

URS ZÜTTEL

«IMAGEPFLEGE IST ZWEITRANGIG!»

«Es geht uns um die Sache», sagt Hero-Verkaufsleiter Urs Züttel. Deshalb unterstützt er mit ganzem Herzen die Kochkunst und die Nationalmannschaft. Und trotzdem sieht er manche Dinge kritisch.

HGZ: **Urs Züttel, als gelernter Koch schauen Sie sicher gern den Kochnati-Mitgliedern über die Schulter. Was beeindruckt Sie besonders?**

URS ZÜTTEL: Ich konnte bereits beim ersten Testlauf im Kongresshotel Seedamm Plaza in Pfäffikon/SZ mit dabei sein und mir fiel die ruhige Arbeitsweise der Mannschaft auf. Jedes Teammitglied hat eine bestimmte Aufgabe und muss gleichzeitig aber auch fürs Ganze mitschauen und unterstützen. Ein gutes Teamwork ist hier einer der Schlüssel zum Erfolg. Es ist sicher eine junge Kochnati, welche sich als Team finden muss.

HGZ: **Sie haben den ersten Probelauf angesprochen, Ihr Eindruck vom ersten Kochen?** Das Team hat für mich grundsätzlich einen guten Eindruck hinterlassen. Bei den Gerichten ist sicher noch Luft nach oben. Da ist nicht alles optimal gelungen. Die Zeit bis zur WM 2018 muss noch optimal genutzt und die Schritte konsequent angegangen werden, damit es am Schluss positiv für alle herauskommt.

Da spricht einer, der etwas vom Business versteht. Stimmt es, dass Sie selbst aktiv an Kochwettbewerben teilgenommen haben?

Ja, ich habe in meiner aktiven Kochlaufbahn an einigen Wettbe-

werben teilgenommen. Angefangen hat es während der Lehre, da wurden ich durch meinen Berufsschullehrer Armin Fuchs und meinen Lehrmeister Beat Schläppi motiviert, am Lehrlingswettbewerb der Berufsschule teilzunehmen. Auch als Jungkoch habe ich noch an einigen Wettbewerben teilgenommen. Eines der Highlights war für mich sicher die Ausscheidung zur Berufsolympiade, leider hat es damals nicht ganz gelangt.

Sie wissen also, was es heisst, unter enormem Druck das Beste zu geben?

Ja, sicher, das Beste müssen wir in der Gastronomie für unsere Gäste tagtäglich geben, und wenn am Schluss noch eine Medaille herauschaut oder begeisterte Gäste vor uns stehen, sind wir als Berufsleute glücklich und sehr zufrieden.

Hero ist seit fünf Jahren Partner der Kochnati. Wie ist die Zusammenarbeit eigentlich zustande gekommen?

Hero ist Gründungsmitglied und Hauptsponsor der Aargauer Kochgilde (AKG). Die AKG feiert übrigens in 2019 ihr 30-Jahr-Jubiläum und wird ein grosses Fest veranstalten. Durch das Engagement beim regionalen Kochteam wollten wir das AKG-Team, das sich vor Jahren als Nati qualifizierte, auch als Schweizer Aushängeschild unterstützen. Wir wollten sozusagen die Lorbeeren für unsere langjährige Unterstützung ernten. Als international tätige Firma ist die Marke Hero auch ein guter Werbeträger für uns. Hero hat die Kochkunst schon immer unterstützt, ist dies doch auch wichtig für guten Nachwuchs in unseren Hotel- und Gastronomieküchen. Daher engagieren wir uns auch seit über zehn Jahren als Preissponsor des Lehr-



Urs Züttel war einst selbst aktiver Kochkünstler. Heute ist er Leiter Verkauf bei Hero in Lenzburg.

ZVG

lingswettbewerbs «gusto», eine sehr gute Sache. Auch in den anderen Kochvereinigungen und Verbänden sind wir aktiv.

«Ob das neue Nationalmannschaftskonzept gut ist, wird sich sicher noch beweisen müssen.»

Geht es Ihnen beim Sponsoring nicht in erster Linie um Imagepflege?

In erster Linie geht es um die Unterstützung einer guten Sache und initiativer Personen. Die Imagepflege ist zweitrangig. Bei einem Engagement müssen beide Seiten profitieren können, alles andere funktioniert nicht und ist nur kurzfristig. Unsere ausgesuchten Sponsoring-Aktivitäten sind stark auch an Persönlichkeiten und Ideen gebunden, welche für uns unterstützungswürdig

sind. Es macht Spass, mit den verantwortlichen Leuten zusammenzuarbeiten.

Nun hat der Kochverband bei den Nati-Teams einiges verändert. Statt wie früher eine Regionalequipe nachzuziehen, sucht man heute gezielt Talente. Ist das aus Ihrer Sicht ein gutes Konzept?

Das wird sich sicher noch beweisen müssen! Wie konstant ist ein neu zusammengewürfeltes Team? Gibt es Spannungen, wie geht man mit Niederlagen oder Krisen um? Für eine internationale Profilierung ist die neue Organisation der Nationalmannschaft sicher gut. Um vorne dabei zu sein, benötigt es Profis, die sich auf die eine Sache fokussieren können.

Aber aus Sicht der regionalen Vereine und Teams ...

... ist dies eine heikle Situation, denn die guten Teammitglieder werden in die Nati berufen, und in den Regionalteams fehlen wieder wichtige Stützen. Als Vorstandsmitglied der Aargauer Kochgilde

sehen wir immer grössere Herausforderungen, ein gutes Team zusammenzustellen und zu guter Letzt der Nati den Nachwuchs zu sichern.

Bleiben wir bei den Herausforderungen. Wie meistern Sie die derzeit sicher schwierige Aufgabe, für Hero Rohstoffe zu beschaffen?

Als Unternehmen, das Früchte und Gemüse verarbeitet, sind wir jedes Jahr Situationen ausgeliefert, welche die Verfügbarkeit und den Bedarf von Rohstoffen, aber auch die Währungsthematik betreffen. Das heisst, die saisonalen Ernteschwankungen spielen eine grosse Rolle. Nach aktuell schlechten Ernten bei einigen Früchten sind die Herausforderungen gross, den Bedarf ausreichend zu sichern.

Hero meistert das, oder?

Keine Frage. Ein erfahrenes Einkaufsteam und unsere grosse internationale Vernetzung werden uns helfen, grössere Ausfälle zu verhindern. *INTERVIEW JÖRG RUPPELT*

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.
f www.hotelgastrounion.ch/skv

Herzlichen Dank

Für die Unterstützung
der Schweizer Kochnationalmannschaft.

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

Hauptsponsor



Co-Sponsor



Ausrüster



Partner der Schweizer Kochnationalmannschaft

