

# HOTELLERIE GASTRONOMIE ZEITUNG

Die Branchenzeitung der Hotel & Gastro Union seit 1886

Luzern, den 10. November 2021

CXXXVI. Jahrgang

Angabe: Deutsche Schweiz / Tessin

www.hotellerie-gastronomie.ch

Die berufliche  
Vorsorge  
bleibt schlecht  
verzinst.

Seite 3

Aktuell

## Konstanz im (wieder-)gewählten Zentralvorstand

Seite 2



Aktuell

Reto Walther

Der Geschäftsführer des Schweizer  
Kochverbands freut sich: «Alle Ver-  
träge wurden verlängert. Dafür be-  
dankt er sich bei den Natl. Sponsoren  
und blickt auf das kommende Jahr.

Seite 5

Sonderthema

## Räume müssen überzeugen

Seite 13

Die grosse  
Vielfalt  
des Service-  
berufs  
aufzeigen.

Seite 23



Brenner, die bei der Distasse-Prämierung eine Auszeichnung ergattern können, gehören zweifellos zu den Besten ihres Faches.

ADOBE STOCK



Virie Rütimeyer, ein Ziel

Im zweiten Band dieser Zeitung widmen wir uns dem Sonderthema «Räume und Räume». Dies mit gutem Grund, denn die Lage von Büroräumen und Restaurants sind es langam kalt. Umso schöner, wenn man sich in Gaststuben, Lobbys und Hotelzimmer zurückziehen kann, in denen eine gewisse Wärme herrscht. Ich meine damit nicht die Raumtemperatur, obwohl diese für das Wohlbefinden von Gästen und Mitarbeitenden wichtig ist. Ich spreche vom warmen Gefühl, das einen wohlig weich wie eine Decke umhüllt, wenn man einen Raum betritt, in dem man sich willkommen und wohl fühlt. Über Einrichtungsstile und Geschmäcker kann man sich streiten, muss man aber nicht. In der Schweiz gibt es so viele tolle gastgewerbliche Betriebe, die mit ihrer Raumausstattung die unterschiedlichsten Präferenzen bedenken. Von intensiver Eleganz über heimeligen Alpen-Chic bis zum urbanen Industrial Look oder der verspielten Belle-Epoque-Gonzoze. Für jeden Geschmack gibt es das passende Ambiente. So unterschiedlich die Einrichtungsstile in Gastgewerbe auch sind, etwas haben sie alle gemeinsam: die Aufgabe, dafür zu sorgen, dass sich Menschen in den Räumen wohlfühlen und sich gerne darin aufhalten. Das einen, um Geld anzuziehen, das anderen, um möglichst gerne und erfolgreichere zu arbeiten.

Seite 8 ->

BUCCARDA/FREI

## BÜHNE FÜR SCHWEIZER BRÄNDE

Alle zwei Jahre trifft sich die Schweizer Brennerbranche an der Distasse, der nationalen Prämierung der besten in der Schweiz produzierten Spirituosen. 105 Brennerinnen reichten 568 Produkte ein. Sieben Brennerinnen wurden an der Prämierungsfest im Hotel Montana in Luzern als «Irenen» des Jahres 2021 geehrt. 113 Produkte wurden mit Gold und 323 mit Silber ausgezeichnet. Trotz coronabedingter Umsatzrückgängen, welche die Branche verzeichnen

musste, waren auch dieses Jahr fast gleich viele Produzenten an der Distasse-Spirituosenprämierung dabei wie vor zwei Jahren. «Die Erzeugnisse unserer Branche erfreuen sich zunehmender Beliebtheit», stellt Organisator Augustin Mettler fest. Er führt dies auf den Umstand zurück, dass die Konsumenten vermehrt den Wert der biologischen Produkte entdecken. «Die Produzenten wissen sich auf das Bedürfnis nach Regionalität einzustellen. Sie setzen auf in der Schweiz hergestellte

Rohstoffe und auf Qualität in der Produktion». Eine 30-köpfige Jury hat unter der Leitung von Agroscope in einem Degustationsmarathon von drei Tagen die Spirituosen nach Aussehen, Geruch, Geschmack und Gesamteindruck bewertet. Zusätzlich wurden alle Proben analytisch untersucht, was sonst bei keiner Prämierung der Fall ist. Wer bei Distasse reüssiert, gebietet zweifelslos zu den besten Brennern. Neben dem typisch schweizerischen Obstbränden stellen heute fast alle Produ-

zenten auch Alkoholika ausländischen Ursprungs wie Rum, Gin, Whisky, Wodka und dergleichen her. Besonders sticht dabei der Gin heraus. Vor wenigen Jahren war das Wacholderdistillat noch ein Newcomer-Produkt. Dieses Jahr sind 72 Proben zur Bewertung eingereicht worden. Doch der Ursprung vieler Brennerien sind die Obstbrände. Deshalb ist unser Schwerpunkt diesem Thema gewidmet.

AZA 6002 LUZERN

Adligewegstr. 29/32, 6006 Luzern

Örschenweg 11, 6006 Luzern

www.illycafe.ch

BRUNNER ANLIKER  
swiss made  
Neu mit Webshop  
shop.brunner-anliker.com

ROTOR  
Lipo  
www.RotorLipo.ch  
Rotor Lipo AG  
2011 Usterstr.  
603 246 70 70

Beginn mit Ben  
mars-foodservice.ch  
-gelingt immer-



Das vierteilige Sknife-Tafelmessers mit stabilisiertem Holz in vier verschiedenen Farben ist für 956 Franken zu haben.

BLZ/2 VC

# Ist das Fleisch so zart oder das Messer so scharf?

**Sknife-Messer begeistern Spitzenköche und deren Gäste.**  
Kürzlich wurde das 20 000ste Stück hergestellt. Ein Rückblick auf die noch junge Geschichte einer Schweizer Manufaktur.

Die Erfolgsgeschichte von Michael Bach beginnt vor mehr als zwanzig Jahren. Der Keramikingenieur arbeitete als Product Manager in der Uhrindustrie und reist immer wieder nach Japan. Auf der Suche nach neuen Materialien knüpfte er Kontakte zu Kyocera, dem größten Hersteller von High-Tech-Keramik und Erfinder von Keramikmessern. Das spezielle Schneidwerk lässt ihn nicht mehr los.

2003 macht er sich als Händler selbstständig. Bach verkauft dem Fachhandel Keramikmesser, später Damastmesser und handgefertigte Messer aus der deutschen Messerhochburg Solingen und aus Japan. Als sein Unternehmen weit-der-messer.ch das zehnjährige Jubiläum feiert, hat er sich mit seinen Messern auch in der Schweizer Spitzengastronomie längst einen Namen gemacht und mit Andreas Caminada eine eigene Messerlinie entwickelt. Michael Bach will aber auch die Jungen in der Branche unterstützen und wird mit der japanischen Damastmessermarken Kai Sponsor der Junior-Kochwelt.

Alles läuft bestens. Und doch wundert es ihn, dass er, wie von Franck Giovannini und Philippe Chervier sowie vom Fachhandel gewünscht, kein Schneidwerk «made in Switzerland» anbieten kann. Als er wieder einmal bei Arno Sgier in der «Traube» in Trimbach/SO vorbeischaute, sagt der zu ihm: «Michael, ich so-

che noch nach einem schönen Steakmesser. Aber von hier muss es sein.»

*Holz mit Acryl infiltriert*

Michael Bach macht sich an den Prototyp eines neuen Messers, formt aus einem Stück Eschenholz eine Griffschale und kontaktiert die Holzschneiderei Biele. Dort

entwickelt man eine Technologie, mit der Holz mit Acryl infiltriert wird, um die Messer gastronomietauglich zu machen. Es gelingt und Michael Bach gründet die Sknife-Manufaktur. 2016 produziert er seine ersten Schweizer Steakmesser, mit erstklassigen Klingen und einem einmaligen stabilisierten Eschen- oder Walmsholz. Der Übergang zwischen Griff und



## So entstehen die Sknife-Messer

Hierzulegt eines jeden guten Messers ist die Klinge. Diese wird bei Sknife in einer Schmiede in Oberberg im Emmental aus chirurgischstahl geschmiedet. Chirurgischstahl besteht aus Nickelstoffsäure. Kohlenstoff, was für eine hohe Härte von 58 HRC (verglichen mit japanischen Messern) und für eine vierfach höhere Korrosionsbeständigkeit sorgt. Dies ermöglicht auch den Einsatz am Meer. Die mit vier Schichten geschmiedete Klinge wird von Sknife in Itäl eingegrübt, die Walmes- oder Eschenholz-Griffschalen (auch aus dem Emmental) werden von Hand angepasst und fugenlos verklebt. Das Messer und die Griffschalen werden zusammen vorgeschliffen und in weiteren Arbeitsschritten von Hand fertig geschliffen, geölt und auf Wunsch graviert.

## Taschenmesser aus Volltamast

Neu im Programm von sknife ist ein Taschenmesser für Liebhaber. Das Besondere daran: Es wird in Handarbeit mit dem Verständnis und der Präzision eines Uhrmachers gefertigt. Es verfügt über ein Geklagel aus High-Tech-Keramik und einer herkömmlichen Stahlklinge oder einer hochwertigen Ausführung aus Damast oder Volltamast. Bei letzterer werden sowohl die Klinge, der Klingenträger als auch die Griffschalen aus korrosionsbeständigem Damaststahl produziert. Die Präzision liegt zwischen 600 Franken für ein Taschenmesser mit normaler Stahlklinge und 2000 Franken für die Messer-Variante mit Volltamast. Auf Anmeldung können Messerliebhaber dem Messerschmied in Itäl beim Perigen der sknife-Messer über die Schiller schauen.



Für 1-Sterne-Koch Franck Giovannini wurde eine eigene Messerform entwickelt.

Klinge ist flussend wie noch bei keinem Steak- oder Tafelmesser zuvor. Eine Verdickung beim Übergang sorgt dafür, dass der Zeigefinger beim Schneiden von Fleisch optimal aufliegt. Die Klinge liegt überdies frei und berührt den Teller oder Tisch nicht. Und was besonders den Service freut: Der Schwerpunkt des Messers liegt weit vorne, so dass es



«Ihnen Sknife-Messer liegen heute in den weltbesten Restaurants mit über 80 Michelin-Sternen auf», sagt Michael Bach.

beim Abräumen vom Tisch nicht auf den Boden fällt.

Starkoch Philippe Chervier von der Domaine de Châteauneuf in Genf ist Michael Bachs erster Kunde. Ihm folgt nach und nach die erste Garde der Schweizer Spitzenköche. Mittlerweile ist die Hängergalerie an der Wand der Manufaktur ein «Who is Who der Kucheltie». Franck Giovannini, für den exklusiv eine eigene Messerform entwickelt wurde, Mauro Calogreo, Grant Achast, Juan Amador, die Roca-Brüder, Viki Geunnes und Anne-Sophie Pic zählen zu den Kunden von Sknife. Anfang September produziert die Manufaktur das Zooböck Messer. Es ist unverkürzbar und hängt, befestigt auf einem naturbelassenen Stück Eschenholz, an der Wand in der Manufaktur. Das kleine Team um Chefkammer Timo Müller stellt mittlerweile nicht nur Steak- und Tafelmesser, sondern auch Gabeln und neu Taschenmesser her. Bald sollen auch Löffel dazukommen.

**Verpackung ganz ohne Kunststoff**

Michael Bach geht mit sknife den Weg der Erklärbarkeit. Konsequenz. Mittlerweile ist er in der Lage, bei den Messern die Griffbreite der Teller oder des gesamten farblichen Interieurs eines Spitzenrestaurants anzupassen. Und auch das Nachhaltigkeitsthema im Fokus: Die Messer werden in einer noblen Versandverpackung geliefert, die gänzlich ohne Kunststoff auskommt.

In Frankreich liegen seine sknife-Steakmesser mittlerweile in den wichtigsten Zwei- und Dreisternerestaurants zwischen St. Tropez und Menton auf. «Dafür waren persönliche Besuche vor Ort unabdingbar», so Michael Bach.

Auf die Frage, wie man als «No Names» einen Präsentationstermin bekommt, antwortet er: «Ich habe die Muster mit der Lasergravur des jeweiligen Restaurants oder Hotels versehen. Dann kommt dies zusammen mit dem Conciere vorbei. Die Kunst besteht darin, direkt in Kundenkontakte zu treten. Wenn man ein gutes Produkt habe, müsse man sich nicht verstecken», sagt Michael Bach. «Gelingt es, das Produkt dem Top-Chef persönlich als Erfinder vorzustellen, dann ist man drin.»

**sknife**  
swiss knife

Sknife AG  
Neuenquasser 5  
2502 Biel  
Tel. 012 522 9255  
www.sknife.com



Mehr Informationen unter [www.sknife.com](http://www.sknife.com)