

# ROMAN OKLE

## «DAS TEAM IST FÜR UNS VIEL MEHR ALS EIN WERBETRÄGER»

Früher war Roman Okle selbst in der Kochnationalmannschaft. Heute unterstützt er als Sponsor und Leiter Emmi Food Service die Junioren-Kochnati – und bringt sie auch mal zum Tanzen.

**HGZ: Roman Okle, wieso liegt Emmi Food Service die Unterstützung der Schweizer Junioren-Kochnationalmannschaft besonders am Herzen?**

ROMAN OKLE: Wir wollen den Nachwuchs fördern und etwas für die Branche tun. Schliesslich brauchen wir gute Köche, die unsere Produkte in der Küche auch optimal einsetzen können. Speziell an dieser Partnerschaft ist sicher, dass wir zur Mannschaft eine sehr enge Beziehung haben. Wir kennen uns alle persönlich, und unsere Mitarbeitenden werden auch mal an einem Anlass vom Team bekokocht. Erst kürzlich haben wir mit den Junioren spontan einen Rap gefilmt.

### Einen Rap?

Genau. Anfang Jahr haben wir ein neues Produkt auf den Markt gebracht und einen Rap dazu schreiben lassen. Die Junioren haben diesen dann nach einem Fotoshooting ganz spontan, ohne Vorbereitung, mit den Produkten vor der Kamera inszeniert. So unkompliziert geht das nur dank einer guten Zusammenarbeit. Dadurch, dass wir alle aus der Gastronomie kommen, wissen wir gleich, was wir

voneinander möchten. Den Rap findet man übrigens im Netz – auf unserer Webseite, auf Youtube und Facebook.

### Beim Sponsoring der Junioren-Kochnationalmannschaft geht es also nicht nur um Werbeträger?

Nein, wichtig sind für uns auch das Netzwerk, die Anerkennung unseres Engagements für die Branche und das Fachwissen. Es ist natürlich ein Vorteil, wenn man neue Produkte erst einmal der Junioren-Kochnationalmannschaft zum Ausprobieren geben und ihre Inputs aufnehmen kann. Mit diesem Sponsoring sind wir viel näher an der Branche als mit landesweiten Werbekampagnen.

### Sie waren von 2013 bis 2015 selbst Teamcaptain der Kochnationalmannschaft. Wie haben Sie diese Zeit erlebt?

Das war eine extrem fokussierte Zeit. Man hat im Team gemeinsam auf ein Ziel hingearbeitet und es herrschte ein grosser Teamgeist. Und man war nie fertig (lacht). Die Ideen konnten immer noch weiter perfektioniert werden.

### Was haben Sie aus Ihrer Zeit im Team mitgenommen?

Ich habe sehr viel gelernt. Nicht nur Fachwissen, sondern auch über mich selbst. Und ich habe Köche auf der ganzen Welt kennengelernt. Wenn ich heute nach Singapur fliegen möchte und eine Übernachtungsgelegenheit brauche, muss ich nur ein Telefonat machen und kann losfliegen. Dazu kommt, dass man sich als Kochnationalmannschaft mit den Besten der Besten auf der ganzen Welt misst. Das inspiriert, und man ist immer am Puls der Zeit. Das ist für mich auch jetzt als Sponsor noch sehr wichtig. Ohne das Engagement für die Juni-



Roman Okle, Leiter Emmi Food Service.

ZVG

oren würden wir die Trends zwar auch mitkriegen – aber wahrscheinlich zu spät, um rechtzeitig reagieren zu können.

### Wieso braucht die Schweiz Ihrer Meinung nach eine Kochnationalmannschaft?

Einerseits sind die Teams Botschafter unseres Landes und spielen für den Tourismus eine Rolle. Für mich viel wichtiger aber ist, dass sie Botschafter sind für junge Menschen in der Schweiz, die sich gerade in der Berufswahl befinden. Als ich mich für den Kochberuf entschied, war für mich klar, es eines Tages in die Kochnationalmannschaft zu schaffen. Die Teams können für die Branche wirklich etwas zu bewegen. So gehen sie zum Beispiel in die Berufsschulen, um sich und ihre Arbeit vorzustellen. Vielleicht könnte man hier sogar noch früher anset-

zen, damit mehr Junge den Kochberuf ergreifen. Das ist auch meine Erwartung als Sponsor: Ich möchte nicht nur die Teams unterstützen, sondern etwas für die Branche insgesamt tun.

### Sie waren selbst lange Küchenchef, zuletzt im Hotel Seepark in Thun. Was haben Sie Ihren Mitarbeitern mitgegeben?

Das Wichtigste für mich ist Respekt, Anerkennung und Leistungsbereitschaft innerhalb des Teams. Fachwissen kann jeder lernen, aber diese Grundvoraussetzungen sollten da sein, um erfolgreich zu sein.

### Derzeit laufen die Vorbereitungen für die Weltmeisterschaften in Luxemburg auf Hochtouren. Was trauen Sie den Junioren zu?

Ich sehe sie unter den ersten Drei –

ohne Druck aufbauen zu wollen. Ich glaube, sie können sich eigentlich nur selbst schlagen. Und natürlich braucht es auch das nötige Quäntchen Glück. Bei einem 100-Meter-Lauf kann man die Zeit stoppen, aber Geschmack ist etwas Persönliches. Manchmal ist man auch einfach zu früh mit einer Idee und kann die Jury nicht überzeugen.

«Als Sponsor wollen wir die ganze Branche unterstützen, nicht nur das Team.»

### Sie selbst stehen heute nicht mehr professionell in der Küche – welchen Stellenwert hat das Kochen für Sie noch?

Das Kochen ist mir nach wie vor sehr wichtig. Ich mache keine Büchse auf, sondern koche immer frisch. Ich fühle mich auch immer noch mit Leib und Seele als Koch und Gastronom, obwohl ich nicht mehr in einem Restaurant arbeite.

### Und was kochen Sie zuhause?

Morgens gibt es immer drei Spiegeleier (lacht). Ich koche ganz simpel und am besten alles aus einer Pfanne. Mein Ziel ist es, so wenig wie möglich abwaschen zu müssen. INTERVIEW ANGELA HÜPPI

### Emmi Food Service

Emmi Food Service entwickelt neue und hochwertige Molkereiprodukte für die Gastronomie. Zudem bietet Emmi Beratung und Verkaufunterstützung von Emmi-Glace, Unterstützung bei der Erarbeitung von Gastronomiekonzepten, professionelle Anwendungs- und Ernährungstipps sowie von Spezialisten geleitete themenbezogene Workshops an. [www.emmi-food-service.ch](http://www.emmi-food-service.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](http://www.hotelgastrounion.ch/skv)

## Herzlichen Dank

Für die Unterstützung der Schweizer Junioren-Kochnationalmannschaft.

HOTEL & GASTRO **union** **skv**  
seit 1886 SCHWEIZER KOCHVERBAND

Hauptsponsor



Co-Sponsor



Ausrüster

**BRAGARD**  
Be your best

**Electrolux**

**GASTRO IMPULS**  
Hunkeler Gastro AG

**KAIMESSER**  
kaimesser.ch

Partner der Schweizer Junioren-Kochnationalmannschaft

**les vergers boiron**

**BRUNNER ANLIKERO**  
swiss made

**Emmi FOOD SERVICE**

**HUG**

**PRODEGA GROWA TRANSGOURMET**

**WIBERG**