 044 870 83 01
www.saviva.ch



The Healthy Hydration Company™

Nestlé Waters (Suisse) S.A.
Rte. treize cantons, 1525 Henniez
Tel. 026 668 68 68, Fax 026 668 68 10
www.nestle-waters.com



Pistor

Pistor AG
Hasenmoosstrasse 31, 6023 Rothenburg
Tel. 041 289 89 89, Fax 041 289 89 90
www.pistor.ch




Lotus
Since 1932

Lotus Bakeries Schweiz AG
Nordstrasse 3, 6300 Zug
Tel. 041 726 55 00, Fax 041 726 55 01
www.lotusbakeries.ch



Nestlé Suisse S.A., BU Frisco-Findus
Blumenfeldstrasse 15, 9401 Rorschach
Tel. 071 844 81 11, Fax 071 844 81 70
www.frisco-findus.ch



SCHWEIZER LUNCH-CHECK
LUNCH-CHECK SUISSE
LUNCH-CHECK SVIZZERA

SCHWEIZER LUNCH-CHECK
Postfach 2120, 8027 Zürich
Tel. 044 202 02 08, Fax 044 202 78 89
www.lunch-check.ch



Florin
SWITZERLAND

Florin AG
Hofackerstrasse 54, 4132 Muttenz
Tel. 061 466 22 22, Fax 061 461 50 65
www.florin-ag.ch



RAST KAFFEE
GOURMET RÖSTERE

Rast Kaffee AG
Zugerstrasse 9, 6031 Ebikon
Tel. 041 210 58 66, Fax 041 210 60 52
www.rast.ch



TURMBOGEN
KAFFEE

Turm Handels AG
Martinsbruggstrasse 90, 9016 St. Gallen
Tel. 071 288 17 35, Fax 071 288 17 40
www.turmkafee.ch



caFINA®
Ein Unternehmen der Melitta® Gruppe

Cafina AG
Römerstrasse 2, 5502 Hunzenschwil
Tel. 062 889 42 42, Fax 062 889 42 89
www.cafina.ch



UCC®
COFFEE

UCC Coffee Switzerland AG
Bernstrasse 180, 3052 Zollikofen
Tel. 031 915 53 53, Fax 031 915 53 50
www.ucc-coffee.ch



schaerer
swiss coffee competence

Schaerer AG
Allmendweg 8, 4528 Zuchwil
Tel. 032 681 64 01, Fax 032 681 62 42
www.schaerer.com



BRITA

BRITA Wasser-Filter-Systeme AG
Gassmatt 6, 6025 Neudorf
Tel. 041 932 42 00, Fax 041 932 42 31
www.brita.ch



Nestlé
PROFESSIONAL

Nestlé Suisse S.A., Business Unit Professional
Postfach 352, 1800 Vevey
Tel. 021 924 59 42
www.nestleprofessional.ch



Gastroconsult
nahe. kompetent.

SBC TREUHAND
nahe. kompetent.

Gastroconsult AG
Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich
Tel. 044 377 54 44, Fax 044 377 55 14
www.gastroconsult.ch

Editorial

Impressum

Präsident CafetierSuisse

Hans-Peter Oettli, Tel. 044 201 67 77
CafetierSuisse-Geschäftsstelle

CafetierSuisse CMZ

Mittelland-Zentralschweiz

Präsident: Daniel Kronenberg
Sekretariat: Neuengasse 20, 3011 Bern
Tel. 031 311 12 36

CafetierSuisse ZCV

Zürich-Basel-Ostschweiz-Grischuna

Stv. Präsidentin: Katharina Gasser

Geschäftsstelle CafetierSuisse SCV

Geschäftsführer: Julian Graf
Bleicherweg 54, 8002 Zürich

Verlag, Redaktion & Inserate

CafetierSuisse, CaféBistro
Bleicherweg 54, 8002 Zürich
Tel. 044 201 67 77, Fax 044 201 68 77
www.cafetier.ch, info@cafetier.ch

Betriebsberatung

Gastroconsult AG
Blumenfeldstrasse 20, 8046 Zürich
Tel. 044 377 54 44, Fax 044 377 55 14
www.gastroconsult.ch

AHV/BVG-Versicherung/FAK

Panvica (AHV-Kasse der Cafetiers
mit Sitz in Münchenbuchsee)
Anmeldung über die
CafetierSuisse-Geschäftsstelle
Tel. 044 201 67 77

Krankentaggeld, Pflege- und Unfallversicherung

Swica oder Innova
Anmeldung über die
CafetierSuisse-Geschäftsstelle

KMU-Sachversicherung

Basler Versicherungen
Anmeldung über die
CafetierSuisse-Geschäftsstelle
oder www.cafetier.ch

Danke fürs Vertrauen!

Geschätzte Mitglieder, werte Partner und Freunde

Mein Editorial in dieser Ausgabe des CaféBistro ist dem «Vertrauen» gewidmet. Ein sehr wichtiges Thema, besonders auch in meinem Credo «Mit Menschen – für Menschen».

Während meiner persönlichen Führungsausbildung ist mir u. a. folgender Leitsatz begegnet: «*Vertrauen ist gut – Kontrolle ist besser*». Dem habe ich immer widersprochen und entgegnet: «*Vertrauen ist gut – Kontrolle ist auch gut*». Im Gastgewerbe basiert die gute Zusammenarbeit mit den Mitarbeitern auf Vertrauen. Natürlich ist es kein blindes Vertrauen, denn zur Bestätigung des entgegengebrachten Vertrauens gibt es ein bestimmtes Mass an Kontrollen. Diese Kontrollen braucht man, um sicher zu sein, dass die Betriebsabläufe, Gesetze und Bestimmungen eingehalten werden und die Mitarbeiter gelobt werden können. Neben den persönlichen Kontrollen gibt es heute verschiedenste Kontrollsysteme, die Chefinnen und Chefs unterstützen. In meiner langen beruflichen Zeit als Leiter von Gastronomie-Ketten hatte ich verschiedene Erlebnisse von Auswüchsen durch krankhaftes Kontroll-Denken. Sobald ich davon Kenntnis erhielt, versuchte ich eine Lösung durch Vertrauensbildung zu finden. Ein Beispiel: In einem Betrieb war, durch einen technischen Defekt, das Wasser der Kaffeemaschine fast ohne Kalkgehalt, was zur Farbveränderung bei Fruchttees führte. Reklamationen der Gäste wiegelte die Service-Mitarbeiterin ab, weil sie die Tees, wegen des Kontrollsystems, selber bezahlen müsse. Als Reaktion führten wir ein, dass alle Service-Mitarbeiterinnen und –Mitarbeiter pro Tag 10 Tassen Kaffee oder Tee abziehen konnten. Dies um Gäste-Reklamationen direkt zu erledigen oder um sie selbst zu trinken. Das neue System hatte zudem den grossen Vorteil, dass die Mitarbeiter das entgegengebrachte Vertrauen sehr schätzten. Es gibt viele Beispiele von «Kontroll-Freaks» unter Chefs, die sich teilweise sehr negativ auf den Geschäftsverlauf niederschlagen können. Deshalb gilt für mich: «*Vertrauen ist gut – Kontrolle ist auch gut*».

Vertrauen bringe ich grundsätzlich auch meinen Geschäftspartnern entgegen. Dazu gehört, dass ein Vertrag oder eine Vereinbarung eingehalten wird. Persönlich finde ich es sehr wichtig, dass so durch die Bestätigung der Abmachungen das Vertrauen gestärkt wird. Bei Partnerschaften ist Vertrauen ein sehr wichtiges Thema. Damit nehme ich Bezug auf mein Editorial im letzten CaféBistro.

Zu guter Letzt möchte ich mich bei allen Delegierten der CafetierSuisse DV 2018 für das Vertrauen bedanken, das sie mir entgegengebracht haben, indem sie mich Ende Juni für 3 weitere Jahre zum Verbandspräsidenten gewählt haben. Gerne können sie kontrollieren, ob ich diesem Vertrauen gerecht werde...

Ich wünsche Ihnen vertrauensvoll einen erfolgreichen Sommer und Herbst.



Herzliche Grüsse, Hans-Peter Oettli



Schweizer Zahlungsmittel im Wandel

Bargeldloses Bezahlen im Vergleich

Neben Bargeld und etablierten Karten wie Maestro, Mastercard und Visa gibt es immer mehr Zahlungsmittel. So können Konsumenten mittlerweile auch mit diversen Smartphone-Apps bezahlen.

Ralf Beyeler und Benjamin Manz vom unabhängigen Online-Vergleichsdienst moneyland.ch stellen die populärsten Zahlungsmittel vor.

Cash is king. In der Schweiz ist Bargeld immer noch das mit Abstand beliebteste Zahlungsmittel. Das zeigt eine von moneyland.ch realisierte Umfrage. So können sich 86 Prozent der Befragten einen Alltag ohne Bargeld nicht vorstellen. Zum Vergleich: Kreditkarten halten 70 % für unverzichtbar, Twint halten nur 9 % für unverzichtbar.

Auch die Ende Mai 2018 veröffentlichte Zahlungsmittelumfrage der Schweizerischen Nationalbank zeigt, dass Bargeld in der Schweiz immer noch sehr beliebt ist. Gemäss dieser Umfrage werden 70 % aller nicht regelmässig wiederkehrenden Zahlungen in der Schweiz mit Bargeld abgewickelt. Für Cafés und Bäckereien interessant: Mehr als 80 % aller Einkäufe unter 20 Franken werden bar bezahlt.

Viele Cafés und Bäckereien verlangen immer noch Bargeld-Zahlungen für kleinere Beträge bis 10 und 20 Franken. Das ist zwar aufgrund der hohen Kartengebühren für Geschäfte verständlich. Obwohl Bargeld in der Schweiz ausgesprochen beliebt ist, fordern aber immer mehr Konsumenten,

dass Geschäfte mit der Zeit gehen und auch alternative Zahlungsmittel akzeptieren.

Viele Kunden sind es sich gewohnt, dass sie ihre täglichen Einkäufe in der Migros oder im Coop mit der Karte oder mit dem Smartphone bezahlen können. Es besteht damit in Zukunft die Gefahr, dass Cafés und Bäckereien Kunden an Konkurrenten verlieren, bei denen die Kunden unkompliziert mit Karten oder Smartphone bezahlen können.

Doch welche Zahlungsmittel sind neben Bargeld mittlerweile verbreitet? Die Experten vom Vergleichsdienst moneyland.ch geben im Folgenden einen Überblick über bargeldlose Bezahlmöglichkeiten.

Debitkarten

Bei der Maestro-, Postfinance- und V-Pay-Karten handelt es sich um so genannte Debitkarten. Die Einkäufe werden also direkt dem Bankkonto belastet.

Maestro: Weit verbreitet ist in der Schweiz die Maestro-Karte von Mastercard. Gemäss einer Studie von moneyland.ch nutzen zwei Drittel der Befragten eine Maestro-Karte. Fast alle Schweizer Banken bieten ihren Kunden Maestro-Karten an. Für viele Konsumenten ist die Maestro-Karte immer noch die gute alte «EC-Karte» – obwohl der Name offiziell bereits um die Jahrtausendwende herum verschwunden ist. Wichtig zu wissen: Auch Kunden mit einer ausländischen Maestro-Karte können damit in der Schweiz bezahlen.

Postfinance Card: Die Postfinance bietet ihren Kunden eine eigene Debitkarte an, die für das Bezahlen in der Schweiz breit akzeptiert ist. Gemäss der Umfrage von moneyland.ch nutzen 30 % der Befragten die Postfinance Card. Ein grosser Nachteil für Café-Betreiber und andere Händler: Für die Akzeptanz der Postfinance Card brauchen Händler ein Konto bei der Postfinance. Da viele Geschäfte nicht extra deshalb ein Konto eröffnen wollen, können die Konsumenten in vielen Restaurants, Cafés und Bäckereien nicht mit dieser Karte bezahlen.

V Pay: Einige wenige Schweizer Banken geben die V-Pay-Karte von Visa heraus. So können Kunden von UBS und Raiffeisen wählen, ob sie lieber eine Maestro-Karte oder eine V-Pay-Karte haben möchten. Die V-Pay-Karte ist im Gegensatz zur Maestro-Karte vor allem in Europa einsetzbar. In der Schweiz nutzen gemäss der Studie von moneyland.ch 12 % der Befragten eine V-Pay-Karte.

Kreditkarten

Die bekanntesten Kreditkarten-Netzwerke in Europa sind Visa und Mastercard. Im Gegensatz zu Debitkarten wird der geschuldete Betrag bei einer Kreditkarte in der Regel nicht sofort dem Konto belastet. Kunden haben bei vielen Kreditkarten die Möglichkeit, auf Kredit einzukaufen. Diese so genannte Teilzahlungsoption wird jedoch in der Schweiz im Vergleich zu Ländern wie den USA verhältnismässig selten gebraucht. Gemäss der Studie von moneyland.ch nutzen 78 % der Befragten eine Kreditkarte.

Mastercard: Am häufigsten sind in der Schweiz Kreditkarten von Mastercard. Zahlreiche Banken bieten ihren Kunden eine Mastercard an. Es gibt aber auch «bankenunabhängige» Kreditkarten wie zum Beispiel vom Lebensmittelhändler Coop oder von der Fluggesellschaft Swiss.

Visa: Ebenfalls weit verbreitet sind in der Schweiz Kreditkarten von Visa. Häufig bieten Kartenherausgeber neben Mastercard

moneyland.ch

moneyland.ch ist der unabhängige Schweizer Online-Vergleichsdienst für Banken, Versicherungen und Telekom. Auf moneyland.ch finden sich umfassende und genaue Kosten- und Leistungsvergleiche in den Bereichen Krankenkassen, Spitalzusatz-, Krankenkassenzusatz-, Rechtsschutz-, Lebens-, Tier- und Reiseversicherungen, Telekom, Kreditkarten, Hypotheken, Kredite, Mietkautionen, Trading, Private Banking, Bankpakete, Kassenobligationen, Privat-, Firmen-, Spar-, Säule-3 a- und Freizügigkeitskonten. Insgesamt hat moneyland.ch bereits mehr als 70 interaktive Vergleiche und Rechner programmiert.

auch praktisch identische Kartenvarianten von Visa an.

American Express: In der Schweiz setzt insbesondere die Credit Suisse stark auf die Karten von American Express.

Wer häufig Gäste aus fernen Ländern in seinem Café hat, kann sich überlegen, ob er weitere Kreditkarten akzeptieren möchte. Erwähnenswert sind zum Beispiel der chinesische Anbieter Union Pay, die japanische JCB und die amerikanische Discover.

Mobile Payments

Neben Bargeld und Karten werden auch Zahlungen via Smartphone populärer. Es gibt viele verschiedene konkurrierende Systeme. Interessant ist, dass in Ländern wie Kenia, Indien, Thailand oder Indonesien das Bezahlen mit dem Smartphone wesentlich stärker verbreitet ist als in der Schweiz. In den genannten Ländern nutzt bereits ungefähr jede zweite Person Mobile Payment.

Apple Pay und Samsung Pay: In der Schweiz sind sowohl Apple Pay als auch Samsung Pay verfügbar. Kunden können in ihrem Smartphone ihre Kreditkarte hinterlegen und mit ihrem Handy bezahlen. Voraussetzung ist allerdings, dass die Kreditkarte Apple Pay beziehungsweise Samsung Pay unterstützt. Das ist bei vielen Schweizer Kreditkarten noch nicht der Fall.

Gemäss der Studie von moneyland.ch nutzen erst 9% der Befragten Apple Pay und 5% Samsung Pay. Ganz ähnlich wie diese beiden Mobile-Payment-Dienste funktionieren auch weitere Bezahldienste wie Google Pay. Gut zu wissen: Wenn die in der App hinterlegte Kreditkarte akzeptiert wird, können Kunden mit der entsprechenden Mobile-Payment-Lösung bezahlen. Cafés und andere Geschäfte müssen also keine zusätzliche Vereinbarung abschliessen.

Garmin und Fitbit: Die beiden neuen Zahlungsmethoden funktionieren ähnlich wie Apple Pay oder Samsung Pay. Statt im



Bargeldloses Bezahlen

Smartphone wird eine Kreditkarte in der Fitness-Uhr oder der Smartwatch hinterlegt. Garmin und Fitbit werden allerdings in der Schweiz noch kaum gebraucht.

Twint: Twint ist eine nationale Mobile-Payment-Lösung der grösseren Schweizer Banken, die vorwiegend für Zahlungen innerhalb der Schweiz eingesetzt wird. Gemäss der Studie von moneyland.ch bezahlen 20% der Befragten mit Twint. Auf zahlreichen Kartenterminals wird mittlerweile ein QR-Tag von Twint angezeigt. Die Anschaffung eines Twint-Beacons ist nicht unbedingt nötig. Ein Nachteil von Twint ist, dass es sich um eine nationale Lösung handelt.

In vielen anderen Ländern existieren ebenfalls nationale Lösungen, die in der Regel nicht in anderen Ländern eingesetzt werden können. Eine Ausnahme ist Alipay vom chinesischen Riesen Alibaba: Schon bald können Alipay-Kunden in der Schweiz den Twint-QR-Tag auf dem Terminal fotografieren und damit bezahlen. Dies soll noch im Jahr 2018 eingeführt werden.

Akquirier: Verhandeln ist möglich

Für Cafés, Bäckereien und andere Geschäfte ist es wichtig, mit den Zahlungsvorgängen möglichst wenig Aufwand zu haben. Abgewickelt werden all diese Bezahlprozesse von den sogenannten Akquirern wie

SIX, Concardis oder B+S, welche die Kartenzahlungen verarbeiten und den Geschäften den Einkaufsbetrag gutschreiben.

Der Vertrag mit einem Akquirier deckt in der Regel viele verschiedene Zahlungsmittel ab, selbst exotische Zahlungsmittel wie Union Pay, JCB oder Discover werden unterstützt. Auf Wunsch können weitere Zahlungsmittel hinzugefügt werden. Ebenso können Geschäfte dem Akquirier mitteilen, wenn sie bestimmte Zahlungsmittel nicht akzeptieren möchten. Administrativ etwas mühsamer ist die Akzeptanz der Karten von Postfinance und American Express.

Die Gebühren der Akquirier sind leider immer noch hoch – gerade für kleinere Geschäfte fällt das in Gewicht. Je grösser das abgewickelte Transaktionsvolumen, desto günstiger werden die Akquirier-Gebühren. Wichtig zu wissen: Die Akquirier-Gebühren lassen sich häufig verhandeln. Lassen Sie sich als Geschäft eine Offerte bei der Konkurrenz erstellen, wenn Ihnen die Kosten beim bestehenden Anbieter zu hoch sind.

Benjamin Manz ist Gründer und Geschäftsführer des unabhängigen Online-Vergleichsportals moneyland.ch, dem Online-Vergleichsdienst für Versicherungen, Banken und Telekom. Ralf Beyeler ist Telekom-Experte von moneyland.ch. ■



Mehr Erfolg
mit den richtigen
Online Marketing
Massnahmen

Gastro Online Marketing

Online bieten sich heute für die Gastronomie sehr viele Möglichkeiten, für relativ wenig Geld effektives Marketing zu betreiben. Die reine Masse an Angeboten kann aber auf den ersten Blick überfordern. In diesem Kurs lernen Sie deshalb, aus den vielen Möglichkeiten, die wirklich Wichtigen auszusuchen und diese dann auch effektiv einzusetzen. Verschaffen Sie sich einen Überblick und treffen Sie so die richtigen Entscheidungen für den Online Marketing Mix für Ihren Betrieb!

Das Seminar ist praxisorientiert, konkrete Umsetzungshinweise unterstützen den Praxistransfer.

- Kursinhalte:**
- Einführung ins Online Marketing
 - Die Webseite als Grundlage
 - Google richtig einsetzen
 - Newslettermarketing für mehr Stammgäste
 - Mit Social Media Gäste ins Haus bringen
 - Mit Bewertungen überzeugen
 - Entscheidungs- und Umsetzungs-Tipps

Datum: Montag, 19. November 2018 **Zeit:** 13.30 – 17.00 Uhr

Ort: Academic Gateway AG, Bleicherweg 5, 8001 Zürich (Raum o6 - Da Vinci)

Kursleitung: Gabriele Bryant

Gabriele Bryant gehört in der Schweiz zu den führenden Spezialistinnen im Bereich Onlinemarketing für Gastgeber in Hotellerie, Gastronomie und Tourismus. Sie beschäftigt sich seit neun Jahren intensiv mit Online Marketing und ist sowohl strategische Beraterin als auch pragmatische Umsetzerin und erfahrene Dozentin in diesem Themenbereich. Sie ist Geschäftsführerin und Inhaberin der «blum,bryant GmbH» in Solothurn und arbeitet für Kunden in der gesamten Deutschschweiz.

Kurskosten: 100.00 pro Person für CafetierSuisse-Mitglieder
150.00 für Nichtmitglieder (inkl. Kursunterlagen)

Jetzt sofort anmelden! Anmeldeschluss ist der **5. November 2018** (maximal 30 Teilnehmer/innen)

Betrieb _____

Name _____

Vorname _____

Strasse _____

PLZ/Ort _____

Telefon _____

E-Mail _____

Diese Anmeldung ist obligatorisch. Bei einer kurzfristigen Absage der Teilnahme behält CafetierSuisse sich die Verrechnung der Kurskosten vor.

Per Fax an: 044 201 68 77 · Telefon 044 201 67 77

Per E-Mail an: m.maendli@cafetier.ch · www.cafetier.ch

Per Post an: CafetierSuisse, Bleicherweg 54, 8002 Zürich

CafetierSuisse®
Individuelle Gastronomie

Delegierten- versammlung 2018

80. DV von CafetierSuisse in Appenzell

Vom 25. bis 26. Juni 2018 hat die 80. DV von CafetierSuisse in Appenzell stattgefunden. Der Geschäftsbericht des Vorstandes und der Geschäftsstelle wurden wie die Jahresrechnung 2017 einstimmig angenommen und Hans-Peter Oettli wurde als Verbandspräsident ebenso wie der Zentralvorstand von CafetierSuisse für die kommenden drei Jahre wiedergewählt.

Direkt am Landgemeindeplatz von Appenzell stand der erste Tag der DV 2018 im Hotel Säntis ganz im Zeichen des inhaltlichen Workshops zum Thema «Online Marketing in der Gastronomie» (siehe auch CaféBistro 2018-2 und Anzeige Seite 6) und der Dorf-führung, die den Delegierten einen tollen Einblick in die Kultur und Gastronomie von Appenzell geboten hat. Gemeinsam mit den Gästen wurde bei Apéro und Abendessen auf das vergangene Verbandsjahr angestossen und die Gelegenheit zum Netzwerken genutzt.

Die offizielle DV am Dienstag, 26.06.2018, war von der Neuwahl des Zentralvorstandes von CafetierSuisse und der Weichenstellung für die Verbandsarbeit im kommenden Jahr geprägt. Der Zentralvorstand von CafetierSuisse wurde ebenso einstimmig

wiedergewählt wie der Verbandspräsident Hans-Peter Oettli.

Die Delegierten freuten sich im Rahmen der DV ausserdem über Grusswörter von Casimir Platzer (Präsident GastroSuisse) und Daniel Fässler (Landammann und Nationalrat Appenzell Innerrhoden). Martin Urfer und Anton Bürli wurden nach jahrzehntelangem Einsatz als Verbandsrevisoren für Ihre Arbeit verdankt und verabschiedet.

Hans-Peter Oettli (Präsident CafetierSuisse) und Julian Graf (GF CafetierSuisse) skizzierten den im Zentralvorstand angestossen Strategieprozess zur zukünftigen Entwicklung des Verbandes. Dabei soll das Ziel erreicht werden, den Verband und seine Dienstleistungen auf der einen Seite ins digitale Zeitalter zu überführen und auf der anderen Seite den direkten und persönlichen Kontakt zu Mitgliedern und Partnerfirmen weiter zu stärken.

Mit einer Kutschfahrt durchs Appenzellerland und einem Besuch der Produktionsstätte von Appenzeller Alpenbitter endete die DV 2018. Die DV 2019 findet am 24. und 25. Juni 2019 im Hotel Seerose in Meisterschwanden statt. ■

ZV v. l. n. r.: Franziska Schär, Daniel Kronenberg, Karin Hanser, Julian Graf, Hans-Peter Oettli, Katharina Gasser, Benno Müller



Exotische Trends

Insektenburger in der Schweiz

Mit dem neuen Lebensmittelrecht ist seit dem 1. Mai 2017 auch der Verkauf und Verzehr von Insekten in der Schweizer Gastronomie erlaubt. Bei unterschiedlichen Detailhändlern und im einen oder anderen Restaurant finden sich seither Angebote auf Insektenbasis. Welche Erfahrungen konnten Anbieter, wie beispielsweise das Schnellverpflegungskonzept «Hitzberger – Fastfood natürlich», mit dem neuen Angebot bisher machen?

Das Schnellverpflegungskonzept «Hitzberger – Fastfood natürlich», von Sternekoch Eduard Hitzberger (ehemals 18 «Gault Millau»-Punkte, zwei «Michelin»-Sterne), setzt auf gesunde Ernährung und Innovation, mit neuartigen Produkten werden immer wieder Impulse in der modernen Schnellverpflegung gesetzt. So fanden sich 2017 auch schnell ein Insektenburger und seit kurzem auch ein Insektenriegel auf der Speise- bzw. Angebotskarte der Hitzberger-Filialen.

In Asien und Südamerika gelten Insekten als Delikatessen, der Hitzberger-Insektenburger enthält ein Burger-Patty aus Gemüsezutaten sowie verarbeiteten Insekten, welches aussieht wie ein herkömmliches Vegiburger-Patty. Dazu kommen Pickled Cabbage (gepickelter Rotkabis), Tomaten, Salat und vegane Cocktailsauce, umgeben von einem veganen Bio-Dinkel-Bun. Der Insektenriegel «Essento Insect Bar» besteht aus Grillenmehl, Datteln, Äpfel, Sultaninen, Feigen und Cranberries. «Wir möchten als erster Take Away einem breiten Publikum zeigen, dass Insekten – richtig zubereitet – geschmacklich den Status ei-

ner Delikatesse haben können. Der leicht nussige Geschmack passt hervorragend in ein Sandwich oder Burger», sagt Sternekoch Eduard Hitzberger.

Auch mit Blick auf das Thema Nachhaltigkeit kann der Verzehr von Insekten einen positiven Einfluss haben. Die UNO propagiert aufgrund des Erdbevölkerungswachstums Insekten als neuartige Proteinquelle. Sie weisen einen hohen Nährwert mit hochwertigen Fetten und gleichzeitig wenig Kohlenhydraten aus und enthalten viele Proteine, ungesättigte Fettsäuren, Vitamine und Mineralstoffe. Bereits heute essen rund zwei Milliarden Menschen in 140 Ländern Insekten. Aus ökologischer Sicht gilt die Insektenzucht als sehr nachhaltig: für 1kg Insekten wird rund 10 Mal weniger Futtermittel als für 1kg Rindfleisch benötigt, der CO₂-Ausstoss reduziert sich ebenfalls um ein Vielfaches. «Aus gesundheitlicher und ökologischer Sicht passen Insekten deshalb perfekt zu unserem auf Gesundheit und Nachhaltigkeit achtenden Schnellverpflegungskonzept», sagt Andy Schwarzenbach, Geschäftsführer von «Hitzberger – Fastfood natürlich».

Zugelassene Insektenarten

Grillen, europäische Wanderheuschrecken und Mehlwürmer dürfen unter bestimmten Voraussetzungen als ganze Tiere, zerkleinert oder gemahlen an Konsumentinnen und Konsumenten abgegeben werden. Die Insekten müssen vor der Abgabe tiefgefroren und einer Hitzebehandlung oder einem anderen geeigneten Verfahren unterzogen werden, welches das Abtöten vegetativer Keime gewährleistet. Auf dem Produkt muss darauf hingewiesen werden, dass Insekten enthalten sind. Dies ist insbesondere für Allergikerinnen und Allergiker relevant.

Quelle: Bundesamt für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen (BLV)

Resonanz bei den Gästen?

Wie aber reagieren die Gäste und Kunden auf die neuen Angebote? Bei «Hitzberger» ist man nach etwas mehr als einem Jahr zufrieden mit der Resonanz der Gäste. Auch wenn der Insektenburger erwartungsgemäss kein Topseller ist, freut sich Andy Schwarzenbach über wiederkehrende Käuferinnen und Käufer, welche von Qualität und Geschmack überzeugt sind. Nach einem Bericht der SRF-Tagesschau vom 1.5.2018, lag die Nachfrage nach Insekten in der Schweiz im ersten Jahr jedoch nur bei wenigen Tonnen. Beim Grossverteiler Coop spürt man ebenfalls ein wachsendes Interesse der Kundinnen und Kunden und hat das Angebot an Nahrungsmitteln auf Insektenbasis in diesem Jahr entsprechend ausgebaut. Bei «Hitzberger» bleibt der Insektenburger vorerst ein Nischenprodukt, das auch wegen der hohen Einkaufspreise eher wenig Umsatz in die Kasse spült. Dort sieht man das Angebot aber als Investition in die Zukunft und in eine nachhaltige Produktion von Lebensmitteln. Andy Schwarzenbach würde es freuen, wenn sich über die Zeit immer mehr Schweizerinnen und Schweizer an den Konsum von Insekten heranwagen würden. ■



Zum Kaffee gehört Lotus.

Publireportage

Lotus Biscoff neu auch im praktischen Dispenser

Lotus Bakeries stellt einzigartige Gebäckspezialitäten, wie zum Beispiel Lotus Biscoff, Waffeln und Kleinkuchen her. Die Firmenzentrale steht im belgischen Lembeke.

Mehr als **70.000 Biscoff Guetzli** werden **tagtäglich in der Schweiz** als kleine Zugabe zum Kaffee gereicht. In den letzten 80 Jahren hat sich Biscoff als DIE Beilage zum Kaffee weltweit erfolgreich etabliert. Nach traditioneller Rezeptur gebacken – ganz ohne Farbstoffe und Zusatz von Aromen – zeichnet sich das Gebäck durch seinen einzigartigen und unverwechselbaren Geschmack aus. Jedes Biscoff Guetzli wird direkt nach dem Backen einzeln verpackt und kann dadurch immer knusprig-frisch genossen werden. Ein weiterer Pluspunkt: Lotus Biscoff ist 100% vegan.

Als Spezialist für **belgische Gebäckspezialitäten** bieten wir passgenaue Sortimente für den **Gastronomie-Bereich** an. Neben den Biscoff Guetzli führen wir die erfolgreichen Biscoff Brotaufstriche und das gemahlene Biscoff Gebäck (beide ideal als Grundlage in Süßspeisen und Desserts), unser qualitatives Waffelsortiment und exzellente Kuchenspezialitäten im Produktportfolio.

Lotus Biscoff zum Kaffee – ein festes Ritual

Es ist wissenschaftlich bewiesen*: Lotus Biscoff harmoniert perfekt mit dem bitteren Aroma des Kaffees und sorgt für eine zusätzliche Geschmacksintensität nach dem Kaffeegenuss ohne dabei den Kaffeegeschmack zu überdecken. Nicht ohne Grund also werden mehr als 6 Milliarden Biscoff jedes Jahr gebacken und weltweit an die Tasse gelegt.

Neu gibt es die feinen Lotus Biscoff 1 Stk. auch im **eleganten, praktischen Dispenser 150 Stk.** (u.a. erhältlich bei CC Angehrn und



TopCC). Der Dispenser eignet sich zum direkten Platzieren neben der Kaffeemaschine z. B. in Cafés, Restaurants, Hotels, Büros und Kantinen. Dank der breiten Dispenserschütte können die Guetzli einfach entnommen werden und zusammen mit dem Kaffee serviert werden.

Und für alle, die ihre Gäste mit einem besonderen Lächeln begrüßen wollen, gibt es **Lotus Biscoff Welcome** jetzt in einer neuen, sympathischen Verpackung (erhältlich im Karton à 300 x 1 Stk., u. a. bei Pistor, Prodega/Growa und Transgourmet). ■

*(Quelle: Institute Meurice Brüssel, Belgien, 2014)



Weitere Auskünfte



Lotus Bakeries Schweiz AG
Tel. +41 41 726 55 00
infoch@lotusbakeries.com
www.lotusbakeries.ch

Neuer Trend: Gästeeigene «Coffee to go»-Becher

Hilfestellung zum Umgang mit gästeeigenen Bechern

Ein neuer Trend erreicht die Gastronomie: Die(Wieder-)Befüllung von «Coffee to go»-Bechern. Unter dem Einverständnis des Betriebs dürfen Gästen ihre eigenen Becher mitbringen und auffüllen. Dieser Trend ist beliebt und ökologisch sinnvoll dazu. Trotzdem müssen die Betriebe auf einiges achten und gewisse Grundregeln einhalten.

Rechtliche Voraussetzungen

Die Gastronomie ist in erster Linie für die Sicherheit der von ihm angebotenen Lebensmittel verantwortlich. Dazu gehört auch die Verantwortung bei «Coffee to go»-Bechern für die einwandfreie Beschaffenheit des Getränkes bis zum Einfüllen. Gastronominnen und Gastronomen tragen jedoch keine Verantwortung für die Eignung und die Beschaffenheit des Bechers, wenn Gäste das Einfüllen in eigene Becher explizit wünschen. Der Betrieb muss aber sicherstellen, dass beim Herstellen bzw. beim Einfüllen das Risiko der Kontamination kontrolliert und minimiert wird.

Hygienehinweise für die Service-Mitarbeiter bei externen «to go»-Bechern *Grundsätzliches*

Der mitgebrachte Becher ist Eigentum des Gastes. Dementsprechend trägt dieser auch die Verantwortung für die Sauberkeit und die Eignung des Bechers für das bestellte Getränk. Um die Sauberkeit zu gewährleisten sollte beachtet werden, dass der Deckel vom Gast selber abgenommen und aufbewahrt wird. Sollte der Becher vom Gast verschmutzt sein und bei der Befüllung die Einrichtung berühren, so sollten Sie die Befüllung ablehnen. Im Falle eines verschmutzten und/oder ungeeigneten

TIPP

- Es sollten nur Heissgetränke wie Kaffee, Kakao und Tee in gästeeigene Becher abgegeben werden. Je höher die Brüh- und Ausgabetemperatur, desto mehr Keime werden reduziert.
- Sensible Einrichtungen wie Krankenhaus-Cafeterias sollten auf die Abgabe in gästeeigene Bechern verzichten.
- Damit die Regeln möglichst korrekt eingehalten und umgesetzt werden, empfiehlt sich eine Mitarbeiter/innen-Schulung.

ten «to go»-Bechers für das bestellte Getränk können Sie Einwegbecher anbieten.

Befüllen der Becher

Beachten Sie, dass beim Befüllen des Bechers nur so viel Kontakt wie nötig entsteht und achten Sie darauf, dass der Becher den Auslauf der Kaffeemaschine nicht berührt.

Stellen Sie den Becher nur in den dafür festgelegten Bereichen ab und stellen Sie sicher, dass sich in unmittelbarer Nähe der Kaffeemaschine keine unverpackten und leicht verderblichen Lebensmittel befinden. Die Bereiche, welche mit den Gästebchern in Berührung kommen, sollten Sie regelmässig reinigen. ■



«Coffee to go»-
Becher

Erfolgsstory

Generalversammlung Schweizer Lunch-Check

Das Geschäftsjahr 2017 bedeutete einen weiteren Meilenstein in der Erfolgsstory der Genossenschaft Schweizer Lunch-Check. Die Summe der an Unternehmen und öffentliche Verwaltungen verkauften Lunch-Check Guthaben übertraf erstmals die 100 Mio. CHF Grenze und mit der Übernahme eines direkten Mitbewerbers in der französischen Schweiz konnte die Marktposition weiter ausgebaut werden.

Der durchschlagende Erfolg der Lunch-Check Karte und deren grosse Akzeptanz auf dem Markt haben neben der stetig wachsenden Zahl an neuen Kunden einen Teil der Mitbewerber vor grosse Herausforderungen gestellt. Die bisher grösste Mitbewerberin von Schweizer Lunch-Check, die Edenred Suisse SA hat daher entschieden, ihre Tätigkeit in diesem Bereich in der Schweiz einzustellen und das Schweizer Geschäft an Lunch-Check zu verkaufen. An der diesjährigen Generalversammlung wurde nun über die formelle Fusion abgestimmt und diese Integration einstimmig angenommen. Damit verfügt das Unternehmen nun über eine eigene Niederlassung in der französischen Schweiz und kann noch besser auf die Kunden und Gastronomen vor Ort eingehen.

Anlässlich der Präsentation der Jahresrechnung liessen der Präsident der Verwaltung, Ernst Bachmann und der Direktor, Thomas Recher verlauten, dass sie das Erreichen der 100 Mio. CHF Umsatz Grenze bei ihrem Stellenantritt im Jahre 2012 als Ziel formuliert haben. Zu diesem Zeitpunkt wurden aber diese «Essens-Märkli» eher als etwas verstaubt angesehen und diesem System keine grosse Zukunft mehr vorhergesagt. Mit einer Umsatzsteigerung von seither über 33% ist aber – auch dank



Schweizer Lunch-Check

der stetigen Weiterentwicklung – der Beweis angetreten, dass diese Lohnnebenleistung nach wie vor zu den beliebtesten der Schweiz gehört.

Ein weiteres wichtiges Traktandum der diesjährigen Generalversammlung waren die Wahlen der Verwaltung. Mit grossem Applaus wurde Präsident Ernst Bachmann wiedergewählt – des Weiteren auch seine bisherigen Vorstandskollegen Eveline Neeracher, Tony Hammer, Aldo Kern sowie in Abwesenheit Conny E. Kunz. Passenderweise mit der Expansion in die Westschweiz stösst neu ins Team des Lunch-Check-Vorstandes Gilles Meystre, Vorstandmitglied GastroSuisse, Präsident GastroVaud und «Hoffnungsträger», wie es Ernst Bachmann formulierte. Meystre bedankte sich für die Wahl und betonte, dass in der Westschweiz wirklich noch ein grosses Potential bestehe. Neben den Vorstandmitgliedern wurden auch die Geschäftsprüfungsmitglieder sowie die Revisionsstelle einstimmig bestätigt.

GastroSuisse-Präsident Casimir Platzer gratulierte in seiner kurzen Rede der Schweizer Lunch-Check zu ihrem finanziellen Erfolg und den wichtigen Beitrag für die gesamte Branche und David von Meiss präsentierte in seinem Kurzreferat die «Menu-App», welche es erlaubt, bereits in mehreren Restaurants mit der Lunch-Check Karte über eine App bezahlen zu können.

Dominik Zemp verzauberte anschliessend während des traditionellen Spargel-Essens die anwesenden Mitglieder und Gäste mit seinen magischen Fähigkeiten. ■

Bequem für Ihre Gäste – mehr Umsatz für Sie

Die Genossenschaft Schweizer Lunch-Check, 1961 von Zürcher Gastwirten gegründet, verfolgt das Ziel, die Gastronomie zu stärken und generierte im vergangenen Jahr über CHF 100 Mio. Umsatz.

Für die Arbeitgeber ist Lunch-Check eine günstige Alternative zu den Personalrestaurants und Barspesen. Über 70000 Arbeitnehmende in der ganzen Schweiz geniessen die Vorteile der Verpflegungsbeiträge und sorgen so in den angeschlossenen Gastronomiebetrieben für volle Tische und gute Umsätze.

Weshalb sich die Zusammenarbeit auch für Sie lohnt:

- Profitieren Sie von über CHF 100 Mio. Umsatz, welche Lunch-Check für die Gastronomie generiert.
- über 70 000 Arbeitnehmende in der ganzen Schweiz geniessen die Verpflegungsbeiträge per Lunch-Check
- Lunch-Check Beiträge können nur in der Schweiz eingesetzt werden
- neue, regelmässige und zufriedene Gäste
- keine Mitgliedschaftsbeiträge oder Investitionen
- die Lunch-Check Karte funktioniert an den gewöhnlichen Kartenlesegeräten (ep2-Standard)
- kostenlose Werbung in unserem Restaurant-Verzeichnis und in der Lunch-Check App sowie auf unserer Website und unserem Facebook-Kanal Gemeinsam steigern wir Ihren Umsatz: Je grösser unser Netz, desto attraktiver werden die Lunch-Check Beiträge für Arbeitgeber und Arbeitnehmer. Je mehr Arbeitnehmer Lunch-Check Beiträge erhalten, desto mehr profitieren Sie! Machen Sie Unternehmen in Ihrer Umgebung auf Lunch-Check aufmerksam – denn damit werden neue Stammkunden für Sie angesprochen.

Werden Sie Teil unserer Erfolgsgeschichte:

Beitrittserklärung unter www.lunch-check.ch/gastronomen ausfüllen und einsenden

Eine/r von uns

Das Bistro zum Pfauen: Zwischen Tradition und Moderne

Die Gebrüder Speck führen die Confiserie Speck bereits erfolgreich in der 4. Generation und verbinden hauseigene Traditionen mit modernen Konzepten. Das «Bistro zum Pfauen» ist das neuste Speck-Familienmitglied und ein Ausdruck davon. Es glänzt mit neuen Trends aus der Gastronomie und setzt von der Innenausstattung bis zum Angebot auf Innovation.

Familientradition

Die Confiserie Speck pflegt seit 1895 eine lange Familientradition und wird bereits in der 4. Generation von Walter und Peter Speck geführt. Vormalig von ihrem Urgrossvater als Bäckerei gegründet, übernahm ihr Vater das Familienunternehmen mit dem Schwerpunkt auf die Confiserie und führte die Tradition als «Schoggichopf» weiter. In den Händen der Gebrüder Speck ist das Familienunternehmen erfolgreich weiter gewachsen und besteht heute aus sechs Standorten. Das neuste Mitglied in der Speck Familie ist das «Bistro zum Pfauen», das mit einem neuem Konzept und moderner Atmosphäre die Brücke zwischen Tradition und Innovation schlägt und so neue Trends berücksichtigt.

Wechselndes Tagesangebot

Traditionellerweise kommt das Unternehmen aus dem Confiserie-Bereich. Trotzdem waren das Kaffeeangebot und die Auswahl an Mittagessen schon immer sehr breit.



Lokale Spezialitäten

Auch hat sich die Confiserie Speck früh auf Take-Away Angebote spezialisiert und gilt als erster Betrieb in Zug, der Salat über die Gasse verkauft hat. Weder Migros noch Coop kannten dieses Konzept zu dieser Zeit. Durch selbstgemachtes Brot und eine Vielfalt an Sandwiches hat sich das Sortiment schrittweise vergrössert. Heute ist für jeden Feinschmecker was dabei. Dieses Konzept findet sich auch im «Bistro zum Pfauen» wieder, wobei das Tagesangebot wechselt:

Morgens werden traditionell Kaffee, Gipfeli und diversen Sandwiches angeboten. Mittags können sich die Gäste neben dem grossen Take-Away Angebot auch mit diversen Snacks verköstigen. Das Take-Away Angebot ist besonders im Sommer sehr beliebt, weil sich das Bistro in der Nähe vom See befindet.

Wer es etwas aussergewöhnlich mag, versucht einen Burger auf der Kräuterwaffel oder die Fallaffelwaffel mit Gemüse. «Es braucht Mut diesen zu bestellen, weil es komisch klingt, aber es lohnt sich», sagt Walter Speck. Wer es lieber klassisch mag, bestellt einen Käsekuchen oder aktuell eine Wähe auf griechische Art mit Kartoffeln und Auberginen. Besonders beliebt sind auch die Burritos mit Fleisch oder Gemüse, die sich vom üblichen Sandwichangebot abheben – Ein praktisches Mittagessen «to go». Das Traditionshaus setzt viel Wert auf vielfältige vegetarische Gerichte und sieht diese als genauso wichtig an wie Angebote mit Fleisch.

Nachmittags laden diverse Pâtisserie und Torten zu «Kaffee und Kuchen» ein und sind sehr populär bei den Touristen, die sich oft in der Altstadt aufhalten.

Barbetrieb am Abend

Abends wechselt dann das Konzept und das Bistro stellt auf Barbetrieb um. Durch Lichtsteuerung und wandelbare Theken, wird eine wunderbare Atmosphäre geschaffen und die Gäste werden ab 17.00 Uhr bedient. Eine Besonderheit am Abend ist die



Beliebte Kaffeesitzplätze

Auswahl an über einem Dutzend unterschiedlichen Craft-Biersorten, die von 7 Zuger Brauereien stammen. «Die Leute mögen die lokalen Spezialitäten und es passt gut zu uns» ist Walter Speck überzeugt

Hauseigene Spezialitäten

Die Confiserie Speck ist bekannt für traditionelle Spezialitäten und drei Hausspezialitäten sind dabei besonders beliebt. Eine wichtige Familienspezialität sind die Speckli, welche man direkt mit der Confiserie verbindet und in hoher Stückzahl verkauft werden. Es gibt bereits einige Kopien auf dem Markt, aber die hauseigenen Speckli sind und bleiben einzigartig. Gefragt sind auch die Kirschstängeli, welche in feiner Handarbeit hergestellt werden und das nicht nur wegen dem hochprozentigen Kirsch.

Der Klassiker bleibt aber die allseits bekannte Zuger Kirschtorte – Ein zugerisches Original und allseits geschätzt. «Die Kirschtorte ist sehr wichtig für uns».

Schoggi Speckli Shortbread mit CBD Hanfblüten

Das Hanf-Speckli ist eine Ableitung aus den alten Rezepten, aber auf moderne Art umgesetzt. Diese seien besonders bei der älteren Gästen beliebt: «Als ich am zweiten Tag im Geschäft nachgefragt habe, wie die Hanf-Speckli ankommen, meinte meine Mitarbeiterin, dass mehrheitlich ältere Leute diese kaufen» berichtet Walter Speck amüsiert. Für die Confiserie war es zudem eine gute Werbung und medial ein grosser Erfolg. ■

6 Fragen an...

Interview mit Walter Speck

Was begeistert Sie an Ihrem Beruf?

Zum einen faszinieren mich feine Produkten, egal in welchem Bereich. Kreativität und gute Rezepte, welche sensorisch gut hinterlegt sind bereiten mir Freude.

Zudem geniesse ich auch die Vielfältigkeit meiner Arbeit. Neben der alltäglichen Arbeit organisiere ich unterschiedlichste Events. Als grosser Musik Fan führen wir einerseits immer wieder Live-Konzerte durch. Im Bistro Pfauen pflegen wir eine Zusammenarbeit mit «Jam on Radio», das aus einem Jugendlad entstanden ist und urbane Musik spielt. Oder wir organisieren spezielle Events zum Thema Bier, wie die Kombination aus Bierdegustation und Krimivorlesung mit unserem Bierpolizisten (Luzerner Stadtpolizist, der selber Krimis schreibt und Bier braut).

Was macht Ihren Betrieb einzigartig?

Speziell ist unsere sehr hohe Eigenproduktion. Wir machen sogar das Vermicellepüree selber, welches viele andere Betriebe aus der Tube verwenden. Daher verkaufen wir auch sehr viel Vermicelle im Winter. Zudem ist es wichtig, dass man nicht austauschbar ist. Durch den Internethandel, holen sich viele das günstigste Produkt. Unsere Produkte sind nicht vergleichbar und einzigartig und wir bieten einen sehr hohen Dienstleistungsgrad an. Beispielsweise können Leute, die keine oder nur wenig Zeit für das Mittagessen haben, ihre Gerichte über die Plattform Sandwichkurier.ch bestellen und werden von einem Velokurier beliefert. Dies ist beliebt, weil kurzfristig bestellt werden kann und eine grosse Auswahl vorhanden ist. Das ist heute auch wichtig: Man muss zum Kunden gehen, er kommt nicht immer selber.

Was sind Ihrer Meinung nach die Trends in der Gastronomie?

Ich würde sagen Heuschrecken. Jedoch habe ich mich noch nicht so recht getraut, diesen Trend umzusetzen. Es müssen ja nicht immer Kürbiskerne sein. Interessant wären doch auch Mehlwürmer auf einem Salat.

Aber ich denke dieser Trend ist doch noch etwas zu exotisch.

Ich glaube aber in der Schweiz sind Trends die lokalen Geschichten, wie zum Beispiel unsere Craft-Biere. Aber auch die Schnelllebigkeit muss berücksichtigt werden. Uns ist daher wichtig, dass es relativ schnell geht, wir aber trotzdem hohe Qualität bieten.

Was würden Sie verändern, um die Rahmenbedingungen in der Gastronomie zu verändern?

Es findet deutlich eine Filialisierung statt. Ringsum wird zwar ständig von Betriebschliessungen gesprochen, aber in Zug passiert eher das Gegenteil. Wir haben alle Jahre mehr Konkurrenz, gerade um den Bahnhof herum. Im Schnitt gehen 1–2 Betriebe im Jahr auf und es verschwindet eigentlich niemand. Zudem hat die Administration zugenommen und auch die Neu-

USP (Alleistellungsmerkmal):

Familienbetrieb und Eigenproduktion, moderne Konzepte, Kombination traditionell und modern.

Preis Kaffee Crème: 4.60

Preis Espresso: 4.60

Anzahl Mitarbeitende:

Insgesamt ca. 70

Sitzplätze im Bistro zum Pfauen:

40 Innenplätze und 50 Aussenplätze im Hof

Bistro zum Pfauen

Kirchenstrasse 1, 6300 Zug

Mo und Di: 6.30–19.00 Uhr

Mi–Fr: 6.30–24.00 Uhr

Sa: 7.00–24.00 Uhr

So: 7.30–18.00 Uhr

Website: <https://www.speck.ch/standorte/bistro-zum-pfauen-confiserie-speck/>
E-Mail: mail@speck.ch



Walter Speck

regelung der Stellenmeldepflicht finde ich unglücklich. Wir haben viele Blindbewerbungen und Ferienstellen für Studenten, die bisher nicht direkt ausgeschrieben werden. Dies ist ein zusätzlicher Aufwand und mir ist nicht klar, wie das auf Dauer umgesetzt werden soll.

Wo trifft man Sie in Ihrer Freizeit?

Momentan trifft man mich wenig in der Freizeit. Aber grundsätzlich bin ich sehr kulturinteressiert und das auch in Richtung Musik. Ich höre beispielsweise sehr gerne Jazz und habe das Glück, dass meine Frau dieses Hobby mit mir teilt. Ich bin oft draussen und gehe gerne wandern, Inline-skaten, Velofahren oder bin auf dem schönen Zugersee – das jedoch eher auf eine gemütliche als ambitionierte Art. Ich sage immer, wir machen keinen Sport, sondern Wellness.

Warum sind Sie Mitglied von CafetierSuisse?

Vor 25 Jahren bestand noch die Bedürfnisklausel für Alkoholpatente. Nachdem wir ein neues Bistro eröffnet hatten, konnten wir belegen, dass wir darauf Anrecht haben. Der Regierungsrat hat uns das Patent zugesprochen und GastroSuisse hatte Widerspruch erhoben dagegen. Da habe ich mir gedacht, wie toll wenn man gegen das eigene Mitglied vorgeht. Zudem war mein Vater bereits Mitglied bei Cafetier-Suisse und mir wurde bewusst, dass mir dieser Verband sympathischer ist.

Obwohl wir nicht viel auf den Verband zurückgreifen und wir viele Sachen selber machen können und uns Berater zur Seite stehen, sind wir trotzdem froh um den Beistand und die «Gastroergänzung», wo wir auf gesetzliche Themen aufmerksam gemacht werden. ■

Kaffeewissen

Fragen und Antworten zum Thema Kaffee: Pflanze, Anbau, Botanik

Welche zwei Kaffeearten sind für den Weltmarkt von Bedeutung?

Es gibt mehr als 100 verschiedene Coffea-Arten, doch nur Arabica (*Coffea Arabica*) und Robusta (*Coffea Canephora*) sind für den Kaffeemarkt von Wichtigkeit. Die meisten Spezies der Gattung «Coffea» (Kaffeepflanze) finden sich im tropischen Afrika oder auf Madagaskar. Insgesamt sind es mehr als 100 Coffea-Arten, davon aber sind aktuell mehr als 70% vom Aussterben bedroht. Warum diese Coffea-Arten keine kommerzielle Bedeutung für den Weltmarkt haben, hat nur in manchen Fällen einen qualitativen, meist aber einen wirtschaftlichen Hintergrund, weil die Pflanzen zu langsam wachsen oder zu geringe Erträge abwerfen.

Die 10 bekanntesten Kaffeearten:

- **Coffea Arabica:** auch Arabica oder Hochlandkaffee genannt, ca. $\frac{2}{3}$ Weltmarktanteil.
- **Coffea Canephora:** Robusta Kaffee, ca. $\frac{1}{3}$ Weltmarktanteil.
- **Coffea Liberica:** und Varietät (var.) Dewevrei; Liverica Kaffee. Unter 1% Weltmarktanteil.
- **Coffea Excelsa:** oder Excelsa-Kaffee, auch Schari-Kaffee oder Chari-Kaffee. Unter 1% Weltmarktanteil.
- **Coffea Mokka**
- **Coffea Congensis** (Kongokaffee)
- **Coffea Stenophylla:** eine besondere kleinblättrige Pflanze aus Westafrika.
- **Coffea Abeokutae**
- **Coffea Arnoldiana** (Vorkommen im Kongo).

Hybride zwischen Arabica und Robusta:

A
Coffea Timor: ein natürlicher Hybrid, mit zwei Sätzen an Arabica Chromosomen.

B

Coffea Kianjavatensis, Coffea Mauritiana und Coffea Lancifolia sind koffeinarme oder freie, natürliche Spezies, die aus Ertragsgründen nicht genutzt werden:

C

An gentechnisch veränderten Varianten wird seit Jahren intensiv gearbeitet, doch die Kaffeepflanze wehrt sich und verändert

meist die Ertragslage bei entsprechenden Eingriffen ins Negative.

Canephora oder Robusta Kaffee: Welche Varietäten gibt es?

Robusta, der vor allem in Afrika (Uganda), Indonesien, Indien und seit einigen Jahrzehnten ganz stark (aber oft in minderer Qualität) auch in Vietnam angebaut wird, kommt ebenfalls in mehreren Varietäten vor.

In Brasilien heisst die angebaute Robusta Varietät Conillon, Laurentii oder Bukoba werden sie in Uganda genannt, Quillou oder Niaouli Kaffee in Madagaskar. Robusta wächst schneller in tieferen Gegenden als der Arabica. Die Pflanze ist hitzebeständiger und resistenter gegenüber der Kaffeekrankheit «Kaffeerost» (*Hemileia Vastatrix*). Der Kaffee ist meist billiger und wird daher oft als «Füllprodukt» verwendet. Robusta hat mehr Koffein als Arabica und verfügt in guter Qualität über einen hervorragenden Körper, Würze, aber weniger Säure. Die Bohnen sind kleiner als die der Arabica, eher rundlich und haben einen gradlinigen Schnitt. Es gibt hervorragende Robustas und Arabicas von extrem niedriger Qualität. Ein automatischer Rückschluss auf den Kaffee in Bezug auf die Varietät ist demnach unsinnig und schlicht unzulässig.

Die begehrtesten Bohnen der Welt: «Luxuskaffees».

- **Blue Mountain:** aus Jamaika. Besondere Reifebedingungen – besonderes Aroma. Bis € 150,00/kg.
- **Fogo:** von den Abhängen des Vulkans Fogo auf den Kapverdischen Inseln.
- **Kopi Luwak:** der Kaffee wandert durch den Darm von Schleickatzen aus Indonesien. Aufgrund der Fütterung und Käfighaltung umstritten! Bis zu € 1.200,00/kg.
- **Hawaii Kona:** von den Vulkanböden Hawaiis. 1828 von Brasilien nach Hawaii eingeführt und an der Westküste im Kona-Distrikt angepflanzt. Bis € 120,00/kg.
- **Madagaskar Kaffee:** als Wildkaffe fast gar nicht erhältlich.



Martin Kienreich, Autor von faq-kaffee.com

- **Jacu:** der «Vogelkaffee» aus Brasilien.
- **St. Helena:** durch Napoleon indirekt bekannt gemacht. Bis € 140,00/kg. Rund 1.200 Kilometer westlich von Afrikas Küste gelegen. Green Tipped Bourbon Arabica Bohnen.
- **Australian Queensland Skybury:** the very best of «down under».
- **Wurmstichige «Worm Bitten Menados» aus Indonesien:** der Kaffee wird eingegraben, wurmbefallen und wieder ausgegraben.
- **Fledermauskaffee:** die sogenannte «Bat Crop» aus der Karibik.
- **Bonifieur:** Aus Guadeloupe (der Urkaffee aus dem Fass). ■

Literaturtipp

Das Buch **FAQ KAFFEE** mit dem Sonderteil «Espresso-» und «Filterkaffee» erscheint gerade aktuell mit dem Spezialkapitel über den Schweizer Kaffeemarkt inklusive dem «Schweizer Rösterguide».

ISBN 978-3-9817661-1-0

Ebenfalls erhältlich: **FAQ TEE**

www.faq-kaffee.com; www.faq-tee.com



Kaffeenetzwerk

Speciality Kaffee

Der Kaffeemarkt in der Schweizer Gastronomie ist momentan stark im Wandel. Täglich eröffnen neue Kaffeehäuser, das Qualitätsniveau wird immer wichtiger und steigt laufend an. Besonders der Begriff **Speciality Kaffee** prägt die Kaffeewelt momentan sehr stark. Speciality Kaffee zeichnen aussergewöhnliche Kaffeequalitäten aus, welche nach einem internationalen Bewertungsschema mit über 85 Punkten bewertet wurden und bis in den Ursprung transparent rückverfolgbar sind. Die Idee hinter diesen Kaffees ist dem Konsumenten die unglaubliche Aromenkomplexität des Kaffees näher zu bringen und so Kaffee zu einem neuen Erlebnis in der Tasse zu machen. Durch die Rückverfolgbarkeit erfahren die Konsumenten, welcher Kaffee-

bauer hinter dem Rohprodukt steckt. Ein für uns sehr wichtiger Schritt, da in der Plantage der Grundstein für die Qualität des Produktes gelegt wird. Neben der Transparenz des Kaffees ist auch die helle Röstung ein wichtiges Merkmal von Specialty Kaffee, wodurch die komplexen Fruchtnoten der Kaffeebohne besser zur Geltung gebracht werden können. Wird Kaffee zu dunkel geröstet, werden diese Aromen durch dunkle Röstaromen überlagert, und dies ist nicht erwünscht.

Stoll Kaffee hat sich neben einem breiten Bio Sortiment auf die Röstung von Specialty Kaffee spezialisiert und versucht diese Entwicklung in der Schweiz weiter zu fördern. Neben der Röstung ist die perfekte

Zubereitung des Kaffees in der Gastronomie ein Muss, hierfür betreiben wir bei Stoll Kaffee in Zürich ein Trainingscenter in dem erfahrene Baristas ihr Wissen an die Kunden weitergeben. Neben den handwerklichen Fähigkeiten, gibt es auch Beratung zur Auswahl der richtigen Kaffeemaschine wie auch zum Einrichten des perfekten Arbeitsbereichs.

Hier kann man Spezialitäten Kaffee von Stoll Kaffee geniessen: COFFEE Grüngasse; Bank Helvetiaplatz; John Baker Stadelhofen und Helvetiaplatz; Sportbar Kanzleistrasse (in Zürich); Specialty Coffee Blumenbergplatz (St. Gallen).

www.stoll-kaffee.ch ■

Anzeige

Geröstet in Zürich seit 1936.

stoll-kaffee.ch



Puzzle Coffee Shop

Spezialitäten Kaffee auf Zanzibar

Während einer Reise nach Zanzibar hat der CafetierSuisse-Geschäftsführer per Zufall den Puzzle Coffee Shop entdeckt, der Spezialitäten Kaffee vom Feinsten und auf modernstem Standard anbietet. Wir haben uns gefragt, wie es dazu gekommen ist und die Antwort auf unsere Fragen an den Besitzer Leonardo Ferreira können Sie hier nachlesen ...

Bei Zanzibar denkt man nicht als Erstes an Kaffee, sondern an Gewürze und weisse Strände. Wie kommt ein Brasilianer dazu, ein Spezialitäten-Café auf der Insel Sansibar zu eröffnen? Woher stammt ihre Leidenschaft für Barista?

Als Brasilianer lieben wir Kaffee, er gehört zu unserem Alltag. Meine Frau und ich hatten schon seit einigen Jahren den Wunsch, nach Tansania auszuwandern und dort eine Firma mit tollen Produkten und gutem Service zu gründen. Nach einiger Zeit auf dem Festland in Tansania haben wir erkannt, dass Zanzibar, mit den vielen Touristen und Expats, der perfekte Ort für unsere Idee war, ein Third Wave Coffee zu gründen. Wir wollten die Gäste über Spezialitäten Kaffee informieren, Arbeitsplätze schaffen und so auch die lokale Gemeinschaft positiv beeinflussen. Auch wenn es vielen nicht bekannt ist, gibt es in Tansania sehr hochwertigen Kaffee, genau wie wir ihn verarbeiten wollen.

Ohne viel Erfahrung, kam die Leidenschaft für Spezialitäten Kaffee mit dem Entschluss, den Coffee Shop zu eröffnen. Um das Barista-Handwerk zu erlernen, zogen wir nach Colorado Springs in den USA und haben dort im «Kairos Coffee House» unglaublich viel über Kaffee und im Besonderen über Spezialitäten Kaffee gelernt.

In Afrika gibt es eine grosse Vielfalt an Kaffees. Ihr Kaffee kommt aus Tansania. Wie haben Sie diesen Kaffee ausgewählt? Und welches Angebot an Kaffee findet man im Puzzle Coffee Shop?

Wenn über Kaffee aus Afrika gesprochen wird, dann vor allem über äthiopischen, kenianischen und ugandischen Kaffee, aber die wenigsten Leute haben Ahnung von tansanischen Kaffee oder diesen mal probiert. Weshalb sollten wir also anderen Kaffee importieren? Natürlich wollten wir mit Kaffee aus dem eigenen Land arbeiten und das Wissen über dieses landeseigene «Gold» fördern, indem wir es von der Farm in die Tasse im Puzzle Coffee Shop bringen?

Ist Ihr Kaffee bekannt für besondere Spezialitäten? Was ist bei Ihren Gästen besonders beliebt?

Wir bieten den Gästen eine leichte, eine mittlere und eine dunkle Röstung an, das unterscheidet uns von den anderen Shops, denn unser Gast kann auswählen. Da der tansanische Kaffee einen ausgeprägten Säuregehalt hat, haben wir eine Vielzahl von Brühverfahren (Moka Pot – French Press – Siphon – Aeropress – V60 und Chemex), die dem leichten, mittleren und vollen Körper einen reichen Geschmack verleihen.

Sansibar ist eine kleine Insel. Haben Sie viele lokale Gäste und wie kommt das Kaffee bei den einheimischen Gästen an?

Wir haben lokale Gäste. Es fällt vor allem der Unterschied zwischen Jung und Alt auf. Zum einen die Jugendlichen, die besonders die kalten Getränke (aromatisierte Lattes, Cold Brews und Frappés) mögen. Sie befinden sich noch im Lernprozess, reinen Kaffee zu geniessen. Die Erwachsenen auf der anderen Seite, sind eher gewohnt Kaffee wirklich zu geniessen. Die Schätzen etwa Filterkaffee, gebrüht mit der V60 oder Chemex, bei dem man mehr Kaffee-Aromen



Vielfältige Kaffeespezialitäten

als bei Espressogetränken wie Cappuccino usw. schmeckt.

Zanzibar ist ein beliebter Ferienort. Wie kommt ihr Café bei den Touristen an?

Sehr gut. Uns besuchen Menschen aus der ganzen Welt und alle sehnen sich nach gutem Kaffee. Vor allem, weil Specialty Coffee nicht in vielen Ferienresorts angeboten wird. Wir sind gerade mal seit etwas mehr als einem Jahr in Stone Town und wachsen stetig. Wir vermarkten uns immer weiter, um noch mehr Leute zu erreichen. Im Ranking auf TripAdvisor haben wir die Nummer 1 erreicht, das ist unglaublich.

Was sind die Herausforderungen und Schwierigkeiten bei der täglichen Arbeit?

Da wir neu auf dem Markt sind, würde ich mir wünschen, dass alle Menschen leidenschaftliche Kaffeeliebhaber wären. Das ist aber ein längerer Prozess, die Leute müssen den Qualitätsunterschied zuerst verstehen lernen. Geduld ist gefragt.

Was sind Ihre Zukunftspläne?

Noch im Jahr 2018 wollen wir eine eigene Rösterei eröffnen und ab 2019 wollen wir Puzzle Coffee auch nach Tansania und dann in die ganze Welt exportieren und mit unserem Coffee Shop expandieren. ■



Chemex Kanne

Puzzle Coffee Shop

Shangani, 74, Stone Town 3471
Zanzibar/Tansania

Geschäftsmieterverband

Vermieter macht Innenausbau

Der Innenausbau von Geschäftsräumen war bisher Mietersache. Und mit vielen Nachteilen für den Mieter verbunden. Denn der Mieter geht bei Vertragsende meist leer aus. Entweder beharrt der Vermieter auf der Entfernung des Innenausbaus(Rückbau), oder er verlangt gratis Abtretung. So steht es in fast allen Verträgen. Dank Überangebot und Leerständen bei Geschäftsflächen verbessert sich die Lage der Geschäftsmieter und es entstehen neue Möglichkeiten beim Innenausbau.

Heutige Praxis

Teures Geld bezahlt der Geschäftsvermieter für Zwischenwände, Boden- und Wandbeläge, Hängedecke, Lüftung und Klima, Verkabelung, Küche etc. Die Vermieter verlangen ausserdem, zwischen Rückbau und kostenloser Übernahme entscheiden zu dürfen bei Vertragsende. Die Folge: Der Mieter muss entweder für aufwändigen Abriss und Entsorgung bezahlen oder seine Einrichtungen gratis abtreten. Clevere Vermieter verwenden die Einbauten dann für die Nachmieter. Und schliesslich lasten während der ganzen Laufzeit Reparatur und Erneuerung des Innenbaus auf dem Geschäftsmieter. Das kostet nochmals Geld.

Paradigmenwechsel beim Innenausbau

Heutzutage sind Geschäftsmieter heiss umworben: Startrabatte, Gratismiete, Gutscheine, kostenlose Parkplätze, alles ist dabei. Von nahem betrachtet sind es meist bloss kleine Goodies. Mit dem Zins runter wollen Vermieter nur ausgesprochen ungern, denn das verringert den Wert der Immobilie und erhöht die Finanzierungskosten.

Wesentlich lohnender als solche «Geschenke» ist es für die Geschäftsmieter, den Innenausbau dem Vermieter zu übertragen. Dieser trägt dann die Investitionskosten und damit ist auch die Frage des Rückbaus vom Tisch. Denn baut der Vermieter, so ist es sein Eigentum. Er ist in der Folge verantwortlich für den Unterhalt und

Tipps

- Pläne und Offerten für Innenausbau vorbereiten
- Mit dem Vermieter die Übernahme des Innenausbaus verhandeln
- Innenausbau und dessen Unterhalt im Vertrag klar dem Vermieter zuordnen
- Im Voraus das Gebäude auf Erneuerungsbedarf prüfen.

Instandhaltung des Innenausbaus. Baut der Vermieter selbst, ist er zudem eher bereit, veraltete Installationen wie Heizung, Lüftung, Fenster, Sanitäranlagen, bei gleicher Gelegenheit zu ersetzen.

Die Investition in den Innenausbau rechnet sich ebenfalls für den Vermieter. Die Kosten sind steuerlich abzugsfähig. Der Vermieter kann die Handwerker selber bestimmen. Der Mietzins muss nicht oder weniger stark gesenkt werden. Und dank billigen Hypotheken ist die Finanzierbarkeit problemlos. Das Ergebnis ist eine Win-Win-Situation. ■

Quelle: Verein der Geschäftsmieter
www.geschäftsmieter.org



Die neue Stellenmeldepflicht

Stellenmeldepflicht in der Gastronomie per 1. Juli 2018

Infolge der Umsetzung der Masseneinwanderungsinitiative gilt per 1. Juli 2018 die Stellenmeldepflicht in der Gastronomie. Der Bund geht für die Berufe der Gastronomie von einer Arbeitslosenquote von mindestens 8% aus, weshalb die Gastronomie von der neuen Stellenmeldepflicht betroffen ist. Seit dem 1. Juli 2018 gilt deshalb:

Offene Stellen müssen zuerst und für fünf Tage exklusiv den Arbeitsmarktbehörden (RAV) gemeldet werden, bevor Sie öffentlich ausgeschrieben werden dürfen.

Die Berufe des Gastgewerbes (Bsp. Küche, Service), fallen grundsätzlich alle unter die Stellenmeldepflicht. Ausgenommen sind Geschäftsführer/innen. Freie Stellen müssen also zuerst auf www.arbeit.swiss ausgeschrieben werden. Die Stellenausschreibung soll möglichst detailliert sein, damit das RAV möglichst geeignete Bewerber vorschlagen kann. Während der Publikationssperrfrist (Fristbeginn ist der Tag nach Erhalt der Bestätigung durch das RAV) von fünf Arbeitstagen (exkl. Samstage, Sonntage und Feiertage) dürfen Arbeitgeber/innen die Arbeitsplätze an keiner anderen Stelle ausschreiben.

Nach dem Ende der Sperrfrist sind die Arbeitgeber/innen frei, die Stelle auch an anderen Orten/Portalen zu publizieren.

Ausnahmen von der Stellenmeldepflicht:

- Wenn die Stelle mit einer Person besetzt wird, die schon beim RAV angemeldet ist.
- Wenn die Stelle unternehmensintern besetzt wird, die betreffende Person muss aber bereits seit mindestens sechs Monate im Unternehmen gearbeitet haben und es darf kein Unterbruch vor der Anstellung bestehen.
- **Wenn die Beschäftigungsdauer maximal 14 Tage andauert.**
- Werden nahe Verwandte (Partner, Mutter/Vater, Grossmutter/Grossvater sowie Kinder und Enkelkinder) angestellt, muss die Stelle nicht gemeldet werden.
- Lehrstellen und Praktika im Rahmen einer Ausbildung (Art. 11 L-GAV) sind nicht von der Stellenmeldepflicht betroffen.

Bei Fragen zum Thema Arbeitsrecht oder der neuen Stellenmeldepflicht können sich Cafetier-Suisse-Mitglieder an die Verbands-geschäftsstelle wenden:
Tel: 044 201 67 77
E-Mail: info@cafetier.ch

- **Achtung vor Strafen:** Verletzungen der Stellenmeldepflicht können mit Bussen bestraft werden. Dies kann auch für Kandidatinnen und Kandidaten gelten, die als geeignet eingestuft, aber nicht zu einem Bewerbungsgespräch eingeladen werden.

Weiterer Ablauf des Verfahrens zur Stellenausschreibung:

- Arbeitgeber/innen müssen vom RAV gemeldete Bewerbungen prüfen und entscheiden, ob diese für die Stelle geeignet sind oder nicht.
- Diese Entscheidung fällen Arbeitgeber/innen alleine, eine Begründung muss nicht abgegeben werden.
- Geeignete Personen müssen zu einem Bewerbungsgespräch eingeladen werden. Die Einstellungsentscheidung treffen aber auch dann nur die Arbeitgeber/innen.
- Arbeitgeber/innen müssen dem RAV anschliessend Meldung machen, welche Kandidatinnen und Kandidaten als geeignet beurteilt und zu einem Bewerbungsgespräch einladen bzw. angestellt wurden oder ob die Stelle weiter unbesetzt ist. ■



Kaffeetagung 2018

Plattform für die Schweizer Kaffeebranche

Am Freitag, 31. August 2018, treffen sich wieder Gastronominnen und Gastronomen sowie Kaffeeexpertinnen und Kaffeeexperten im Gottlieb Duttweiler Institut (GDI) in Rüschlikon, um im Rahmen der bereits 4. Kaffeetagungen von CafetierSuisse über Trends und Entwicklungen in der Schweizer Kaffeebranche zu diskutieren. Begleitet wird die Kaffeetagung von einer Ausstellung namhafter Schweizer Kaffeemaschinenhersteller und Kaffeeröster, die ihre Produkte und Angebote im Foyer des GDI präsentieren werden.

Wir an bisher jeder Kaffeetagung wird die bekannte Moderatorin und Journalistin Daniela Lager mit klugem Witz durch die Tagung führen. Nach einer Begrüssung durch die Verbandsspitze von CafetierSuisse, freut sich der Verband auf die folgenden Referate und Diskussionen:

Ein aussergewöhnliches Spezialitätenkaffee Erlebnis

André Eiermann schildert seinen aufregenden Weg zu den Barista Weltmeisterschaften in Südkorea. Er trainierte fünf Monate, sieben Tage pro Woche und hin und wieder bis zu 24 Stunden pro Tag. Dabei lernte er was es benötigt, um den bestmöglichen Kaffee zuzubereiten und die Kundenwünsche zu übertreffen.

Kaffeequalität: Wasser und Kaffee

Kaffee besteht zu 98% aus Wasser. Es lohnt sich also sich um unser Lebensmittel Nr. 1 Gedanken zu machen. Gibt es das richtige Wasser für Kaffee und Kaffeemaschine? Was versteckt sich hinter Begriffen wie Chlor, TDS, Magnesium, Calcium, Alkalinität, Wasserhärte und wie kann man diese messen. Warum sind manche Wässer korrosiv? Antworten auf diese Fragen liefert das Referat von Andrea Dobbelfeld.

Kaffeeausstellung

Wie an jeder Kaffeetagung freut sich CafetierSuisse sehr über die tolle Ausstellung von Maschinenherstellern, Röstern und Sponsoren im Foyer des GDI.



4. Kaffeetagung

Freitag, 31.08.2018
GDI, Rüschlikon

Anmeldung via:
info@cafetier.ch

Die Espressotasse, mehr Schein als Sein

Ein feiner Espresso benötigt eine gute Espresso Tasse für ein abgerundetes Trinkenerlebnis. Tönt erst mal einfach, ist es aber nicht. Philipp Henauer zeigt die Bedeutung der richtigen Tassenauswahl auf und erläutert, wie sich Fehler beim Kauf vermeiden lassen, damit der Espresso in der Tasse am Ende auch so schmeckt wie er soll.

Praxisbeispiel: Caffè Spettacolo – Einer für Alle, alle für Einen

Zur Systemgastronomie gehört der Anspruch, die Qualität der Produkte und den Umgang mit den Gästen in allen Caffè Spettacolo Verkaufsstellen auf dem gleichem Niveau zu haben. Franziska Kaiser zeigt auf, wie dieser Anspruch mit Blick auf die Kaffeequalität erreicht werden kann. Ausserdem geht sie der Frage nach, welche Ansprüche der Gäste, etwa bei den Themen Digitalisierung und Nachhaltigkeit auf uns

zukommen. Denn die Zukunft steht tagtäglich am nächsten Morgen vor der Tür.

Die Digitalisierung & der Wandel in der Kaffeebranche

Georg Twerenbold blickt auf die Digitalisierung in der Gastronomie und Kaffeebranche: Der Einkauf mit digitalen Werkzeugen ist ein wenig wie in einem Candy-Store. Wir kaufen unüberlegt, mit Heisshunger und ohne Strategie. Am Schluss ist es immer das gleiche: Wir erschrecken über den Kassenbon und nachdem wir alles probiert haben, ist uns übel. Aber was heisst das für die Kaffeebranche?

Im Anschluss an die Tagung werden alle Gäste sowie die Referentinnen und Referenten zu einem Netzwerkapéro eingeladen, an dem Kontakte geknüpft oder die begonnen Diskussionen fortgesetzt werden können. CafetierSuisse freut sich auf Sie! ■

Herzlichen Dank an die Sponsoren der 4. Kaffeetagung!



Rechtsfragen

Datenschutz-Grundverordnung

Ist die Datenschutz-Grundverordnung für Schweizer Gastronomen relevant?

Am 25. Mai dieses Jahres trat die neue Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) der EU in Kraft. Ziel der Verordnung ist es Personen, die in der EU leben, mehr Kontrolle über ihre Daten zu ermöglichen. Eine Reform, die das schweizerische Datenschutzrecht an das neue EU-Recht annähern soll, ist im Gange, wobei mit einem Erlass erst 2019 zu rechnen ist. Leider bedeutet dies nicht, dass Schweizer Unternehmern das neue Datenschutzrecht der EU vorerst ignorieren können. Die DSGVO soll Daten von allen in der EU ansässigen Personen schützen – unabhängig davon ob mit diesen Daten von Unternehmen in der EU oder im EU-Ausland umgegangen wird.

Müssen ab jetzt alle Schweizer Unternehmen, die mit Daten von EU-Einwohnern zu tun haben, die DSGVO befolgen?

Nein. Was das EU-Ausland betrifft richtet sich die DSGVO vor allem an Unternehmen, die Waren oder Dienstleistungen gezielt an EU-Einwohner vertreiben. Eine Absicht EU-Einwohner als Kunden gewinnen zu wollen muss also erkennbar sein. Dies ist kann zum Beispiel dann der Fall sein, wenn auf einer Website Kunden aus der EU erwähnt werden, Flaggen-Symbole aus EU-Ländern verwendet werden oder eine Wegbeschreibung für Kunden aus der EU gezeigt wird.

Für Gastronomen in der Schweiz, die zum Beispiel weil sie ihren Standort in einer Grenzregion haben, auf Ihrer Website oder mittels Werbung potentielle Kunden mit Wohnsitz in der EU gezielt ansprechen, kann die DSGVO also Wirkung entfalten. Bei den allermeisten, kleineren Gastronomiebetrieben, die sich in ihrer Kommunikation allein an die nationalen, lokalen Märkte richten, kann eine Anwendung der DSGVO damit in vielen Fällen verneint werden.

Hat die DSGVO dennoch ein Bedeutung für alle Unternehmen in der Schweiz?

Man geht davon aus, dass das Schweizer Datenschutzrecht 2019 dem EU-Recht angeglichen wird. Damit ist jedenfalls sinn-

voll sich schon heute mit den Grundsätzen der DSGVO auseinanderzusetzen, da ein frühes Bewusstsein für die enthaltenen Regelungen die zukünftig notwendige Umsetzung erheblich vereinfachen kann.

Was regelt die DSGVO?

Die DSGVO ist sehr umfangreich, die meisten Regelungen lassen sich jedoch unter den folgenden 3 Kategorien Zielsetzungen zusammenfassen.

1. Betroffene sollen wissen was mit Ihren Daten passiert

Betroffene sind bei bei Datenverarbeitungen entsprechend zu informieren, wobei diese Informationen leicht zugänglich positioniert und einfach verständlich verfasst sein müssen.

Damit der Betroffene sich schon vor Herausgabe seiner Daten über diese Fragen informieren kann, ist an den Stellen an denen Daten erhoben werden auf eine entsprechende Datenschutzerklärung des Unternehmens zu verweisen.

Damit die Betroffenen vorhersehen können was mit Ihren Daten geschieht, dürfen Daten zudem grundsätzlich nur für Tätigkeiten verwendet werden, die geschehen müssen, um das Leistungsversprechen des Unternehmens, also z.B. die Lieferung eines Produkts, umzusetzen. Bei anderen Tätigkeiten muss abgewägt werden, ob das Unternehmen an der Verarbeitungstätigkeit ein berechtigtes Interesse hat, das im Einzelfall die Interessen des Betroffenen überwiegt. Ist wiederum auch das nicht der Fall, wie zum Beispiel beim Weiterverkauf von Daten an Dritte, muss der Betroffene vorher explizit in diese Verarbeitung einwilligen.

2. Unternehmen sollen den Umgang mit Daten minimieren und möglichst sicher gestalten

Es sollen nur solche Daten erhoben werden, die benötigt werden, damit das im Einzelfall verfolgte Ziel, z.B. Durchführung einer Reservierung, erreicht werden kann.

Die erhobenen Daten sollen zudem sobald dies mit dem verfolgten Ziel vereinbar ist anonymisiert bzw. gelöscht werden. Ausserdem haben Unternehmen sowohl mit technischen Mitteln als mit einer entsprechenden Organisation von Abläufen in Ihrem Betrieb dafür zu sorgen, dass das Risiko für einen Verlust der Daten an Unbefugte möglichst gering ausfällt.

3. Dokumentation der internen Strukturen

Unternehmen müssen nachweisen können, dass Sie sich intern an die DSGVO halten. Dazu müssen die Unternehmen auf Anfrage einer Behörde eine Dokumentation vorweisen können, die u.a. darlegt welche Daten das Unternehmen wann und wie erhebt und wer im Unternehmen Zugang zu diesen Daten hat.

Was sollten Sie jetzt tun?

Sollten Sie dies noch nicht getan haben, gilt es jetzt zu klären, ob die DSGVO auf Ihr Unternehmen anwendbar ist und was Sie zu ihrer allfälligen Umsetzung tun müssen. Sie können dazu zunächst eigene Recherchen durchführen und dann abwägen, ob es sich lohnt einen spezialisierten Berater hinzuziehen. Gerade bei kleineren Betrieben kann eine professionelle Beratung in der Regel schnell und unkompliziert die gewünschte Klarheit bringen. Sollten Sie zu dem Schluss kommen, dass die Regeln der DSGVO für Sie heute noch nicht relevant sind, wird sich dies wohl spätestens mit der 2019 erwarteten Angleichung des Schweizer Datenschutzrechts ändern. ■

Sie wollen sich zum Thema Datenschutz oder anderen Rechtsfragen kostenlos beraten lassen?

Eine Kooperation zwischen Cafetier-Suisse und der digitalen Schweizer Rechtsplattform lexilla ermöglicht ihnen eine kostenlose, halbstündige Erstberatung mit Anwälten aus dem lexilla-Netzwerk. Wenden Sie sich bitte direkt an Amran Frey: amran@lexilla.ch oder lexilla.ch/cafetiersuisse

Kurz notiert

Neues aus der Gastronomie

Wirtepatent in Basel Stadt

Im Kanton Basel Stadt wird aktuell über die Abschaffung oder Beibehaltung des Wirtepatent gestritten. Während die Branche für den Erhalt eines minimalen Anforderungskatalogs resp. des Wirtepatents ist, gibt es auf der politischen Bühne Bemühungen zur Abschaffung der Patentpflicht. Die Gastroverbände engagieren sich schon länger für die Beibehaltung einer grundlegenden Unternehmerausbildung und Hygienemindeststandards. Diese gastgewerbliche Gesetzgebung ist Angelegenheit des Kantone und dementsprechend in den Kantonen unterschiedlich geregelt. Im Mitgliederbereich auf cafetier.ch findet sich eine Übersicht zu den kantonalen Anforderungen.

PANVICA-Austritt aus der proparis

Die proparis akzeptiert den Austritt der PANVICA aus der Vorsorgestiftung trotz gegenteiligen Entscheids der Bernischen Stiftungsaufsicht (BBSA) nicht. Die Aufsicht hatte dem Vorgehen der PANVICA als Folge der Kündigung der Anschlussvereinbarung durch die Gründerverbände in allen Punkten Recht gegeben. Nun zieht die proparis das Verfahren vor das Bundesverwaltungsgericht. Die PANVICA geht weiter von einem rückwirkenden Neustart per 1.1.2018 aus. Gleichzeitig kann die PANVICA auf ein erfolgreiches Jahr zurückblicken: der Deckungsgrad der PK PANVICA konnte mit 111.5% ebenso wie der der PANVICAplus Vorsorgestiftung mit 119.4% gesteigert werden.

Martin Angehrn verlässt CCA

Aligro, die neue Besitzerin der CCA Angehrn AG, rüstet sich für die Zukunft und investiert an allen CCA-Standorten. Mit der Führung durch die Familie Demaurex geht die Übergangsphase für Martin Angehrn zu Ende. Er beendet seine Tätigkeit für die CCA Ende August 2018. Ab September wird Martin Angehrn eine kreative Pause einlegen und sich als Unternehmer, Verwaltungsrat und Berater im KMU- und Startup-Umfeld positionieren. Der Gastro-Branche bleibt er in der Gilde etablierten Schweizer Gastronomen und als Vorstandsmitglied Branchen-Stiftung innocuisine treu. CafetierSuisse dankt für Jahrzehnte der persönlich guten Zusammenarbeit und wünscht für die Zukunft nur das Beste! ■

Im Gedenken an Martha «Helly» Plüss-Zweidler

2. April 1923 – 17. Juni 2018



Am 17. Juni 2018 ist Helly Plüss, nach einem langen und reich erfüllten Leben friedlich eingeschlafen. Helly war die Personifizierung unseres Verbandes in Bern. Dies ist unschwer aus ihrem Lebenslauf ersichtlich.

Sie wurde 1923 in Bern in eine Gastgeberfamilie geboren. Ihr Vater, Heinrich Zweidler, war selbständiger Gastronomie-Unternehmer und führte die Postdienstküche im Bahnhof Bern. 1933 eröffnete er eines der ersten alkoholfreien Restaurants in Bern. Das war insofern bemerkenswert, weil nun auch Frauen Kaffee trinken gehen konnten – wenigstens die weniger braven! Am 21.01.1938 war Heinrich Zweidler eines der Gründungsmitglieder des Kantonal-bernischen Verbandes alkoholfreier Gaststätten.

Helly ihrerseits war 1943 die 1. Frau im Kanton Bern, die den Fähigkeitsausweis zur Führung eines alkoholfreien Gastwirtschaftsbetriebes erhielt, notabene mit 20 Jahren! 1946 erhielt sie das Patent für Haushaltungslehrerinnen des Kantons Zug. 1947 übernahm Helly die Betriebsführung des Cafés «Exil» an der Schwanengasse in Bern. Ab 1946 war sie Kurslehrerin im Wirtekurs unseres Verbandes in den Fächern Kochtheorie, Menu-Zusammenstellung und Küchenberechnungen.

1965 heiratete Helly Zweidler Kurt Plüss, der ein Möbelgeschäft an der Kramgasse in Bern besass. 1966 gewann Helly Plüss den «goldenen Löffel», die höchste Auszeichnung am Rezept-Wettbewerb der Firma MAGGI, mit ihrem Rezept «Mais-Piccata mit Jägersauce».

Während fast einem halben Jahrhundert war Helly für den Cafetier-Verband als Fachlehrerin tätig. Ich selbst (1974, Küchenfächer) und meine Frau Erica (1992, Hauswirtschaft) hatten beide die Ehre und das Vergnügen, ihre Lehrtätigkeit persönlich zu erleben und neben uns viele hunderte von Kursteilnehmern. 1992 wurde Helly zum Ehrenmitglied des Cafetier Verbandes ernannt. Gerne kam sie an unsere Delegiertenversammlungen, sofern es ihre Gesundheit zuließ. 2013, an unserer 75. Jubiläums-DV in Interlaken, nahm Helly mit 90 Jahren das letzte Mal teil. Helly war ihr ganzes Leben lang Gastgeberin und mit Herzblut diente sie dem Gast. Sie war unserem Verband sehr verbunden und engagierte sich stark, besonders in der Ausbildung. Das Verbandsleben generell interessierte sie bis zuletzt. Wir werden sie respektvoll und dankbar in Erinnerung behalten.

Hans-Peter Oettli/Brigitta Urfer

Quellenregister

CafetierSuisse-Partnerfirmen

Kaffee

Blaser Café AG

Grossrösterei
Güterstrasse 4, 3008 Bern
Tel. 031 380 55 55 / Fax 031 380 55 40
info@blasercafe.ch

Brita Wasser-Filter-Systeme AG

Gassmatt 6, 6025 Neudorf
Tel. 041 932 42 30 / Fax 041 932 42 31
info-ppd@brita.net

G. Henauer Sohn AG

Hofstrasse 9, 8181 Höri
Tel. 044 861 17 88 / Fax 044 860 37 80
info@henauer-kaffee.ch

Illycafé AG Kaffeerösterei

Wiesengrundstrasse 1, 8800 Thalwil
Tel. 044 723 10 20 / Fax 044 723 10 21
info@illycafe.ch

Nestlé Professional

(Nestlé Suisse S.A.)
Business Unit Professional
Postfach 352, 1800 Vevey
Tel. 021 924 59 42
beverage@ch.nestleprofessional.ch

Rast Kaffee Gourmet Rösterei

Zugerstrasse 9, 6031 Ebikon
Tel. 041 210 58 66 / Fax 041 210 60 52
mail@rast.ch

Stoll Kaffee AG

Austrasse 38, 8045 Zürich
Tel. 044 463 33 78 / Fax 044 463 33 57
info@stoll-kaffee.ch

Turm Handels AG

Martinsbruggstrasse 90, 9016 St. Gallen
Tel. 071 288 17 35 / Fax 071 288 17 40
info@turmkaffee.ch

UCC Coffee Switzerland AG

Bernstrasse 180, 3052 Zollikofen
Tel. 031 915 53 53 / Fax 031 915 53 50
info@ucc-coffee.ch

Mineralwasser, Säfte, Tee

Nestlé Waters Suisse S. A.

Rte. treize cantons, 1525 Henniez
Tel. 026 668 68 68 / Fax 026 668 68 00
nestlewaters.ch@waters.nestle.com

Rivella AG – Michel Säfte

Neue Industriestrasse 10, 4852 Rothrist
Tel. 062 785 41 11 / Fax 062 785 44 36
info@rivella.ch

A. Kuster Sirocco AG

Hauptstrasse 22, 8716 Schmerikon
Tel. 055 286 31 31 / Fax 055 286 31 41
info@sirocco.ch

Zamba Fruchtsäfte GmbH

Hofwisenstrasse 48, 8153 Rümlang
Tel. 044 405 10 10 / Fax 044 405 10 20
info@zamba.ch

Kaffeemaschinen

Cafina AG

Römerstrasse 2, 5502 Hunzenschwil
Tel. 062 889 42 42 / Fax 062 889 42 89
info@cafina.ch

Schaerer AG

Allmendweg 8, 4528 Zuchwil
Tel. 032 681 62 00 / Fax 032 681 64 04
info@schaerer.com

Lebensmittel

Demaurex & Co AG

CCA-Zentrale
Mooswiesstrasse 42, 9201 Gossau SG
Tel. 071 388 13 00 / Fax 071 388 13 01
cca@saviva.ch

Florin AG

Hofackerstrasse 54, 4132 Muttenz
Tel. 061 466 22 22 / Fax 061 461 50 65
florin.ag@florin-ag.ch

frigemo ag

Route de Neuchâtel 49, 2088 Cressier
Tel. 058 433 91 11 / Fax 058 433 91 12
frigemo@fenaco.com

Lotus Bakeries Schweiz AG

Nordstrasse 3, 6300 Zug
Tel. 041 726 55 00 / Fax 041 726 55 01
info@lotusbakeries.com

Nestlé Suisse S. A. Frisco Findus

Blumenfeldstrasse 15, 9401 Rorschach
Tel. 071 844 85 30
frisco-findus@ch.nestle.com

Pistor AG

Hasenmoosstrasse 31, 6023 Rothenburg
Tel. 041 289 89 89 / Fax 041 289 89 90
info@pistor.ch

Saviva AG, Geschäftsbereiche Scana und Mérat

Althardstrasse 195, 8105 Regensdorf
Tel. 044 870 83 00 / Fax 044 870 83 01
info@saviva.ch

Lebensmittel-Labor

Labor Zollinger AG

Schärenmoosstrasse 105, 8052 Zürich
Tel. 044 302 31 31 / Fax 044 302 31 47
laborzollinger@laborzollinger.ch

Termine

CafetierSuisse

Dienstleistungen

AHV/BVG-Versicherung PANVICA

Talstrasse 7, Postfach 514
3053 Münchenbuchsee
Tel. 031 388 14 88 / Fax 031 388 14 89
info@panvica.ch

Basler Versicherung AG

Bahnhofstrasse 5, 8953 Dietikon
Tel. 058 285 69 58 / Fax 058 285 57 12
kundenservice@baloise.ch

beck konzept ag

Gewerbezone 82, 6018 Buttisholz
Tel. 041 929 60 30 / Fax 041 929 60 31
info@beck-konzept.ch

GastroConsult AG

SBC Treuhand AG
Standstrasse 8, 3000 Bern
Tel. 031 340 66 00
www.gastroconsult.ch
www.sbc-treuhand.ch

Innova Versicherungen

Bahnhofstrasse 4, 3073 Gümligen
Tel. 0848 866 400
verkauf@innova.ch

SBC Treuhand AG

Sandstrasse 8, 3014 Bern
Tel. 031 340 66 44 / Fax 031 340 66 55
bern@gastroconsult.ch

Schweizer Lunch-Check

Gotthardstrasse 55, 8027 Zürich
Tel. 044 202 02 08 / Fax 044 202 78 89
info@lunch-check.ch

SWICA Gesundheitsorganisation

Römerstrasse 38, 8401 Winterthur
Tel. 052 244 22 33 / Fax 052 244 22 90
swica@swica.ch

Arbeitsrecht und Arbeitssicherheit

KOPAS-Kurse 2018

Zürich, Affoltern: 03.07.; 30.08.;
24.10.2018 & 04.02.; 14.03.; 24.04.;
21.06.; 20.08.; 01.10.; 18.11.2019
Jeweils 08.30–16.30 Uhr

L-GAV-Kurse 2018

Olten: 30.10.2018, 14.00–17.00 Uhr

KOPAS-Kurse 2019

Zürich: 04.02.; 14.03.; 24.04.; 21.06.;
20.08.; 01.10.; 18.11.
Jeweils 8.30–16.00 Uhr

Kurse 2018

Konzeptentwicklung

Zürich: 05.11.2018, 09.00–17.00 Uhr

Onlinemarketing in der Gastronomie

Zürich: 19.11.2018, 13.00–17.00 Uhr

Verbandsveranstaltungen 2018

4. Kaffeetagung von CafetierSuisse

GDI Rüschlikon/ZH: 31.08.2018,
13.30–20.00 Uhr

Tag des Kaffees

Schweiz: 01.10.2018

Ladies Only 2018

Schönenwerd & Niedergösgen:
02.10.2018, 13.30–21.00 Uhr

Jahresmedienkonferenz 2018

Zürich: 26.11.2018

Weitere Termine

Schweizer Fachmesse für Bäckerei-, Konditorei- und Confiseriebedarf

Bern: 17.–20. März 2019

SCHWEIZER LUNCH-CHECK
DIE LECKERSTE WÄHRUNG DER SCHWEIZ.



Schweizer Lunch-Check unter-
stützt das Weiterbildungsangebot
von CafetierSuisse.

Reservieren Sie Kurse für sich
oder Ihre Mitarbeitenden:

CafetierSuisse
Bleicherweg 54, 8002 Zürich
Tel. 044 201 67 77
E-Mail: info@cafetier.ch

Regionalpartner ZCV



frigemo AG
Route de Neuchâtel 49
2088 Cressier
Tel. 058 433 91 11
Fax 058 433 91 12
www.frigemo.ch



Labor Zollinger AG
Schärenmoosstr. 105
8052 Zürich
Tel. 044 302 31 31
Fax 044 302 31 47
www.laborzollinger.ch



Illycafé AG
Wiesengrundstrasse 1
8800 Thalwil
Tel. 044 723 10 20
Fax 044 723 10 21
www.illycafe.ch



Rivella AG –
Michel Säfte
Neue Industriestr. 10
4852 Rothrist
Tel. 062 785 41 11
Fax 062 785 44 36
www.rivella.com



Zamba
Fruchtsäfte GmbH
Hofwiesenstrasse 48
8153 Rümlang
Tel. 044 405 10 10
Fax 044 405 10 20
www.zamba.ch



Stoll Kaffee AG
Austrasse 38
8045 Zürich
Tel. 044 463 33 78
Fax 044 463 33 57
www.stoll-kaffee.ch



A. Kuster Sirocco AG
Hauptstrasse 22
8716 Schmerikon
Tel. 055 286 31 31
Fax 055 286 31 41
www.sirocco.ch



CCA Angehrn
Mooswiesstrasse 42
9201 Gossau
Tel. 071 388 13 00
Fax 071 388 13 01
www.cca-angehrn.ch



Henauer Kaffee
Hofstrasse 9
8181 Höri
Tel. 044 861 17 88
Fax 044 860 37 80
www.henauer-kaffee.ch

Anzeige

Coffee Club

schaerer
swiss coffee competence



Die Kleine für den grossen Auftritt

Die Coffee Club öffnet Ihnen die Tür in die Welt der professionellen Kaffeezubereitung. Auf kleinstem Raum bringt sie alles mit, was Sie benötigen: ausgereifte Technik, einfachste Handhabung und höchste Flexibilität.

Schaerer AG, Allmendweg 8, 4528 Zuchwil, Schweiz
T + 41 32 681 62 00, info@schaerer.com, www.schaerer.com