

# KOMIKERDUO LAPSUS

## «WIR SIND EHER CERVELATS»

Seit es 2007 mit dem Zirkus Knie auf Tournee ging, kennt die ganze Schweiz Lapsus. Am 18. November führt das Komikerduo in seinen Rollen als Theo Hitzig und Bruno Gschwind durch die «Nacht der Gastronomen».

HGZ: **Worauf dürfen sich die Gäste der Nacht der Gastronomen bei Ihrem Auftritt freuen?**

LAPSUS: Auf ein Querbeet-Best-of-Programm. Natürlich mit Bezug auf den Anlass.

**An diesem Abend wird der Gastrostern 2019 gekürt. Sie werden also nicht die einzigen Stars sein.**

Wir sehen uns eher als Cervelats, denn als Stars. Das passt doch ganz gut zur Gastronomie.

**Womit kann man Ihnen bei einem Hotel- oder Restaurantbesuch ein Lächeln auf die Lippen zaubern?**

Mit freundlichen Mitarbeitenden, die nicht immer perfekt sind, aber Charme und Witz haben.

**Lapsus bedeutet Fehltritt.**

**Welcher Lapsus hat Sie zum herzhaften Lachen gebracht?**

Wir traten an einer Gala auf. Am gleichen Anlass war ein Musiker. Dieser war nur auf den Wein aus und motzte über das Essen, das ihm zu fad war. Er zog kurzerhand sein Aromat heraus. Er habe das immer dabei, weil jedes Essen ohne Aromat ungeniessbar sei. Sein künstlerischer Beitrag war auch ungeniessbar. Leider gab es dafür kein Aromat.

**«Unsere Starallüren? Rivella rot und extrem verdünnte Shorley.»**

LAPSUS

**Haben Sie einen persönlichen Bezug zum Gastgewerbe?**

Christian hat während der Dimitrischule in einem Hotel den Abwasch gemacht.

**Gibt es in einem Ihrer Programme eine Gastronomieszene?**

Wir hatten mal ein Stück, das «Wurst» hiess. Da grillierten wir auf der Bühne und erzählten als Wilhelm Tell, Walterli und Helvetia viele billige Witze.

**Achten Sie vor den Auftritten auf eine spezielle Ernährung?**

Meistens nicht, aber wir verzichten auf Alkohol vor dem Spielen. Da hatten wir schon schräge Erfahrungen. Zwei Glas Rotwein und das Timing geht den Bach runter. Und eine Laufbandnummer mit Tempo 18 mph ist alkoholisiert nicht gesundheitsfördernd.

**Künstler haben an Hotels oft ausgefallene Sonderwünsche. Wie ist das bei Ihnen?**

Wir brauchen Rivella rot und extrem verdünnte Shorley.

**Viele Leute aus dem Showbusiness eröffnen einen Gastronomiebetrieb. Wie ist das bei Ihnen?**

Christian ist an einem Kulturlokal mit Bistro beteiligt, dem Gleis 21 in Dietikon/ZH. Kultur ist ein Fass ohne Boden, das wussten wir bereits vor dem Kulturlokal.

**Gastgewerbler und Künstler lösen bei ihrem Publikum Emotionen aus und entführen es für kurze Zeit aus dem Alltag. Sehen Sie noch weitere Gemeinsamkeiten?**

Beide müssen gute Unterhalter sein und die Menschen spüren. Sie müssen detailversessen sein, gerne Überstunden machen, und das geht nur mit Leidenschaft für das, was man tut.

**Wenn Sie privat Gästen haben,**



Mehr Informationen unter:  
[www.nacht-der-gastronomen.ch](http://www.nacht-der-gastronomen.ch)  
[www.lapsus.ch](http://www.lapsus.ch)



Christian Höhener und Peter Winkler haben sich an der Dimitrischule kennengelernt. Ihre Paraderollen sind die Figuren Bruno Gschwind und Theo Hitzig. ZVG

**kochen Sie selber?**

Ja, wir kochen selber. Aber am meisten Spass macht es, wenn man zusammen kocht und tratscht. Wir hatten schon Feste, da lagen nur die Zutaten rum und alle mussten anpacken. Gemüse rüsten und mitkochen. Bei 30 Gästen hingen halt einige nur an der Flasche, aber das Feedback war grossartig.

**Was ist Ihr nächstes künstlerisches Projekt?**

Alle Jahre wieder: Die Moderation vom Arosa Humorfestival.

INTERVIEW RICCARDA FREI

### Nacht der Gastronomen

Am Montag, 18. November, finden im Rahmen der Igeho in Basel die «Nacht der Gastronomen» und die Verleihung des «Gastrosterns 2019» statt. Der Branchenanlass ist exklusiv für Mitglieder der Hotel & Gastro Union. Sie können gratis teilnehmen. Die Gästezahl ist begrenzt, daher rasch anmelden.

[www.nacht-der-gastronomen.ch](http://www.nacht-der-gastronomen.ch)

# ALEXANDER CURIGER

## «EINTAUCHEN IN DIE WELT DER DRINKS»

Wer im Barbereich tätig ist, findet innerhalb der Igeho in Basel eine Fachmesse, in der nicht nur die neuesten Spirituosen vorgestellt werden.

HGZ: **Alexander Curiger, wie sind Sie auf die Idee gekommen, eine Fachmesse für Bar- und Spirituosenfans auf die Beine zu stellen?**

ALEXANDER CURIGER: Während es im Ausland bereits zahlreiche B2B-Messen in der Spirituosenbranche gibt, hat sich in der Schweiz diesbezüglich wenig getan in den letzten Jahren. Deshalb entschied ich mich dazu, die «DRINKaffAIR» zu starten und so einen Ort zu schaffen, wo sich sämtliche Fachpersonen aus der Branche zum Netzwerken versammeln können. Es erscheint mir wichtig, dass der Kontakt zu den Brennmeistern und Brand-Ambassadoren gefördert wird und man die Personen hinter den Produkten kennenlernen. Und auch, dass bestehendes Wissen weitergegeben wird. Wir haben heraus-

ragende Persönlichkeiten in unserer Branche.

**Was steckt genau hinter dem Namen «DRINKaffAIR»?**

Der Name ist eine Mischung aus unserer Plattform drink.ch und «Fair», englisch für Messe. Mit dem Zusatz «af», also «affair», eng-



Alexander Curiger ist Inhaber der Silverbogen AG, Betreiber der Onlineplattform drink.ch. und Gründer der «DRINKaffAIR».

lich für Leidenschaft, wollten wir zudem die Leidenschaft für die Produkte ausdrücken. Wir haben viele engagierte Personen in unserer Branche, die mit Leidenschaft ihre Produkte herstellen, verkaufen oder kreativ in Cocktails einsetzen, diesen soll mit «affair» Rechnung getragen werden.

**2018 und in diesem Frühjahr fanden die ersten Messen statt. Wie war das Echo?**

Grundsätzlich ist es bei Messen so: Wer viel Geld investiert, hat

Medienpartner  
**Igeho**



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

eine grössere Standfläche und hebt sich mehr von den übrigen Ausstellern ab. Für mich war es aber wichtig, dass auch kleinere Marken und Newcomer die gleichen Chancen haben. Ich setzte deshalb auf ein einheitliches Erscheinungsbild. Die eigens für die «DRINKaffAIR» konzipierten Stände mit den Holzboxen unterschieden sich so einzig durch die Produkte und Personen hinter den Tresen. Dies stiess im Vorfeld zwar auf Kritik, sorgte letztlich aber durchweg für positives Feedback. Nicht zuletzt auch, weil dadurch ein familiäres Ambiente entstand, in dem der Austausch ungestört stattfinden konnte.

**Sie wechseln mit der Messe an die Igeho nach Basel, warum?**

Die ersten beiden Messen veranstalteten wir in der Eventhalle unseres Logistikcenters in Glatt-

brugg/ZH. Dort gab es genügend Platz, wir waren verkehrs- und logistisch gut erschlossen, und das Ambiente mit dem Industrie-Flair verlieh der Messe einen besonderen Charakter. Nun mussten wir die Eventhalle aber zu Lagerfläche umnutzen und waren so gezwungen, ein neues Umfeld für die «DRINKaffAIR» zu suchen. Mit der Igeho haben wir nicht nur den idealen Standort, sondern auch einen idealen Partner gefunden, und ich denke, dass unsere Messe als separater Fachbereich für Spirituosen die Igeho perfekt ergänzen wird.

**Was dürfen die Igeho-Besucher an Ihrer Fachmesse erwarten?**

Sie tauchen in eine Themenwelt ein, die sich ganz den Spirituosen sowie Cocktails widmet und sich auch optisch abheben wird. Neben spannenden Newcomern und

etablierten Brands werden auch zahlreiche Brand-Ambassadoren sowie andere Branchenprofis vor Ort sein. Dazu kommt ein spannendes Rahmenprogramm mit diversen Masterclasses. Ein weiterer Höhepunkt ist zudem sicherlich unsere Cocktailbar. Da unsere «DRINKaffAIR» am Abend eine Stunde länger geöffnet hat als die Igeho, lädt diese dazu ein, den Messetag in Basel bei einem gemütlichen Feierabenddrink ausklingen zu lassen.

**«Mir ist es wichtig, dass der Kontakt zu Brennmeistern und Brand-Ambassadoren gefördert wird.»**

**Welche Trends sehen Sie in der Barszene und in der Spirituosenbranche?**

Wir erleben einen Unterschied zu dem, worüber in der Branche gesprochen wird, und dem, was wir an Bestellungen und Umsätzen auf drink.ch sehen. Lokal ist die Rede von einem Trend im Bereich Wermut und Mezcal, was sich aber nicht in unserem Verkaufsvolumen widerspiegelt. International hingegen reden Profis aktuell sehr viel über Rum, doch auch dieser Trend ist noch nicht bei uns angekommen. Wir erleben nach wie vor den Gin als die am stärksten wachsende Kategorie, obwohl man von Profis immer wieder hört, dass der Gin-Trend vorbei sei.

INTERVIEW JÖRG RUPPELT



Die Halle 1.0 Süd ist während der Igeho Treffpunkt für alle Bar-Fans. Einen Eindruck vermittelt das Video auf unserer App HG+.

ZVG