

MARIO HUNKELER

«WIR SETZEN DAS MENÜ IN SZENE»

Die Menüs der Kochnationalmannschaft müssen nicht nur gut schmecken, sondern auch schön präsentiert werden. Mario Hunkeler, CEO von Gastroimpuls, kennt die Trends genau.

HGZ: **Herr Hunkeler, im neuesten Firmenvideo von Gastroimpuls sind Sie als «Gastronaut» im Astronautenanzug unterwegs. Wie passt das zu Ihrem Angebot im Bereich Hotel- und Gastronomiebedarf?**

MARIO HUNKELER: Wir wollen einzigartig sein und uns abheben. Der «Gastronaut» steht auch dafür, dass wir es in den vergangenen Jahren geschafft haben, eine Markenwelt mit Wiedererkennungswert zu erschaffen. Gleichzeitig wollen wir aber nicht nach den Sternen greifen, sondern «einfach gut» sein. Der Clip kommt übrigens sehr gut an – wir lieben es, die Kundschaft zu überraschen.

War es schon immer Ihr Traum, einmal als «Gastronaut» Hotel- und Gastronomiebedarf zu verkaufen?

Eigentlich nicht, obwohl Gastroimpuls ein Familienunternehmen ist. Ich arbeitete zuvor bei einer Bank und kam spontan ohne Absicht als Helfer an der Igeho zum Einsatz. Zum ersten Mal verkaufte ich etwas, das man anfassen konnte. Das war pure Emotion. Ich spürte meine und die Freude der Kunden an den Produkten – da hatte es mich gepackt.



Ich kündigte meine damalige Tätigkeit und trat ins Familienunternehmen ein.

Sie unterstützen seit vielen Jahren die Kochnationalmannschaften als Ausrüster. Wieso liegt Ihnen dieses Sponsoring am Herzen?

Es ist wichtig für diesen Berufsstand, Botschafter zu haben. Die Teammitglieder leisten viel und opfern fast ihre gesamte Freizeit, um Spitzenresultate erzielen zu können. Dieses überdurchschnittliche Engagement wollen wir mit unserer Unterstützung wertschätzen. Die Nähe zur Küche ist uns zudem wichtig, da sich die Entscheidungskompetenzen in Gastrobetrieben verändert haben. Früher entschied der Geschäftsführer, welches Porzellan angeschafft wird. Heute wird das Table Top vom Küchen-Team ausgesucht – mit der Erkenntnis, dass die Küche beflügelt wird und mit Kreativität überzeugt.

Wie wichtig ist der Bereich Table Top für die Kochnationalmannschaften?

Das Kochen steht natürlich immer im Vordergrund. Trotzdem ist es auch wichtig, wie das Essen am Ende präsentiert wird. Hier können wir einen Beitrag leisten, damit die Arbeit des Teams im besten Licht gezeigt wird.

Wie wird die Auswahl des Porzellans für Wettbewerbe wie die Olympiade oder die Weltmeisterschaft getroffen?

Die Teammitglieder kommen zu uns in den Showroom in Luzern. Das ist wichtig, damit sie die Vielfalt und die Möglichkeiten sehen. Für uns ist es immer wieder interessant zu erfahren, mit welchen Ideen sie zu uns kommen. Sie sind neugierig, entdecken auf ihren Reisen und Zwischenstationen viel und haben oft ganz genaue



Verkauft lieber Geschirr als Aktien: Mario Hunkeler, CEO Gastroimpuls. ZVG

Vorstellungen von dem, was sie sich wünschen.

Lassen sich diese Vorstellungen immer realisieren?

Manchmal ist es nicht ganz einfach. Zum Beispiel, wenn sie sich individuell getöpferte Einzelteile wünschen. Wir sind jedoch immer unterstützend da und versuchen, gemeinsam eine Lösung zu finden. Letztlich müssen wir auch entscheiden, auf welchen Trend wir setzen. Der internationale Markt tickt oft etwas anders als der heimische. Das muss bei Wettbewerben mitbedacht werden.

Inwiefern unterscheidet sich das Porzellan der Kochnationalmannschaft vom Porzellan in einem Gastronomiebetrieb?

Der grösste Unterschied ist das Handling. Die Kochnationalmannschaften haben hier viel mehr Freiheiten als hoch fre-

quentierte Gastronomiebetriebe, die oft viele Mahlzeiten in kurzer Zeit auf den Tisch bringen müssen. Hier versucht man, die Abläufe so gut wie möglich zu optimieren und Platz zu sparen – die Kochnationalmannschaften sind in diesem Punkt weniger eingeschränkt.

Woher holen Sie sich die Inspirationen für Ihr Sortiment?

Von internationalen Messen, Reisen, aus Magazinen und nicht zu vergessen aus den Gesprächen mit den Kunden, die mit verschiedenen Wünschen an uns herantreten. Unsere Exklusivpartner wie Figgjo oder Steelite sind extrem innovativ und werden daher auf dem Markt der Porzellanherstellung gerne nachgebildet.

Was sind aktuelle Trends im Bereich Table Top?

Aktuell sind Designs mit Handarbeitscharakter sehr gefragt. Möglichst jeder einzelne Teller soll ein Unikat sein. Man bestückt vielleicht nicht den gesamten Betrieb in dieser Art, sondern setzt gerne auf einzelne Akzente, indem man beispielsweise gewisse Gänge auf getöpferte Ware, zum Beispiel von Serax, präsentiert. Vor vielen Jahren entschied man sich für Teller und Tassen mit einheitlichem Dekor, dies hat sich heute gewandelt. Man ist viel freier und dadurch kreativer. Der Vorteil ist, man kann sich so auch mit kleinem Budget immer wieder neu erfinden und akzentuiert den Gast überraschen.

Wie wichtig ist Ihnen zuhause ein schön gedeckter Tisch?

Das ist mir sehr wichtig, sonst wäre ich vermutlich im falschen Beruf. Wir wechseln unser Porzellan sehr oft oder setzen mit neuen coolen Formen und Farben neue Akzente ins Bestehende. Für uns ist das eine gute Möglichkeit, zu experimentieren, kombinieren und querzudenken. Aktuell erfreuen wir uns zuhause an unserem schönen eigensignierten New-Bone-China-Porzellan, welches formschön leicht und durchscheinend gefertigt ist. INTERVIEW ANGELA HÜPPI

Gastroimpuls – Hunkeler Gastro AG

Gastroimpuls versteht sich seit 1946 als Impulsgeber und Partner für den Hotel- und Gastronomiebedarf. Besonderen Wert legt das Unternehmen mit einem umfassenden Angebot an Eigenprodukten und internationalen Marken auf die Bereiche Innovation und Verarbeitung. Gastroimpuls bietet Kunden vor Ort oder im Showroom in Luzern eine individuelle und persönliche Beratung – von der Papierserviette bis zum Table Top. Bequem bestellen kann man unter anderem im Webshop. Dank der hohen Lagerverfügbarkeit sind auch kurzfristige Termine realisierbar. www.gastroimpuls.ch

Sponsoren der beiden Schweizer Kochnationalmannschaften:

Hauptsponsoren: SWICA Gesundheitsorganisation

Co-Sponsor: G. Bianchi AG

Ausrüster: Bragard Suisse, Electrolux Professional, Gastroimpuls, KAI

Partner der Schweizer Kochnationalmannschaft: CCA Angehrn, Pacojet, Hero, Scana, Uncle Ben's

Partner der Schweizer Junioren-Kochnationalmannschaft: Boiron, Brunner-Anliker, Emmi Food Service, HUG AG, Prodega/Growa/Transgourmet, Wiberg

ANZEIGE

Wir fördern den Stellenwert unserer Berufe.
 www.hotelgastrounion.ch/skv

Herzlichen Dank

An die Ausrüster der Schweizer Kochnationalmannschaft und der Schweizer Junioren-Kochnationalmannschaft.

HOTEL & GASTRO  
SEIT 1886 SCHWEIZER KOCHVERBAND

BRAGARD
Be your best

 **Electrolux**

**GASTRO
IMPULS** 
Hunkeler Gastro AG


kaimesser.ch