

TRENDS

8. Golfmasters

Sportliches Kräftemessen



Am 20. Juni haben sich die Kundinnen und Kunden der Prodega/Growa Cash+Carry auf dem architektonisch interessanten und technisch anspruchsvollen Golf Limpachtal SO zum sportlichen Kräftemessen getroffen. Wie es bei Prodega/Growa Cash+Carry Tradition ist, wurde der Event, der zum achten Mal durchgeführt wurde, von einem vielseitigen Rahmenprogramm begleitet. Nebst kulinarischen Köstlichkeiten und dem Gala-Dinner führte Get Back, eine der weltbesten Beatles-Coverbands, musikalisch durch den Abend. Prodega/Growa Cash+Carry organisiert jährlich in Eigenregie auf den attraktivsten Golfplätzen der Schweiz ein Turnier für ihre treue Kundschaft.

www.prodega.ch  
www.growa.ch

Fotowettbewerb

Familie und Natur



Vreni Schneider und ELMER Citro suchen die witzigsten, spektakulärsten und aussergewöhnlichsten ELMER

Citro Schnapschüsse des Sommers. ELMER Citro setzt auch mit der neusten Marketingaktivität auf die strategischen Themen Familie und Natur. Als Hauptgewinn lockt eine Woche Ferien für die ganze Familie im Märchenhotel Braunwald. Die Teilnahmefrist für den Fotowettbewerb dauert noch bis Ende August 2011.

www.elmercitro.ch

Restorex

Flexibel und kompetent



Seit 1970 ist Restorex der Profi, wenn es um gewerbliche Küchen geht. In der Westschweiz ansässig erfüllt Restorex die stetig wachsenden Anforderungen der professionellen Restauration. Restorex bietet Konzepte ganz im Interesse der Kundschaft, unter Berücksichtigung neuer Technologien und kulinarischer Trends.

www.restorex.ch

Hero feiert 125 Jahre Firmenjubiläum mit einem Neubau in Lenzburg

# Neuer Hauptsitz

Die Weltnummer 4 der Babynahrungshersteller feiert heuer das 125-jährige Bestehen. Im Jahre 1886 gründeten Gustav Zeiler und Gustav Henkell die «Conservenfabrik Lenzburg». Drei Jahre später verstarb Zeiler unerwartet, Carl Roth wurde neuer Geschäftspartner. Aus den Nachnamen Henkell und Carl-Roth entstand der Firmenname Hero.

Kürzlich hat Hero seinen neuen Hauptsitz in Lenzburg eingeweiht. Das runde Bürogebäude gleicht der Form eines Konfitüreglases. Die Fassade ist einer ausgestanzten Aluminium-Folie nachempfunden, aus der die Deckel für die Gläser gefertigt wurden.

Zum neuen Firmenhauptsitz gehört ein Produktionsgebäude, in dem alle Portionen-Konfitüren für die Schweiz und die Welt hergestellt werden. Derzeit ist die Anlage zur Hälfte ausgelastet. General-Manager Richard Werder hoffte denn auch bei der fei-



Stefan Heidenreich (Vorsitzender der Konzernleitung), Dr. Arend Oetker (Präsident des Verwaltungsrats Hero AG) und Richard Werder (General Manager Hero Schweiz) schneiden zusammen die Geburtstagstorte an.

erlichen Eröffnung, «dass die Produktionsstätte bald aus allen Nähten platzt und die Hero Konfitüren aus Lenzburg in aller Munde wären». Trotz weltweiter Geschäftstätigkeit sieht Hero eine seiner Stärken in der Dezentralisierung. Hero werde in jedem Land, in dem das Unternehmen tätig sei, als einheimische Firma betrachtet.

Stefan Heidenreich als Vorsitzender der Konzernleitung zeigte auf, welchen Wandel die Hero-Gruppe in den vergangenen Jahren durchlaufen hat: «Wir haben die ganze Gruppe neu aufgestellt.» Der Neupositionierung ist zu verdanken, dass die Lenzburger heute mit der Weltspitze auf Augenhöhe konkurrenzieren. Vor allem

der Bereich Babynahrung hat in den letzten Jahren stark zugenommen. «In diesem Bereich sehen wir sehr grosses Entwicklungspotenzial.»

Der Besitzer und Präsident des Verwaltungsrats Hero AG, Dr. Arend Oetker, betonte an der Pressekonferenz insbesondere die Herkunft: «Wir kommen aus der Dose.» Als Firma müsse man wissen, woher man komme. Die Aufgabe sei dann, die Herkunft mit Neuem erfolgreich zu kombinieren.

Bewusst habe sich Hero für den Standort Schweiz entschieden. Arend Oetker, ein Cousin der bekannten Dr. Oetker-Gruppe aus Deutschland, lobte die Schweiz, deren Flexibilität, die vergleichsweise kleine Bürokratie und nicht zuletzt die Attraktivität des Standorts, die insbesondere von den ausländischen Mitarbeitenden geschätzt wird, wenn sie an ein Meeting in die Schweiz kommen dürfen.

www.hero.ch  
www.gastro.hero.ch

Michel: Fair Trade Premium

## Qualität aus fairem Handel

Michel, die bekannte Qualitätsmarke für höchsten Fruchtgenuss, setzt mit Erfolg auf Orangensaft aus fairem Handel und leistet damit einen aktiven Beitrag für eine nachhaltige Entwicklung.

Für das nachhaltige Engagement arbeitet Michel eng mit der Max Havelaar Stiftung Schweiz zusammen. Gemeinsam engagieren sie sich für soziale Lebens- und Arbeitsbedingungen der Produzenten in Südamerika, für sta-



Michel bleibt seinen Qualitätsansprüchen immer treu.

bile Preise sowie für einen umweltschonenden Anbau der Früchte. Seinen hohen Qualitätsansprüchen bleibt Michel dabei treu.

Jeder Schluck tut Gutes. Bei Michel nimmt man diesen Leitsatz wörtlich und will, dass auch die ausländischen Produzenten und deren An-

gestellte künftig vom Erfolg der Schweizer Qualitätsmarke aus dem Hause Rivella profitieren. Der Orangensaft – der wichtigste Rohstoff in den Michel-Produkten – stammt von Plantagen, die den strengen internationalen Richtlinien des fairen Handels genügen. Alle Gebinde der Leaderprodukte Michel Bodyguard, Michel Orange Premium und Michel Orange Passion sind mit dem Fair Trade Max Havelaar-Gütesiegel ausgezeichnet.

www.rivella.ch  
www.maxhavelaar.ch

BITONI: Al-forno traditionelle Lasagne und Cannelloni

## Wie ein Sommer in der Toskana

BITONI präsentiert das Al-forno-Sortiment in neuer Qualität und verbreitet so einen Hauch mediterranen Sommers. «Fatto in casa», die neue Qualität der abwechslungsreichen Lasagne- und Cannelloni-Produkte besticht mit authentisch italienischen Rezepten, inspiriert durch das Traditionshaus Casa BITONI in Sansepolcro.

Die auserlesenen natürlichen Zutaten, wie sonnengereifte Tomaten, reines Rindfleisch, cremig körniger Ricotta, frischer Blattspinat und knackiges Sommergemüse, verleihen den Produkten den aromatisch mediterranen Geschmack. Die sommerlichen Komponenten kristallisieren



Die köstliche Lasagne lässt sich rasch und leicht zubereiten.

sich im Gaumen heraus. Die Füllungen der Lasagne-Portionen wurden auf 360 Gramm erhöht, wodurch sie ein noch saftigeres und intensiveres Gaumenerlebnis ermöglichen. Ein uneingeschränkter Genuss – die Pro-

dukte werden ohne jegliche Geschmacksverstärker und Farbstoffe hergestellt.

Die Tiefkühlung ermöglicht es, die wichtigen Nährstoffe der Produkte zu erhalten und zugleich das Handling zu er-

leichtern. Da sich die Al-forno-Produkte einfach portionieren lassen, genügt bei unvorhergesehenen Gästen ein Griff in die Tiefkühltruhe. Die Lasagne und Cannelloni lassen sich anschliessend sehr leicht zubereiten.

Die neuen, attraktiven Verpackungen garantieren zudem Hygiene und eine einfache Unterscheidbarkeit zwischen den verschiedenen Rezepturen. Mit der Zugabe von etwas Sauce oder Gemüse können die Produkte nach eigenem Gusto angeordnet werden.

Vegetarische Rezepturen sind zudem beliebt bei den Gästen, die sich fleischlos ernähren.

www.findus.ch

TRENDS

Twist von Freshcoffee

Schweizer Premiere



Die von der Specialty Coffee Association of America zum besten neuen Produkt gekürte Espressomaschine Twist von Mypressi kommt dank Freshcoffee in die Schweiz. Dem Gastronomen oder Hotelier bietet diese mobile Espressomaschine erstmals die Gelegenheit, dem Gast direkt am Tisch einen Espresso auszuschenken. Zudem macht der Twist nicht nur exzellenten Kaffee, er kann auch für die Zubereitung von Cocktails oder Tee-Spezialitäten verwendet werden.

www.freshcoffee.ch

Möbel von Accente

Tradition und Komfort

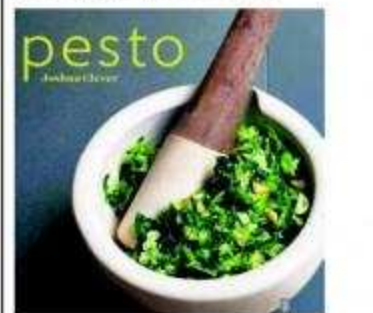


ACCENTE – Das Original ist die Marke für hochwertige Wohnmöbel aus Loom, handmade in Germany. Ein zeitloses eigenständiges Design, Individualität, die präzise Verarbeitung und ein hoher Komfort zeichnen die Möbel aus. Kunden gestalten die Möbel durch die Wahl der Masse, Farben und Materialien mit. Neben Privatbereichen stattet ACCENTE Hotels, Restaurants und Luxurliner aus. Das Unternehmen setzt auf Nachhaltigkeit in Materialauswahl, Beschaffung und Verarbeitung.

www.accente.com

Für Sie gelesen

Pesto von Joshua Clever



Von klassischem Basilikumpesto bis zu Ingwer-Schokolade-Pesto: Die Rezepte sind eine Mischung aus bekannten und neuen Zutatenkombinationen. Der Autor Joshua Clever lässt dabei viel Raum für eigene kulinarische Ideen, denn nach seiner Meinung ist die Freiheit die wahre Freude in der Küche. Das Buch ist für 22,90 Franken zu haben.

Buchbestellung:  
édition gastronomique  
Blumenfeldstrasse 20  
8046 Zürich  
Tel. +41 44 377 52 27  
info@editiongastronomique.ch