

Kompetenz in Tafelkultur und Gastronomiebedarf

Emil Schreyger



Mario Hunkeler, Bruno Hunkeler und Mark Buchecker.

Hunkeler Gastro AG mit den Marken Buchecker und Grüter-Suter Gastro ist ein erfolgreiches Kompetenzzentrum rund um die Esskultur. Viele Hoteliers und Gastronomen setzen auf Qualität und Erfahrung. Über Angebote und Trends im Bereich des gedeckten Tisches sprach das Schweizer Hotel-Journal mit Bruno Hunkeler und Mark Buchecker.

Hunkeler Gastro ist führend im Hotelbedarf. Warum hat Ihre Firma noch die Marken Buchecker und Grüter Suter Gastro übernommen?

Bruno Hunkeler: «Als Familienunternehmen und Zulieferer der schweizerischen Hotellerie und Gastronomie sind wir dem internationalen Wettbewerb ausgesetzt. Die Informationstechnologie hat zu einer sehr hohen Transparenz geführt. Zudem herrscht in der Schweiz ein Verdrängungswettbewerb, da

der Markt nicht wächst, sondern in Bezug auf die Anzahl Kunden schrumpft. Wir müssen also weiterhin konkurrenzfähig sein, damit wir auch in Zukunft erfolgreich sind.»

Mark Buchecker: «Es findet im Absatzmarkt ein Konzentrationsprozess statt. Auch macht es wenig Sinn, wenn drei Anbieter auf engstem Raum den Kunden in etwa das Gleiche anbieten. Heute braucht es eine gewisse Grösse, um kostengünstig international einkaufen sowie preiswert Produkte

anbieten zu können. Der Kunde will zudem je länger, je mehr einen Partner, der ihm vom Zahnstocher bis zur Silbergabel alles zuverlässig, in hoher Qualität und zu fairen Preisen, liefert. Das Zusammengehen von Hunkeler, Buchecker und Grüter-Suter Gastro – drei traditionsreiche Luzerner Familienunternehmen – ermöglicht es, Synergien bei der Beschaffung, beim Verkauf, in der Logistik und bei der Administration zu erzielen.»

Bruno Hunkeler: «Mit dem Kauf der Marken Buchecker und Grüter-Suter Gastro kann die Hunkeler Gastro zudem ihren Marktanteil bei den Vier- und Fünfsternehotels, in der gehobenen Gastronomie und in der Systemgastronomie ausbauen sowie im Küchenbe-



Einer der schönsten Showrooms der Branche.



Schönes auf über 500 m² im Showroom in Luzern.



Das Porzellan «Organics» von Steelite International – Europas grösstem Hersteller von Hotelporzellan – umfasst eine Vielzahl von asymmetrischen und organischen Schüsseln, Tellern und Platten.

reich die Anbieterkompetenz weiter verstärken. Die drei Namen werden weiterhin als eigenständige Marken auftreten.»

Ihre Firma weist ein sehr breites Sortiment von rund 18 500 Artikeln auf. Wie sieht die Gliederung Ihrer Produktgruppen aus?

Mark Buchecker: «Unser Sortiment ist folgendermassen gegliedert: Papierwaren/ Textilien, Table Top (Porzellan, Glas, Besteck), Serviceartikel, Buffet- und Barartikel, Kücheninventar, Transport und Lagerung, Hygieneartikel, Gartenartikel und Hauswirtschaftsartikel für die Hotellerie.»

Bruno Hunkeler: «Die meisten Produkte sind im 386-seitigen Katalog enthalten, welcher als Blätterkatalog auch elektronisch im Internet für jedermann zugänglich ist.»

Ihre Firma ist für den gedeckten Tisch spezialisiert. Wie orientieren Sie sich auf diesem Gebiet?

Bruno Hunkeler: «Wir besuchen die wichtigen internationalen Messen und reisen sehr viel, um zu beobachten, welche Trends sich im Bereich des gedeckten Tisches anbahnen. Auch pflegen wir einen engen Kontakt mit unseren Lieferanten und geben ihnen Inputs. Ebenfalls entwerfen wir selber Produkte, die wir herstellen lassen und unseren Kunden anbieten.»

Wieweit gehen Sie auf die Bedürfnisse Ihrer Kunden ein?

Bruno Hunkeler: «Es ist unsere Stärke: Wenn ein Kunde ein Problem oder ein



Angesagt sind schlichte Gläser, die in der Form einfach und stilvoll sind.

Bedürfnis hat, suchen wir eine Lösung für ihn. Unsere Produkte sind unsere Visitenkarten, die die Kunden sehen und dann auch bei uns kaufen. Auch mit den Küchenchefs pflegen wir enge Kontakte, um zu erfahren, ob unsere Produkte beim Gebrauch optimal eingesetzt werden können.»

Welche Kriterien sind für Sie ausschlaggebend, dass Sie ein Produkt in Ihr Sortiment aufnehmen?

Mark Buchecker: «Für uns stehen Qualität, Originalität, Design und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis im Vordergrund. Wenn wir ein Produkt finden, welches eine Funk-

tion besser erfüllen kann oder noch preisgünstiger ist als das Vorgängerprodukt, dann hat es Chancen, in unser Sortiment aufgenommen zu werden.»

Bruno Hunkeler: «In den letzten Jahren hat Hunkeler Gastro AG im Bereich Table Top mit der Porzellanmarke RAK wie auch mit der Eigenmarke Premio im Besteckbereich sehr erfolgreich gearbeitet. Neu können wir jetzt mit den Porzellanmarken Figgjo und Steelite sowie mit der Besteckmarke Broggi im Bereich Table Top noch mehr bieten. Die drei Porzellanmarken Figgjo, RAK und Steelite bieten eine 5-Jahres-Kantenbruchgarantie für ihre Produkte an.»



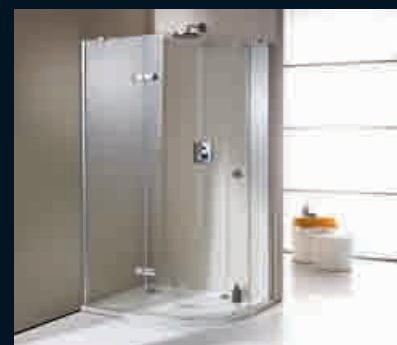
Dekorative Teller bringen die Speisen optimal zur Geltung.

Shower Solutions

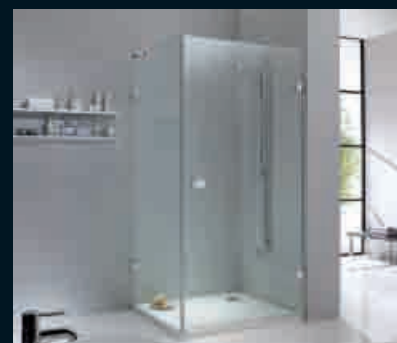
Begeistert in Technik und Design



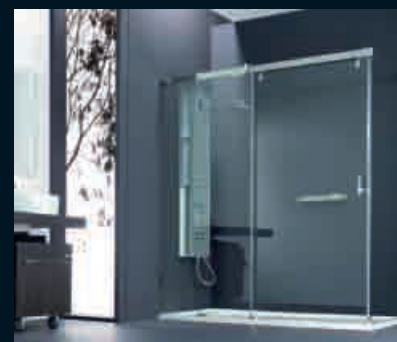
HÜPPE Refresh



HÜPPE Enjoy



HÜPPE Manufaktur Kalea



HÜPPE Manufaktur Vista



HÜPPE GmbH • Schlosserstrasse 4 • 8180 Bülach
 Telefon 044 872 70 80 • Fax 044 872 70 88
 info@hueppe.ch • www.hueppe.ch

Figgio Porzellan aus Norwegen verkörpert modernes zeitgemässes Hotelporzellan in Reinkultur. Als Kontrapunkt zum historischem Ambiente setzt das Restaurant 1871 in Luzern auf moderne rechteckige und quadratische Formen beim Porzellan.



Schöner als die klassische Menage: Salz, Gewürze und Olivenöl attraktiv präsentiert.

Gibt es Verkaufsschlager, die anscheinend nie aus der Mode kommen?

Bruno Hunkeler: «Ein klassischer Bankettteller zum Beispiel wird immer im Sortiment bleiben. Oder die Hulu-Besteck-

boxen findet man mittlerweile überall auf der Welt, weil diese Boxen ihre Funktion als Besteckbehälter in jeder Hinsicht optimal erfüllen und zudem nahezu unverwüstlich sind. Wir haben viele Produkte vor zehn Jahren entwickelt, die wir heute noch im Sortiment führen. Vor allem Artikel im funktionalen Bereich sind Verkaufsschlager, da sie sehr gefragt sind.»

Wie vermitteln Sie dem Gastronom und dem Hotelier, damit er weiss, welche neuen Möglichkeiten es für den gedeckten Tisch gibt, und welche Dienstleistungen bieten Sie ihm an?

Bruno Hunkeler: «Unser Katalog ist für unsere Kundschaft sehr wichtig. Um dann die Artikel vor Ort anschauen zu können, haben wir unseren Showroom ganz neu gestaltet. Er zählt – so wird uns gesagt – zu einem der besten und schönsten Showrooms unserer Branche.»



Klassische Formen bringen ein edles Ambiente auf den Tisch.

Mark Buchecker: «Im Ausstellungsraum können wir mit dem Kunden neue Konzepte des gedeckten Tisches entwickeln und ihm neue Inspirationen vermitteln. Unser Ausstellungsraum ist somit auch Experimentierraum, in welchem wir auch kleinere Events veranstalten werden.»

Welche Trends zeichnen sich im Bereich des gedeckten Tisches ab?

Mark Buchecker: «Es gibt einen Trend zur Individualisierung, indem man das Hauslogo wieder präsentieren möchte. Auch authentische Produkte, die Echtheit und Wertigkeit ausstrahlen, sind gefragt. Ebenfalls ist Formenvielfalt angesagt, da viele Restaurants eine breite Palette verschiedener Speisen anbieten.»

Bruno Hunkeler: «Im Glasbereich stehen schlichte Gläser im Vordergrund, die in der Form einfach und stilvoll sind. Wir achten sehr darauf, dass der Kunde seinen individuellen Stil auf dem gedeckten Tisch präsentieren kann.»

www.hunkeler-gastro.ch

Igeho, Halle 2.1, Stand C 72



Die stapelbare Glasschale «Keepers» von Schott Zwiesel eignet sich gleichermaßen als Snackschale wie auch als Tischleuchte.

Feuer – so individuell
wie Ihr Lifestyle.



- Cheminées
- Cheminéeöfen
- Gas-Feuerstellen
- Garten-Feuerstellen

Erleben Sie Feuer in unserer 900 m² grossen Ausstellung.

ATTIKA FEUER AG, Brunnmatt 16, 6330 Cham
Fon 041 784 80 80, Fax 041 784 80 84

www.attika.ch