

## Trainieren in China und in Montreux

Während Koch Martin Amstutz drei Wochen im «Park Hyatt» in Hangzhou übt, war Hotelkaufmann Julian Ferrante in Montreux.

In zweieinhalb Monaten gilt es ernst: Dann finden die Berufsweltmeisterschaften in Russland statt. Die Vorbereitungen laufen für die Teilnehmer auf Hochtouren. Besonders interessant dürfte es derweil für Koch Martin Amstutz sein. Ende April durfte der 21-jährige Obwaldner während zweier Tage bei Zellweger Comestibles in Staad/SG am Bodensee Fische in grösseren Mengen filetieren. In der gleichen Woche hiess es: Koffer packen. Denn nach Martina Wick – unserer Vertreterin im Bereich Restauration – reiste nun auch Martin Amstutz für ein Praktikum nach Asien, genauer nach China ins Hotel Park Hyatt in Hangzhou.

Dort arbeiten in diversen Restaurants 137 Köche. Executive Chef ist der Deutsche Daniel Leibssle, der sich in den drei Wochen um Martin Amstutz kümmert. Während der ersten Arbeitstage war der Schweizer Koch beim Frühstück und im Western Restaurant im 48. Stock tätig. «Nur wenige Köche sprechen Englisch. Deshalb probiere ich, mittels Körpersprache mit



Martin Amstutz trainiert in ganz verschiedenen Restaurants. ZVG

ihnen zu kommunizieren», so Amstutz. Während weiterer zwei Tage war er in der Event-Küche im obersten Geschoss tätig.

Derweil übte Réceptionist Julian Ferrante im Fairmont Hotel Le Montreux Palace, einem der prestigeträchtigsten und grössten Hotels der Schweiz. Ihm stellte das Hotel einen Personal Trainer zur Verfügung, der ihm die Aufgaben eines Réceptionisten in diesem Hotel zeigte. «Der Guest Relations Manager hat mir viele Tipps, Ratschläge und Ermutigungen für meine zukünftige Karriere gegeben.» Unter der Aufsicht seines Trainers übten sie zudem einige Rollenspiel-Situationen.

Zurück aus China, absolvierte Martina Wick im April die Berufsprüfung im Bereich Restauration als Vorbereitung für die World Skills. SARAH SIDLER

World Skills



Mehr Informationen unter: [www.swiss-skills.blog](http://www.swiss-skills.blog)

## Weinmarkt: Konsum von Schweizer Wein steigt

Wer auf Schweizer Wein setzt, macht alles richtig. Denn die Nachfrage danach steigt, und mit dem Jahrgang 2018 sind auch die Mengen verfügbar.

Im Jahr 2018 fiel die Weinernte mit 111 Millionen Litern um 40 Prozent höher aus als 2017. Das Weinjahr 2018 gilt als aussergewöhnlich. Nach einem schwierigen 2017 mit grossen Ernteausfällen infolge des Frosts deutete das schnelle und kräftige Wachstum der Rebe bereits früh im Jahr auf eine gute Ernte hin. Dank spätfrostfreiem Frühling und einem trockenen und heissen Sommer schritt die Reifung der Trauben so rasch voran, dass die Weinlese durchschnittlich zwei Wochen früher als sonst beginnen konnte.

Das gesunde Traubengut und der hohe Zuckergehalt lassen einen hervorragenden Jahrgang erwarten. Das schreibt das Bundesamt für Landwirtschaft in der Statistik zur Schweizer Weinwirtschaft «Das Weinjahr 2018». Aus dem Ende April präsentierten Dokument geht hervor, dass der Weinkonsum gegenüber dem Vor-

jahr erneut um 2,2 Prozent auf 243,8 Millionen Liter gesunken ist. Dies entspricht ungefähr 38 Flaschen zu 75 Zentiliter Inhalt pro Person. Das Interesse der Konsumenten an Schweizer Wein war gross und der Weinkonsum stieg um 2,5 Millionen Liter auf 89,3 Millionen Liter. Im Gegensatz dazu war ausländischer Wein mit einem Rückgang von 4,9 Prozent auf 154,5 Millionen Liter weniger beliebt.

*Konstante Rebfläche, Veränderung im Sortenspiegel*

Wie in den vergangenen Jahren hat sich die Rebfläche nur unwesentlich verändert. 2018 sank diese um 36 Hektaren (-0,2%) auf 14712 Hektaren. Die mit weissen Sorten bepflanzte Fläche stieg um 38 Hektaren auf 6361, jene der roten Sorten sank um 74 auf 8350 Hektaren.

Die Verlierer sind Pinot Noir (-85 ha), Chasselas (-61 ha) und Gamay (-53 ha). Auf der Seite der Gewinner stehen Merlot (+23 ha), Sylvaner/Johannisberg (+23 ha), Petite Arvine (+21 ha) sowie Savagnin Blanc/Heida (+32 ha). Während die Anbaufläche von Merlot im Tessin konstant blieb, hat sie in den Kantonen Wallis, Waadt und Genf zugenommen. (GAB)



Mehr Informationen und Tipps unter: [www.novanimal.ch](http://www.novanimal.ch)

## Mehr Vegi-Bestellungen dank weniger Vegi-Bezeichnungen

Vegi-Menüs sind heute auf praktisch jeder Speisekarte zu finden – sie werden jedoch oft nur selten bestellt. Ein Projekt zeigt, wie der Vegi-Anteil am Absatz erhöht werden kann.

Das Schweizer Forschungsprojekt Novanimal widmet sich der Frage, wie die negativen Auswirkungen der Produktion und des Konsums von tierischen Nahrungsmitteln reduziert werden können. Ein Teilbereich des Projekts setzt sich mit der Gastronomie auseinander. In einem dreimonatigen Feldexperiment haben die Forschenden in Zusammenarbeit mit dem Facility Management der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW und dem Gastronomieunternehmen SV Schweiz für eine Woche das vegetarische Angebot in zwei ZHAW-Mensen vergrössert. Den Gästen standen je ein ovo-lakto-vegetarisches, ein veganes und ein fleischhaltiges Menü zur Auswahl. In den Kontrollwochen gab es, wie sonst üblich, zwei Fleischmenüs und nur ein vegetarisches.

Die Resultate können sich sehen lassen: In den Vegi-lastigen Wochen ging der Anteil an bestellten Fleischmenüs von 60 auf 44

Prozent zurück, während die Zufriedenheit der Gäste gleich blieb. Viele bekamen vom Experiment gar nichts mit, da die Menüs nicht explizit als «vegetarisch» oder «vegan» angepriesen wurden – dies schreckte viele ab, so das Fazit der Forschenden.

*Nachfrage wird unterschätzt*

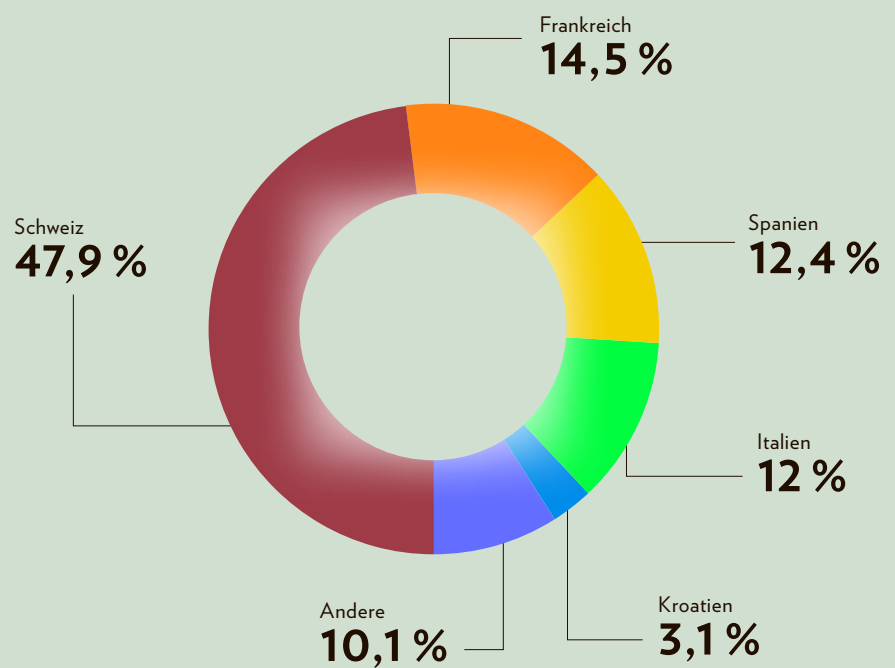
Aufgrund von Befragungen und der Analyse von Lehrmitteln kommt das Projekt zum Schluss, dass viele Köche die Nachfrage nach vege-

tarischem Essen unterschätzen. «Fleisch ist die Regel – Vegetarisches gilt bei vielen als ungeeignet für normale Gäste. Das hindert sie daran, es vermehrt und vor allem in besserer Qualität anzubieten», sagt Agrarökonomin Priska Baur, die das Projekt zusammen mit Ökonom Jürg Minsch leitet, in der ZHAW-Zeitschrift Impact. Dabei zeigt das Projekt: Die Nachfrage ist da. Vor allem, wenn fleischlose Menüs nicht in eine Ecke der Karte verbannt, sondern ganz normal ins Menü integriert werden. (AHÜ)

STATISTIK DER WOCHE

## SCHWEIZER LIEBEN DIE SCHWEIZ

Im kommenden Sommer wollen knapp 48 Prozent der Schweizer ihre Ferien in der Heimat verbringen.



Quelle: Interhome



Wer Vegi-Menüs nicht in die Vegi-Ecke stellt, verkauft mehr davon. UNSPLASH