

# svgroup



2019 / 2020

---

|                          |  |    |
|--------------------------|--|----|
| SV GROUP                 | CORONAVIRUS: HERAUSFORDERUNGEN UND CHANCEN | 2  |
| GEMEINSCHAFTSGASTRONOMIE | TÄGLICH FRISCH: UNSERE NACHHALTIGKEIT      | 9  |
| SV HOTEL                 | STAY KOOOK – EIN HOTEL WIE EIN ZUHAUSE     | 13 |
| ÖFFENTLICHE GASTRONOMIE  | SESH – NEUES KONZEPT, NEUES VERGNÜGEN      | 17 |



# FACTS & FIGURES 2019

## UNSERE DIENSTLEISTUNGEN

Anzahl Betriebe



**325** in der Schweiz  
**158** in Deutschland  
**133** in Österreich

Servierte Mahlzeiten



**39,5 Mio.** in der Gemeinschaftsgastronomie  
**1,9 Mio.** in der öffentlichen Gastronomie  
**0,3 Mio.** in den SV Hotels

Übernachtungen



**213 665** in der Schweiz  
**285 521** in Deutschland



## UNSERE MITARBEITENDEN



**8414**

Mitarbeitende



**61 %**

Frauen



**39 %**

Männer



**600**

Köchinnen und Köche



**>100**

Nationalitäten

## NACHHALTIGKEIT

Regionale Produkte



**80 %** in der Schweiz  
**70 %** in Deutschland  
**77 %** in Österreich

Kennzahlen Schweiz



**14 %**

CO<sub>2</sub>-Einsparung gegenüber 2013



**67 %**

Fleisch aus artgerechter Haltung



**150**

SV Restaurants im reCIRCLE-Programm



**36**

Gramm Food Waste pro Hauptmahlzeit

## AUS- UND WEITERBILDUNGEN



**164**

Lernende, Praktikantinnen und Praktikanten



**1121**

Teilnehmende an Vegi-/Vegan-Kochschulungen in den letzten Jahren



**666**

Teilnehmende an Kaderschulungen

## UNSERE BELIEBTESTEN MENUS



RENNER

Hörnli und Gehacktes mit frischem Apfelmus und Röstzwiebeln

NACHHALTIG

Bowl mit «planted.chicken» (vegane Pouletersatz aus Erbsenprotein), Camargueris, Ofen-Broccoli, Chili-Tomaten und Sataysauce

TRENDIG

Shoyu-Ramen-Suppe mit Shiitake-Pilzen, Pouletbrust, Gemüse, Ei und Nori



RENNER

Currywurst mit Pommes frites

NACHHALTIG

Kräuter-Pfannkuchen mit Tomatensalat, Senf-Vinaigrette, Fetakäse und Gartenkresse

TRENDIG

Smashed Potatoes mit Cheese-Dip, Jalapeños, Taco-Crunch und fruity Coleslaw



RENNER

Wiener Schnitzel mit Kartoffelsalat

NACHHALTIG

Im Ganzen gebratener Karfiol mit Weisswein-Pilzsauce und Polenta

TRENDIG

Mariniertes BBQ-Chili-Chicken mit schwarzen Bohnen und gebackenen Süsskartoffeln

Liebe Leserin, lieber Leser

Die Texte zum Tätigkeitsbericht 2019 waren gerade fertiggestellt, als der Lockdown die Gastronomie- und Hotellerie-Branche schwer traf. Mit dem vorliegenden Sonderteil zur Corona-Pandemie wollen wir einen Einblick geben, wie wir innerhalb der SV Group mit den Herausforderungen umgehen, aber auch zeigen, welche Chancen wir daraus ableiten. Wir sind zuversichtlich, dass wir gestärkt aus dieser Krise hervorgehen – auch deshalb, weil sich die SV Group als innovatives Unternehmen schnell an neue Situationen anpassen kann.

Aber zuerst zu 2019, das ein erfreuliches Geschäftsjahr war. Von den Hotels bis zur Gastronomie konnten wir in allen Bereichen wachsen und neue, bedeutende Standorte eröffnen. Wir entwickelten uns auch qualitativ weiter. Damit verfolgen wir konsequent unser oberstes Ziel: unseren Kunden und Gästen tolle Erlebnisse zu bieten.

Wir lancierten in allen Geschäftsbereichen innovative Produkte und Dienstleistungen. Wie etwa das erste Stay Kooook von SV Hotel, das diesen Herbst in Bern eröffnet. Damit haben wir ein modernes Übernachtungsangebot geschaffen, das neue Massstäbe setzt. Belohnt wurde dies mit dem «Hotel Innovations-Award 2019» in Zürich. Ein anderes Beispiel ist Emil Fröhlich, unser digitaler Kühlschrank für Mitarbeitende. Seit letztem Jahr steht er in diversen Unternehmen und bietet rund um die Uhr frisches, gesundes Essen zur Selbstbedienung an.

Auch die Nachhaltigkeit ist für die SV Group seit Jahren ein zentrales Thema. 2019 verstärkten wir unser gruppenweites Engagement deutlich. Im Fokus: der Ausbau des regionalen Einkaufs, ein attraktives vegetarisches und veganes Angebot, der Verzicht auf Plastikgebilde und das Vermeiden von Food Waste. So gelang es uns in den vergangenen 14 Jahren, die Lebensmittelverschwendung um 40% auf heute 36 Gramm pro Hauptmahlzeit zu reduzieren. Der Durchschnitt in der Gastronomie liegt bei 124 Gramm.

Wir danken allen Kunden und Gästen ganz herzlich für das entgegengebrachte Vertrauen und wünschen eine anregende Lektüre.

SILVIO C. GABRIEL  
Verwaltungsratspräsident  
SV Group

PATRICK CAMELE  
CEO  
SV Group

# HERAUSFORDERUNGEN UND CHANCEN

CORONAVIRUS: DIE SITUATION DER SV GROUP



## ZWISCHEN LOCKDOWN UND NEUER REALITÄT

Die Krise hat die Gastronomie- und Hotellerie-Branche sehr hart getroffen. Für die SV Group bedeutete dies, dass wir uns sehr schnell an die neue Realität anpassen mussten. Erste Priorität hatte die Gesundheit der Gäste und der Mitarbeitenden sowie die Sicherung der Liquidität. Viele Betriebe wurden sofort geschlossen. Es gab aber auch eine Vielzahl von Mitarbeitenden, die durchgängig an der «Front» im Einsatz waren – sei es in den teils noch geöffneten Mitarbeiterrestaurants, in den Hotels oder in den Care-Betrieben. Sie alle haben Ausserordentliches

geleistet. Ein Unternehmen wie die SV Group durch diesen Notstand zu führen, braucht Organisation und Führung. Hier der Bericht, wie wir uns dieser Herausforderung stellen und welche Chancen wir packen konnten.

Aufgrund der drastisch rückläufigen Frequenzen beschränkten die noch offenen Mitarbeiterrestaurants ihr Angebot: nur noch ein oder zwei Menus und Take-away statt Selbstbedienung – je nach Gegebenheiten und Wünschen der Kunden. Geschlossen wurden auch alle 20 öffentlichen Restaurants, wobei einige neu einen Delivery

Service lancierten. Ebenso musste unser Eventcaterer dine&shine vorübergehend seinen Betrieb einstellen. Und von 13 Hotels blieben nur noch sechs geöffnet.

In umgekehrter Richtung war auch der Öffnungsprozess herausfordernd. Abgeleitet aus dem Branchenkonzept haben wir ein ausführliches Schutzkonzept erarbeitet, das nichts dem Zufall überlässt. Denn unsere Kunden und Gäste sollen sich bei uns auch in dieser ausserordentlichen Zeit wohl und sicher fühlen. •

«Krisen bewirken Erstaunliches. Neben Notstand schaffen sie auch viel Gutes: Solidarität, Wertschätzung und positive Flexibilität.»

Silvio C. Gabriel,  
VRP SV Group

AKTUELL

2

# HERAUSFORDERUNGEN UND CHANCEN



## DER ENTSCHEIDENDE FAKTOR: SICHERHEIT

Der Schutz und die Gesundheit unserer Gäste und Mitarbeitenden haben allerhöchste Priorität. Wir haben deshalb ein umfassendes Schutzkonzept erarbeitet. Dieses wird je nach Vorgaben der Behörden laufend angepasst und schliesst eine breite Palette von Massnahmen mit ein: So haben wir die Sitzplätze auf die Anzahl zulässiger Gäste reduziert und die Tischabstände vergrössert. Atem- und Nasenschutzmasken sind nach wissenschaftlichen Erkenntnissen ein effektiver Schutz vor einer Übertragung des Virus, weshalb wir sie sowohl beim Kochen als auch beim Servieren tragen. Und mittels Bodenmarkierungen stellen wir sicher, dass die Abstände eingehalten werden. Um allen Anforderungen gerecht zu werden, sind die Konzepte modular einsetzbar.

Anpassungsfähigkeit bewiesen auch unsere Mitarbeitenden. Denn aufgrund der ausgefallenen Umsätze mussten wir die Kosten massiv senken. Dies erreichten wir einerseits über die Sistierung zahlreicher Projekte und andererseits über die flächendeckende Kurzarbeit. Auch wenn dies ein drastischer aber notwendiger Schritt war, konnten die Mitarbeitenden die Entscheidung der konzernweiten Krisenstabs, die Konzernleitung und der Verwaltungsrat fällen mussten, nachvollziehen. •

## GELEBTE SOLIDARITÄT – SEIT MEHR ALS 100 JAHREN

«Solidarität ist seit jeher die Basis unseres Unternehmens, ja, die SV Group ist aus diesem Gedanken heraus vor mehr als 100 Jahren entstanden. In den vergangenen Wochen haben wir diese Solidarität quer durch das ganze Unternehmen gespürt. Zusammen können wir die Krise meistern und Chancen darin erkennen. Dafür bin ich allen dankbar, die ihren persönlichen Teil dazu beigetragen haben», sagt Verwaltungsratspräsident Silvio C. Gabriel.

Solidarität heisst, vieles zu akzeptieren, selbst wenn es ungewohnt und unbequem ist. CEO Patrick Camele ist überzeugt, dass das Erlebte nachhaltig sein wird. «Gemeinsam Schwieriges durchzustehen, schweisst zusammen. Dank dem Beitrag aller Beteiligten – der Mitarbeitenden, Kunden, Gäste, Lieferanten und Partner – sind wir zuversichtlich, dass wir gestärkt aus dieser Krise herauskommen.» •

## POSITIVE ERLEBNISSE SCHAFFEN

Die Massnahmen der Regierungen werden nun schrittweise gelockert. Das Verhalten unserer Gäste und Kunden wird zu einer neuen Realität führen. Sicherheit und Hygiene werden noch wichtiger, aber gleichzeitig haben viele Menschen genug vom Alltag zu Hause und freuen sich, wieder Neues zu erleben und Freunde zu treffen. Und genau hier können wir mit unserer Gastfreundschaft positive Erlebnisse schaffen – in unseren Restaurants, Mensen und Hotels. •

AKTUELL

3



# HERAUSFORDERUNGEN UND CHANCEN

—  
APPETIT KENNT KEINE KRISE:  
UNSER DELIVERY UND TAKE-AWAY



KOMMEN DIE GÄSTE NICHT ZU UNS,  
KOMMT ANDIAMO ZU IHNEN

Jede Krise bietet Chancen, insbesondere für die anpassungsfähigen und innovativen Unternehmen. Wir haben die Chance, aus dieser Krise gestärkt hervorzugehen. Und so haben wir rasch neue Lösungen entwickelt und umgesetzt.

Was tun, wenn ein Grossteil der Restaurants schliessen muss und viele Gäste im Homeoffice arbeiten? Die Antwort: ANDIAMO DELIVERY, unser neuer Lieferdienst. Der neue Service mit Onlineshop beliefert Firmen und ihre Mitarbeitenden täglich mit frisch gekochten, gesunden Mahlzeiten, Sandwiches, Salaten und Getränken – vorerst in den Regionen Zürich und Bern. Es spielt dabei keine Rolle, ob die Firmen dort SV Kunden sind oder nicht. Weitere Lieferregionen sind bereits in Planung.

**Innerhalb von Tagen entwickelt**  
Was auf einem «normalen» Projektweg Monate dauern würde, haben wir unter Einbezug

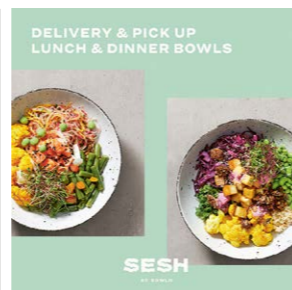
«Nach dem Lockdown wechselten viele ins Homeoffice und nur noch wenige Mitarbeitende blieben in den Büros. Mit ANDIAMO DELIVERY haben wir schnell eine Lösung auf den Markt gebracht, diese Mitarbeitenden auch weiterhin mit frischen und gesunden Menus zu verköstigen.»

—  
Patrick Camele,  
CEO SV Group

von verschiedenen Fachabteilungen innerhalb von Tagen entwickelt. Von der Operations über das Product Management und den Supply bis zum Marketing, den digitalen Services und dem Controlling waren alle eingebunden. Während die einen

das optimale Angebot gestalten, kümmerten sich die anderen um die Logistik und die Kreation der Webseite, inklusive Online-Bestellshop.

**Vom Webshop bis auf den Teller**  
Der Bestellvorgang ist einfach und übersichtlich. Bis um 9 Uhr am Liefertag werden die Bestellungen angenommen, was den Gästen Flexibilität in ihrer Planung ermöglicht. Die Menus werden zum vereinbarten Ort und Zeitpunkt gekühlt ausgeliefert und können bequem erwärmt werden. Speziell in Zeiten wie diesen, wo alles geschlossen war, schätzten die Arbeitnehmenden die pünktliche Lieferung ihrer frisch zubereiteten Mahlzeit. •



—  
SPIGA & SESH –  
SERVICE IM LOCKDOWN

Drei unserer sieben SPIGA Ristoranti (Basel, Glattzentrum Wallisellen/ZH, Seedamm-Center Pfäffikon/SZ) und unser neu eröffnetes SESH im Glattzentrum sind öffentliche Konzept-Restaurants. Während die übrigen Restaurants geschlossen blieben, kreierten sie einen Lieferservice und lieferten ihren Gästen Essen und Getränke mit EAT.ch und Uber Eats – zwei Kurierdiensten, die auf schnelle Food-Lieferungen spezialisiert sind.

**Wenn der Kurier klingelt**  
Bedient werden sowohl Privatpersonen als auch Unternehmen. Damit Firmenbestellungen noch rascher beim Gast sind, wurde ein eigener Webshop erstellt. Wenn der Kurier klingelt, können sich unsere Gäste in den entsprechenden Regionen freuen: auf feine italienische Pasta oder Pizza von SPIGA oder auf die raffinierten Bowl-Gerichte von SESH. •

# HERAUSFORDERUNGEN UND CHANCEN

—  
SOZIALES ENGAGEMENT & SOCIAL MEDIA:  
5 BEISPIELE – REAL UND DIGITAL



FÜR VIELE SENIOREN  
DER EINZIGE KONTAKT

Boris Uglik, Restaurant Manager im Palliativzentrum Hildegard im Basler Gellertquartier, hatte eine tolle Idee: Weil seine Stammgäste zu Hause bleiben mussten, belieferte er sie mit dem Lastenvelo. Die Spitex vermittelte ihm weitere Gäste, die froh sind über eine warme, feine Mahlzeit. Für manche war die Essenübergabe der einzige soziale Kontakt am Tag. •

—  
«TISCHLEIN DECK DICH»  
DECKT DEN TISCH

Unsere Mitarbeiterin Elke Jäggin durfte nicht arbeiten – bis zur Wiedereröffnung der Mensa in der Gewerblichen Berufsschule Chur. So war sie freitags als freiwillige Helferin für «Tischlein deck dich» unterwegs. Die Nonprofit-Organisation mit landesweit 90 Abgabestellen sammelt für Menschen in finanziellen Engpässen überschüssige Lebensmittel sowie Alltagsprodukte mit beschädigter Verpackung. Auch die SV Stiftung unterstützt «Tischlein deck dich» und finanzierte 2019 für den Transport der Lebensmittel die Anschaffung eines neuen Kühlfahrzeugs. •

—  
2000 STOFFMASKEN –  
CHIC UND  
HOMEMADE

In Deutschland mangelte es bis weit in den April an Gesichtsmasken. Kurzerhand liessen Mitarbeiterinnen von SV Deutschland ihre Nähmaschinen surren. So entstanden über 2000 stylische Stoffmasken, hergestellt mit viel Teamspirit für ihre Kolleginnen und Kollegen in den noch offenen Restaurants und Care-Betrieben. •



—  
SCHOGGIHASEN  
FÜR DIE CARITAS

Den Gästen des SV Restaurants von Sika in Zürich wären für Ostern feine Schoggihasen überreicht worden. Da unser Restaurant geschlossen war, spendeten wir die feinen Hasen einem Caritas-Markt in Zürich. Seit vielen Jahren unterstützt die SV Stiftung die Caritas Märkte in der Schweiz mit einem finanziellen Beitrag. Schön, dass nun die SV Group nachdoppeln und den Menschen eine grosse Freude machen durfte. •

—  
KREATIVE SV REZEPTE  
ZUM SELBERMACHEN

Wer zu Hause die feinen Gerichte vermisste, erhielt auf den SV Kanälen von Facebook und LinkedIn köstliche Rezeptvorschläge: zum Beispiel zum Frühstück die Bananenschoko-Bowl. Für den Zmittag zarten Zander auf Linsen und Tomaten – dine&shine postete die Live-Zubereitung per Video. Und für den Znacht das indisch-pikante Butter-Chicken. •



# WIR SCHAFFEN GENUSS UND LIFESTYLE

Unsere Spezialität als innovative Gastronomie- und Hotel-Gruppe: Genuss und Lifestyle. Mit einem breiten Angebot an qualitativ hochwertigen Produkten und Dienstleistungen zählen wir in Deutschland, Österreich und der Schweiz zu den Top-Unternehmen im Markt.

## 3 GESCHÄFTSBEREICHE

### Gemeinschaftsgastronomie

So unterschiedlich unsere Kundschaft und unsere Gäste auch sind, eines bleibt sich gleich: Bei uns zu essen ist ein Vergnügen. Wir sprechen von Mitarbeiterrestaurants und Mensen (D/A/CH), von Mittagstischen in Schulen und Horten (CH) sowie von Einrichtungen in Altersresidenzen und Pflegeinstitutionen (D). Für jeden Kunden entwickeln wir ein kulinarisches Angebot, das alles erfüllt: Das Essen ist frisch zubereitet, abwechslungsreich, gesund – und schmeckt richtig gut.

### SV Hotel

Menschen auf Reisen finden bei uns das gesuchte Hotel. An Top-Lagen in angesagten Städten in Deutschland und der Schweiz führen wir bekannte Hotelbrands von Marriott: Courtyard und Renaissance, Residence Inn und Moxy. Zudem entwickeln wir selbst innovative Hotelkonzepte, etwa das neue Stay Koook für Langzeitgäste. Und wir führen eigene Hotels. So haben wir

Angebote für Businessreisende, die nur für eine Nacht oder aber für Wochen in einem Hotel wohnen. Ebenso wohl fühlen sich Privatreisende, die einen Event besuchen oder eine fremde Stadt erkunden.

### Öffentliche Gastronomie

In der Schweiz führen wir eigene Restaurants mit starken Konzepten und dem gleichen Ziel: für die Gäste jederzeit das Beste anzubieten und deren Erwartungen zu übertreffen. Zum Beispiel begeistern die SPIGA Ristoranti mit Italianità, das SESH durch raffinierte Bowls mit edlen Zutaten; andere Restaurants pflegen Schweizer Spezialitäten oder vereinen gleich mehrere Küchen unter einem Dach – von regional bis mediterran und von amerikanisch bis asiatisch. Unterschiedlich sind auch die Standorte: Das Spektrum reicht vom Schloss bis zum Schiff und vom Shoppingcenter bis zum Stadion und Stadrestaurant. •

## UNSERE WERTE

«Herzlich, initiativ, verantwortlich, kompetent» – diese vier zentralen Werte bestimmen das Denken und Handeln von uns allen, in jedem Geschäftsbereich und in allen Ländern. Diese Werte sind auch unsere Basis, auf der wir Trends aufnehmen,

Innovationen entwickeln und kontinuierliches Wachstum ermöglichen – in bewusster Verantwortung gegenüber Mitarbeitenden, Gesellschaft und Umwelt. •

## UNSER Credo

«Mit Freude essen, mit Stil übernachten.» In Deutschland, Österreich und der Schweiz investiert die SV Group mit ihren drei Geschäftsbereichen in die moderne Arbeitswelt und den urbanen Lifestyle. Ob Restaurant, Mensa oder Hotel, wir bespielen inspirierende Orte, an denen wir Gastfreundschaft leben. Hier sorgen wir für eine nachhaltige, gesunde und feine Küche. Und Reisenden öffnen wir Räume, von jugendlich und trendy bis hochwertig und elegant. Von den Kleinsten in der Kita bis zu den Seniorinnen und Senioren im Alterszentrum: Wir sorgen für Genuss und Erholung. •

|                         |         |
|-------------------------|---------|
| Betriebe                | 616     |
| Mahlzeiten pro Tag      | 163 000 |
| Mahlzeiten pro Jahr     | 42 Mio. |
| Übernachtungen pro Tag  | 1368    |
| Übernachtungen pro Jahr | 499 186 |

## UNSERE MITARBEITENDEN

Die SV Group ist geprägt von Vielfalt, denn gemischte Teams sind besser in der Lage, die unterschiedlichen Bedürfnisse der Gäste und Kunden zu verstehen. Entsprechend achten wir darauf, Teams, Projekte und Gremien nach dem Prinzip der Diversität repräsentativ zu besetzen. Damit schaffen wir Mehrwert für alle – für unsere Kunden, Gäste und Mitarbeitenden. •

|                            |           |
|----------------------------|-----------|
| Mitarbeitende              | 8414      |
| Frauen / Männer            | 61% / 39% |
| Frauen in Führungsfunktion | 35%       |
| Nationen                   | über 100  |





## TÄGLICH FRISCH: UNSERE NACHHALTIGKEIT

### GEMEINSCHAFTS- GASTRONOMIE

| Betriebe    |     |
|-------------|-----|
| Total       | 583 |
| Schweiz     | 299 |
| Deutschland | 151 |
| Österreich  | 133 |

| Mahlzeiten |            |
|------------|------------|
| Pro Tag    | 158 000    |
| Pro Jahr   | 39 465 000 |

| Nachhaltigkeit in der Schweiz              |          |
|--|----------|
| CO <sub>2</sub> -Einsparung gegenüber 2013 | 14 %     |
| Fleisch aus artgerechter Haltung           | 67 %     |
| SV Restaurants im reCIRCLE-Programm        | 150      |
| Food Waste pro Hauptmahlzeit               | 36 Gramm |

5974 Mitarbeitende



2013 lancierte SV Schweiz mit dem WWF das Nachhaltigkeitsprogramm ONE TWO WE. 2016 folgte die Partnerschaft mit dem Schweizer Tierschutz STS. Dieses Jahr sollen auch SV Deutschland und SV Österreich in Sachen Nachhaltigkeit weiter zulegen.

«Die grösste Wirkung erzielen wir bei der Gestaltung der Menus und der Auswahl der Lebensmittel. Bereits heute kaufen wir schweizweit rund 80% der Lebensmittel regional ein. Zentral sind auch optimierte Betriebsabläufe in Restaurants und Logistik», sagt Dörte Bachmann, Biologin und Nachhaltigkeitsverantwortliche von SV Schweiz. So wurde der CO<sub>2</sub>-Ausstoss pro Hauptmahlzeit seit 2013 schon um 14% gesenkt. Die wichtigsten Ergebnisse präsentieren sich wie folgt:

- **Schweizer Fleisch aus artgerechter Tierhaltung:** Der Anteil an Fleisch aus tierfreundlicher Haltung (BTS, RAUS) beträgt heute 67%. Das macht SV Schweiz zur Branchenführerin. Zudem ist die SV Group der europäischen Masthuhn-Initiative beigetreten. Zusammen mit rund 30 NGOs werden die Bedingungen für europäische Masthühner optimiert.
- **Ausbau von Label-Produkten:** Neben Karotten und Produkten aus Milch und Eiern tragen neu auch Quinoa und Naturjoghurt seit 2018 das Label

IP-SUISSE. Fairtrade-Bananen und Tofu sind aus Bio-Produktion.

- **Mehrweg statt Einweg:** ANDIAMO heisst das hauseigene Take-away-Angebot der Schweizer SV Restaurants. Die hochwertigen Speisen und Snacks für den ganzen Tagesbedarf gibt es auch im Mehrwegglas. Zudem sind bereits über 150 SV Restaurants Teil des nationalen reCIRCLE-Programms, das auf Mehrwegschalen und -becher setzt.

- **Reduktion von Food Waste:** SV Schweiz reduzierte den Food Waste zwischen 2006 und 2019 von 64 auf 36 Gramm pro Hauptmahlzeit. Eine Reduktion von 40%! Der Durchschnittswert in der Gastronomie liegt bei 124 Gramm. SV Schweiz ist auch Teil der kürzlich lancierten Kampagne «Save Food, Fight Waste» der Stiftung PUSCH.

- **Entwicklungen aus dem FOODlab:** Einfluss auf die Nachhaltigkeit nimmt auch das neu eröffnete FOODlab am Hauptsitz in Dübendorf. Das Team unter der Leitung von Christian Moor forscht nach Foodtrends und tüftelt an neuen Rezepten für sämtliche Unternehmensbereiche. Dazu zählen Rezepte unter Begriffen wie Nose to Tail, Leaf to Root und «plant-based meat».



## GASTRONOMIN FÜR 45 NEUE KUNDEN

Deutschland, Österreich, Schweiz, in den DACH-Ländern hat die SV Group auch letztes Jahr wieder beeindruckend nachgelegt: Quer durch ganz unterschiedliche Branchen kamen 45 neue Mandate hinzu. Das freut Tausende weiterer Gäste, die sich jetzt durch die SV Group verwöhnen lassen.

### SCHWEIZ: VOM IMMOBILIENUNTERNEHMEN BIS ZUM UNISPITAL

In der Gemeinschaftsgastronomie erreicht SV Schweiz ihre Gäste auf jede erdenkliche Weise: vor allem in Restaurants und Mensen für Mitarbeitende und Studierende. Dort wird mit ANDIAMO auch Take-away angeboten, von Suppe und Salat bis zum Dessert sowie Snacks und Drinks aus besten Zutaten. In kleineren Unternehmen besteht meistens keine Möglichkeit für ein eigenes Restaurant. Neu gibt es hier die Smart-Fridge-Lösung Emil Fröhlich: einen mit warmem Holz verkleideten Kühlschrank, der im täglichen Lieferservice individuell befüllt wird – für Essen und Getränke mit dem Prädikat «super gut und erst noch gesund».

#### 18 neue Mandate

SV Schweiz darf für das letzte Jahr 18 Mandatsgewinne melden. Dazu zählen das Immobilienunternehmen Allreal, die ETH und das Universitätsspital Zürich, das weltweit tätige Institut für Zahnlösungen Straumann und der ebenfalls weltweit präsente Textilmaschinenbauer Rieter. Diese Vielfalt an Kunden ist spannend, aber auch herausfordernd, denn unser Ziel ist es, für alle Wünsche massgeschneiderte Lösungen anzubieten.

#### Seit 100 Jahren bei Bühler in Uzwil

Es war Januar 1918. Im letzten Jahr des Ersten Weltkriegs eröffnete der damalige Schweizer Verband Soldatenwohl (SV) seine

erste «Arbeiterkantine» – mit Teller-service am Platz. Kunde war die Maschinenfabrik Bühler AG in Uzwil/SG. Damals kostete ein Essen 85 Rappen, was etwa einem Stundenlohn entsprach. 1938 war Bühler bereit für die nächste Premiere: das erste Selbstbedienungsbuffet der Schweiz. Seit letztem Juli präsentiert sich das SV Restaurant VIVA chic und modern – mit Front Cooking Station im Free Flow, Sommer-Grill und ganzjährig nutzbarem Wintergarten. Die neuste Entwicklung folgte 2019 mit dem Um- und Ausbau des Restaurants für rund 600 Mitarbeitende. Ja, auf dieses «Hundert-jährige» sind wir natürlich sehr stolz. •



«Unsere über 100-jährige Partnerschaft basiert auf unserem gemeinsamen Verständnis, neue Bedürfnisse im Bereich von Ernährung, Gesundheit und Umwelt kreativ umzusetzen. Uns verbindet die Leidenschaft für ein genussvolles, von Emotionen begleitetes Fooderlebnis.»

Daniel Ziegler,  
Head of Workplace Management,  
Bühler AG



k\*w\* kantiwil

RIETER



## DEUTSCHLAND: VON DER BANK BIS ZUM LOGISTIKER

Gleich 23 neue Mandate verbucht SV Deutschland für 2019, in diesem Ausmass ein äusserst erfolgreiches Jahr. Die Liste reicht unter anderem von zwei Standorten der Commerzbank in Frankfurt bis zu Kühne + Nagel in Bremen. Mit dabei die Stadtwerke Heidelberg und Rheinmetall in der Lüneburger Heide. Oder Lekkerland und die international tätige HRS Group, beide in Köln.

#### «Sing mein Gericht» zu Menu-Hits

Wer bei «We Will Wok You» an «We Will Rock You» von Queen erinnert wurde und bei «Billie Bean» an «Billie Jean» von Michael Jackson, lag richtig. Das waren keine Druckfehler in den Menu-Titeln, sondern zwei von weiteren «Menu-Hits», die dem veränderten Songtitel entsprechend zubereitet wurden. «Wir möchten unsere Gäste regelmässig überraschen», sagt Christian Eick, Marketingleiter bei SV Deutschland. «Mit der Aktion wurden die Menus zum Thema – und genau das wollten wir.» •

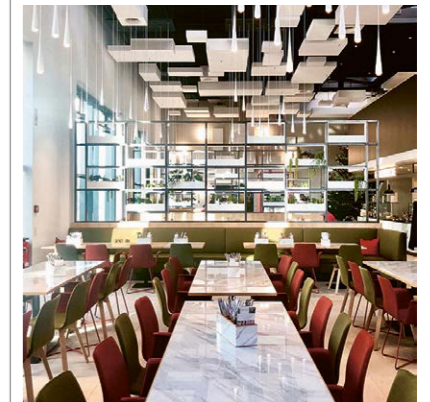


## ÖSTERREICH: VOM BÜROZENTRUM BIS ZUR AUTOMARKE

Neu kocht SV Österreich im grossen Bürozentrum Square Plus in Wien. Dazu kommt die international tätige AB Mikroelektronik in Salzburg. Und Mercedes-Benz in Eugendorf bei Salzburg will auch nach dem Umzug an den neuen Standort auf die Küche ihres SV Restaurants zählen. Im Portfolio von SV Österreich sind das wichtige Kunden mit täglich Hunderten von Gästen – alle mit dem Wunsch nach einer erholsamen Auszeit bei einem feinen Essen.

#### Zweites «Gut zu wissen»-Zertifikat

Die Initiative «Gut zu wissen, wo unser Essen herkommt» der Landwirtschaftskammer Österreich setzt sich dafür ein, die Herkunft von Fleisch und Eiern sofort erkennbar zu machen. Das fördert die regionale Produktion. Der erste Standort von SV Österreich wurde bereits 2018 zertifiziert. Letztes Jahr folgte die erfolgreiche Zertifizierung des Mitarbeiterrestaurants der Sozialversicherungsanstalt der Bauern in Wien. •







SV HOTEL  
12

## STAY KOOOOK – EIN HOTEL WIE EIN ZUHAUSE

### SV HOTEL

|                |         |
|----------------|---------|
| Hotels         |         |
| CH+DE          | 13      |
| Übernachtungen |         |
| Pro Tag        | 1368    |
| Pro Jahr       | 499 186 |
| Schweiz        | 213 665 |
| Deutschland    | 285 521 |

|             |   |
|-------------|---|
| Eröffnungen |   |
| 2019        | Moxy München Ostbahnhof<br>Residence Inn München Ostbahnhof<br>Moxy Lausanne City   |
| 2020        | Stay Kooook Bern Wankdorf<br>Moxy Bern Expo<br>Moxy Hamburg City  |
| 2021        | Moxy Bremen<br>Courtyard Freiburg i. Br.<br>Stay Kooook Nürnberg City<br>Moxy Düsseldorf<br>Stay Kooook Leipzig City<br>Stay Kooook Bern City |

429 Mitarbeitende



**Noch bevor SV Hotel im Oktober ihr erstes Stay Kooook in Bern eröffnet, wurde es ausgezeichnet: Das selbstentwickelte Konzept gewann den «Hotel Innovations-Award 2019». Ein Konzept, das sich ganz an die Bedürfnisse der Gäste anpasst.**

Die Zimmer und Studios sollen multifunktional überzeugen und Wohlgefühl vermitteln. Das gilt auch für die gemeinschaftlichen Räume, wo sich Menschen von überallher begegnen. Tatsächlich schafft es Stay Kooook, das Funktionale mit Geborgenheit zu vereinen – in einem Zuhause auf Zeit.

#### Alles drin, alles dran

Die Studios auf rund 20 Quadratmetern bieten alle modernen Annehmlichkeiten, vor allem für längere Aufenthalte – von der Küchenzeile für die selbständige Versorgung über das grosszügige Bad bis hin zum Arbeitsplatz und zur Entertainmentausstattung. Aber auch Short-Stay-Gäste wissen den individuellen Komfort und die smarte Raumgestaltung zu schätzen. Ein Highlight der Zimmer bietet das völlig neuartige Duscherlebnis mit Licht und Sound. Was allen Optionen gemein ist: innovatives Raumdesign, das ein Höchstmass an individuellen Gestaltungsmöglichkeit bietet, hochwertige Materialien für aussergewöhnlichen

Wohn- und Schlafkomfort und die einzigartige Mischung aus privatem Rückzugsraum, Sharing- Community und persönlichem Service.

#### Flexible Räume im Raum

Die Lösung ist so clever wie genial: Die Schrank- und Wohnwand in den Studios wird als Raumteiler auf einer Gleitschiene verschoben. «So werden die «Räume im Raum» vergrössert und verkleinert, wie sie gebraucht werden. Und das in einem lichten, warmen Interieur», sagt Kornell Otto, Director von Stay Kooook. Dieses Erstaunliche möglich machen, das zeichneten GastroSuisse und die Gesellschaft für Hotelkredit mit ihrem Innovations-Award 2019 aus.

#### Expansion angedacht

Bereits seit August 2019 ist staykooook.com online. Eine Webseite ganz im Spirit des Hotels. Auch ein- und ausgecheckt wird digital. Statt der klassischen Reception ist der lokale Host für das Wohl seiner Gäste besorgt. Übrigens plante SV Hotel von Beginn an ein skalierbares Konzept. Als Nächstes eröffnet Nürnberg Anfang 2021, gefolgt von Stay Kooook Bern und Leipzig City. Klar ist die weitere Expansion bereits angedacht. •

SV HOTEL  
13



# DAS ERSTE MOXY IN DER SCHWEIZ – BIENVENUE À LAUSANNE!



Für SV Hotel ist es bereits das 13. Hotel, das letzten Dezember eröffnete – und das erste Moxy in der Schweiz, genauer in Lausanne, mitten im angesagten Quartier du Flon. Rechtzeitig zu Weihnachten und Neujahr konnten die ersten Gäste das Flair dieses modernen Lifestyle-Hotels erleben.

Das Konzept «Moxy» des US-Hotelkonzerns Marriott liest sich gut: Ein hipper Stil und eher kleinere, dafür preiswerte und mit allen Annehmlichkeiten eingerichtete Zimmer mit hochwertiger Technik – vom grossen Flatscreen mit TV-Streaming bis zum High-Speed-WLAN – gemischt mit einem Ambiente, in dem sich die Gäste gern aufhalten. Die «Reception» ist eine Bar. Und die Lobby ist ein grosses Wohnzimmer, wo sich Gäste begegnen, arbeiten, einen Snack nehmen oder einen Drink geniessen, kurz: alle auf ihre Weise eine gute Zeit haben.

#### Die ideale Umgebung

Lausanne ist ja auch Sitz des Internationalen Olympischen Komitees. Deshalb steht

auch das Dekor im Moxy Lausanne City ganz im Zeichen von Sport und Olympia. Das Hotel an der Rue de la Vigie liegt im Herzen dieses lebendigen Quartiers. Die mehrheitlich autofreien Strassen sind voller Angebote für Freizeit und Kultur, Essen und Trinken. «Wir betreiben unsere Hotels nur an attraktiven Standorten. Das hier in Lausanne ist die ideale Umgebung für ein Moxy Hotel», sagt Beat Kuhn, Managing Director SV Hotel.

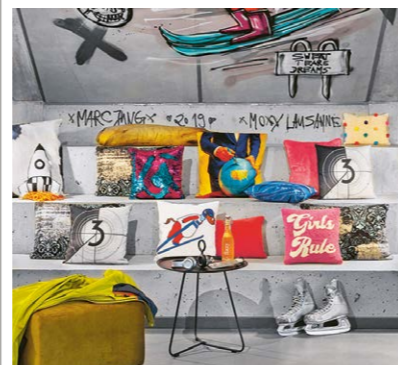
#### Mit Partnern zu tollen Hotels

Das Immobilienunternehmen Mobimo ist nicht nur Kooperationspartnerin des Moxy Lausanne City, sie ist auch Eigentümerin des ganzen Quartiers. Realisiert hat das Projekt Halter als Totalunternehmerin. So steht SV Hotel immer im Verbund mit Partnern, um gemeinsam spannende Hotelprojekte erfolgreich zu verwirklichen. •



«Wer das Moxy Lausanne City mit Partnern oder Veranstaltern besucht, ist angenehm überrascht. Es bringt ein völlig neues Konzept in die Stadt, das uns in Lausanne bisher gefehlt hat. Unsere Gäste waren bei ihrem Aufenthalt während der Olympischen Jugendspiele vom Moxy enorm angetan und rundum zufrieden.»

Davy Jansegers,  
Head of Sales & Promotion  
Lausanne Tourism Office



## RENAISSANCE ZÜRICH NEU ERLEBEN, NEU GENIESSEN

Das Renaissance Zurich Tower Hotel liegt in Zürich-West, heute ein Trendquartier. Geschäfte und Büros, Ateliers und Galerien, Theater und Kinos lassen das Viertel pulsieren. Damit vollzog das Industriequartier eine kolossale Verwandlung. Der stimmungsvolle Umbau von Lobby, Restaurant und Bar spiegeln die Zeit von damals. «Wir haben die industriellen Wurzeln mit heutigem Design verwoben und in den urbanen Lebensstil aufgenommen», sagt General Manager Christian Schaufelbühl.

#### Aus den Küchen dieser Welt

«Umgebaut» wurde auch die Karte. «Swiss International» heisst das neue kulinarische Konzept von Küchenchef Oliver Mette. Er serviert von würzigen Currys bis zur hausgemachten Bündner Gerstensuppe seine Inspirationen rund um die Welt. Das erfahren Gäste auch an Meetings, Events und Banketten – bis hinauf aufs «Upper-deck» in der 15. Etage. •



## FÜR FREIBURG EIN COURTYARD, FÜR BREMEN EIN MOXY



Letzten Dezember wurde in Freiburg i. Br. Richtfest gefeiert. An prominenter Lage direkt beim Bahnhof und am Anfang der Fussgängerzone entsteht ein Neubau mit Bank, Büros, Geschäften und einer Schule – und dem Courtyard von SV Hotel. Federführend ist Stararchitekt und Designer Hadi Teherani, der vor allem in Deutschland bereits viele spektakuläre Bauten gestalten konnte. Die Eröffnung ist für 2021 geplant.

#### Das Moxy am Wasser

Auch im Norden von Deutschland betreibt SV Hotel bald ein Moxy. Der erste symbolische Schritt zur neuen Destination in der Bremer Überseestadt ist getan. Letzten September wurde der Grundstein zum Hotel- und Bürobau «üeins» gelegt, direkt am Wasser. Im früheren Hafengebiet wächst ein lebendiges Quartier, wie geschaffen für den Lifestyle, den die Gäste des Moxy so schätzen. Geplant ist die Eröffnung für 2021. •



## NEU IN MÜNCHEN OSTBAHNHOF: MOXY UND RESIDENCE INN

Früher standen hinter dem Münchner Ostbahnhof Fabriken. Heute wächst im Werksviertel eine neue Welt voller lebendiges Treiben. Mittendrin steht das Plaza, das letzten Oktober eröffnet wurde. Ein modernes Zentrum mit Läden und Büros, Fitnessstudio und Kletterhalle – und zwei neuen SV Hotels: ein Moxy und ein Residence Inn.

#### Von bewegt bis ruhig

Zum trendig-jungen Lifestyle des Moxy passt das Dekor-Thema «Motorradausflug in die Berge», in Erinnerung an den deutschen Motorradhersteller Zündapp. Captain, so heissen die Manager in den Moxy-Hotels, ist Dimitrios Nikolouzos. Ein völlig anderes Konzept managt Christoph Gemünden im Residence Inn. Das Hotel mit Wohlfühl-Chic wendet sich vor allem an Langzeitgäste. Im warmen Interieur finden sie den Komfort und die Entspannung, um für den nächsten Tag wieder bereit zu sein. •







## SESH – DAS NEUE RESTAURANT-KONZEPT FÜR DEN GENUSS AUS DER BOWL

### ÖFFENTLICHE GASTRONOMIE

| Restaurants |           |
|-------------|-----------|
| Schweiz     | 20        |
| Mahlzeiten  |           |
| Pro Tag     | 7350      |
| Pro Jahr    | 1 934 000 |

1360 Mitarbeitende



«Dank SESH hab' ich Abwechslung. Hier kann ich mit lauter gesunden Zutaten meine Bowl zusammenstellen. Super, dass SESH neu auch Delivery anbietet.»

Adrian Baltensperger,  
Projektleiter,  
Melcom AG, Wallisellen



Letzten Februar eröffnete im Glatzentrum das erste SESH der Schweiz. Das von der SV Group entwickelte Konzept zaubert aus wertvollen Zutaten tolle Gerichte, die aus Bowls genossen werden – im sinnlich-verspielten Restaurant oder als Take-away. Das macht bereits Lust auf weitere Standorte.

«Sesh», der Wortklang erinnert an das Geräusch von Wellen, die am Ufer aufschlagen und brechen. In Anlehnung daran nimmt der Name SESH diesen Sound auf, auch als Einladung zu einer guten Zeit, um sich forttragen zu lassen: Wer gern Neues entdeckt, findet hier köstliche Bowl-Gerichte.

#### Von Fleisch bis vegan

Basis jeder Kreation sind die möglichst naturbelassenen, saisonalen und regionalen Zutaten: Sie sind abwechslungsreich, ausgewogen, mit allem, was Essen geschmackvoll und gesund macht. Dazu passen Namen wie die Breakfast Bowls Raspberry Love und Coconut Soul. Oder die Lunch und Dinner Bowls wie Tofu Magic, Salmon Glow und Chicken Pop. Fleisch aus der Schweiz, Fisch

aus nachhaltigen Betrieben, vegetarisch, vegan – alles selbstverständlich.

#### Zwischen sinnlichen Farben

Hier passen die hausgemachten Getränke, von den Limonaden und Iced Teas bis zu Matcha und Chai Latte. Dazu Biere aus Schweizer Brauereien. Und als neues Geschmackserlebnis die kaltgebrauten Kaffees. Dieser Lifestyle hat hier den passenden Raum, geführt von Reto Schnyder, Super Bowler seiner Crew, den Bowl Artists. Auf rund 130 Quadratmetern verteilen sich 80 Sitzplätze in Bereiche, wo der Gast höher oder tiefer sitzt, auf Stühlen, Bänken, sogar auf Bambusschaukeln, eingetaucht in sinnlich-warme Pastelltöne.

#### Ein Umfeld für Innovation

«Die SV Group setzt aus Überzeugung auf Nachhaltigkeit, heimische Zutaten und lokale Partner», sagt Rebekka Stutz, verantwortlich für das Konzept. So ist das SESH beispielhaft für die Innovationskraft der SV Group. •



## «SPIGA 2.0» – NEUE KREATIONEN NEU KOMMUNIZIERT



Im Westside Shoppingcenter in Bern startete vor zwölf Jahren das erste SPIGA Ristorante. Mittlerweile gibt es bereits sieben SPIGA quer durch die ganze Deutschschweiz. Das neuste eröffnete kürzlich in Chur. Hier mehr zu den aktuellen Entwicklungen.

«SPIGA 2.0» ist der interne Titel für ein pralles Paket an Neuem. Das umfasst zum einen die gesamte Kulinarik. Zum Beispiel das Salatangebot, das vielseitiger wurde, überraschender – im Trend von modern, optisch attraktiv und geschmackvoll. Etwa der Insalata «Super Verde» mit Avocado, Freiland- ei, Broccoli, Gartenerbsen, Mais, Feta und Blattsalat, das alles an einem feinen Olivenöl-Zitronen-Dressing.

**Neues auch bei Pizza & Pasta**  
Neben den Klassikern gibt es auch unter den 17 Pizzas und 18 Pasta-Gerichten Neues zu entdecken. Darunter die Pizza Marinara mit Feta statt Mozzarella, ein völlig anderes Geschmackserlebnis. Oder die Penne SPIGA panna e pollo, ein Teller, auf dem sich die italienische mit der Schweizer Küche vermählt. Und für danach einen köstlichen Kaffee mit der hauseigenen Kaffeemischung. Die Bohnen für den SPIGA Espresso L'Onesto stammt direkt vom Kollektiv. «Das heisst ohne Zwischenhandel und mit fairem Verdienst für die Kaffeebauern. Das ist ganz im Sinn des Max-Havelaar-Zertifikats», sagt Lorenz Hug, Leiter Konzeptgastronomie der SV Group.

**Wärmer und kommunikativer**  
Eingepackt ist «SPIGA 2.0» in eine neu gestaltete Kommunikation. Die Webseite ist nicht mehr in ein abstraktes Schwarz-Weiss getaucht, sondern in warme Farben. Der rote Marmor in den SPIGA bildet den Hintergrund zu den Menufotos, die richtig Appetit machen. Und die Kontakte in den Social Media sind nun interaktiver und messbarer. Auch in den Ristoranti tat sich viel: Bei Umbauten erhält das Interieur noch mehr Ambiente. Weiter sind für alle Teams neue Uniformen in Vorbereitung. Und die Abwicklung mit den Gästen wurde klarer, einfacher und schneller. •



## RENOVIERT: SPIGA WESTSIDE

Das 2008 eröffnete SPIGA im Berner Einkaufszentrum Westside ist das erste Ristorante der aktuell sieben. Im Zug von «SPIGA 2.0» wurde es umfassend renoviert und letzten Oktober im neuen Look & Feel wiedereröffnet. Auffallend sind das teilweise erneuerte Interieur und die vereinfachte Interaktion mit den Gästen. Und wie zuvor machen das Essen und das Trinken enorm viel Spass, auch dank den neuen Angeboten. •

## NEUERÖFFNET: SPIGA CHUR

Letzten Dezember ist SPIGA im Bündnerland angekommen. Im neuen Einkaufszentrum Steinbock in Chur geniessen die Gäste echte Italianità inmitten von viel Ambiente, ausgerollt auf zwei Etagen und einer grosszügigen Terrasse. Spektakulär ist die Aussicht im ersten Stock. Hinter den raumhohen Fenstern präsentiert sich das Alpenpanorama. Und wer nicht nur geniessen, sondern auch arbeiten will, macht seinen Tisch einfach zum Workspace. •



## DIE SV GROUP WIRD CATERER IN DER NEUEN ZSC-ARENA

Für 12 000 Zuschauer bauen die ZSC Lions in Zürich-Altstetten ein neues Eishockeystadion. Geplant ist die Eröffnung der Swiss Life Arena für August 2022. Mittendrin: die SV Group, die als Caterer den Pitch um die Stadiongastronomie für sich entschied. Dazu Peter Zahner, CEO der ZSC Lions: «Das Angebot der SV Group hat uns davon überzeugt, die Verpflegung in die Hände dieses erfahrenen Gastronomen zu legen.» Patrick Camele, CEO der SV Group, freut sich: «Dank der erfolgreichen Arbeit im

Stade de Suisse in Bern verfügen wir in der Stadiongastronomie über viel Kompetenz. Wir freuen uns sehr, die Gastronomie für den «Z» zu führen.»

**Für grosse und kleine Fans**  
Das Angebot umfasst alles vom Verpflegungs- und Getränkestand bis hin zum Restaurant und der Dine- & View-Zone. Jeder dieser Gastrobereiche soll auf seine Art höchsten Ansprüchen genügen, für grosse und kleine Fans und für Sponsoren. •

Er hat eine exzellente Lage: Der Güterhof, direkt am Rheinufer, ist weit herum bekannt für seine gastronomische Vielfalt und seine beliebten Partys. Anfang 2018 übernahm die SV Group die Leitung von Güterhof und Park Casino. Nach dem Umbau des historischen Gebäudes erstrahlt alles: Die grosszügige Raumaufteilung bietet jede Möglichkeit, Gäste im Güterhof zu verwöhnen – sei das zum kurzen Lunch oder ausgedehnten Dinner, zum Drink an der Bar mit Blick auf den Rhein oder gemütlichen Sonntagsbrunch.

**Im Sommer auf der Rhein-Terrasse**  
«Uns war sehr wichtig, dass das traditionelle Ambiente erhalten bleibt», sagt Petra Hangartner, Leiterin des Güterhofs.

Mit dem Resultat ist sie deshalb glücklich. Neu macht die Event- und Party-Serie zwischen Mai und Oktober Pause. So können die Gäste im Sommer die Terrasse auf den Rhein geniessen. •





## BEWERBEN – EINFACH ANDERS: PER CASTING ZUR CREW



Was tun, wenn mit der Eröffnung eines Hotels oder eines Restaurants gleich eine komplette Crew rekrutiert werden muss? Neu setzt hier die SV Group auf Casting Days: Alle treffen sich an einem coolen Ort, um sich in verschiedenen Aufgaben zu präsentieren.

Moxy München Ostbahnhof, Moxy Lausanne City, Stay Kooook Bern, sie alle haben dieselbe Herausforderung: Die HR- und Hotelverantwortlichen müssen zu den Eröffnungen jeweils eine komplette Hotel-Crew zusammenstellen. Und das in Zeiten des akuten Fachkräftemangels. Die Lösung fanden sie nicht im klassischen Bewerbungsverfahren – so werden die Hotel-Manager gesucht –, sondern in Casting Days. «Das sind richtige Events. Wir mieten tolle Locations und bieten auch kulinarisch so einiges», sagt Anja Hauser, Human Resources Director von SV Hotel. Auf den Aufruf in Social-Media-Kanälen und Anzeigen in Branchenblättern bewarben sich je

nach Standort bis zu 50 junge Leute, die meisten zwischen Anfang und Mitte zwanzig. Rund die Hälfte wurde zum Casting eingeladen, um davon rund die Hälfte anstellen zu können. Wo nicht alle Stellen besetzt wurden, wird «klassisch» nachgelegt.

### Dem Stress ausgesetzt

Die Kandidatinnen und Kandidaten treten zu drei Bewertungsrunden an. In der Gruppen-Challenge werden Teamkompetenzen bei Stress geprüft. Wenn etwa eine grössere Reisegruppe aus China ankommt, gleichzeitig viele Check-outs anstehen und wichtige Events organisiert werden müssen. In den Rollenspielen suchen die Teilnehmenden nach gemeinsamen Lösungen bei Teamkonflikten. Und in den Einzelinterviews präsentiert sich jede Kandidatin und jeder Kandidat im persönlichen Gespräch. «Am Ende des Tages erkennen wir, wie sich jemand verhält und positioniert und ob das in unser Hotel passt», erklärt Anja Hauser. Das gilt auch

umgekehrt: Auch die Teilnehmenden spüren, ob diese Kultur für sie passt.

### Der Mehrwert macht sich bezahlt

Natürlich verursachen die Casting Days viel Aufwand: Location mieten, Catering bestellen, Einladungen versenden, die Aufgaben gestalten, die «Juroren» briefen, das Casting durchführen, auswerten, nachbearbeiten. Doch der Mehrwert ist enorm. Durch das gemeinsame Erlebnis ist der Teamspirit von Beginn an in der zukünftigen Crew eingepflanzt. Zudem eröffnet das auch Quereinsteigern die Chance, sich zu beweisen. «Der Werbeeffect ist ebenfalls hoch. Auch wer am Ende nicht gewählt wird, wird bei Freundinnen und Freunden darüber berichten», sagt Anja Hauser. So wächst das Potenzial für weitere Bewerbungen. Wenig erstaunlich, dass auch für das neue Restaurant-Konzept SESH die junge Crew in einem Casting Day gefunden wurde. •

## NEUES KONZEPT: LERNENDE FÜHREN EINE MENSA. UND ZUM 7. MAL SIND SIE CHIEFS FOR A WEEK



Angesichts des Fachkräftemangels ist aktive Nachwuchsförderung eine wichtige Investition in die Zukunft. Um die Attraktivität der Gastronomie aufzuzeigen, haben sich die Berufsfachschule Baden und die SV Group entschlossen, das Restaurant Martinsberg der BBB in Baden langfristig nur mit Lernenden zu führen.

Ziel ist, dass ab August 2021 neun Lernende das Restaurant Martinsberg in Eigenregie führen. In der Mensa essen täglich 200 Schülerinnen und Schüler sowie Lehrpersonen zu Mittag. Für die Lernenden wurde deshalb ein spezieller Ausbildungsplan konzipiert. Vor Ort sind drei Berufsbildner sowie ein Betriebscoach im Einsatz, die sie betreuen, begleiten und fördern.

Darüber hinaus nehmen die Lernenden an allen internen Fachkursen für SV Lernende teil. Während der Schulferien, wenn die Mensa teilweise oder ganz geschlossen ist, werden die Lernenden in einem anderen Betrieb der SV Group arbeiten und sich somit auch Praxiswissen ausserhalb des Lernenden-Restaurants aneignen. Damit sam-

meln sie wertvolle Erfahrungen und tragen diese in ihr Team zurück.

### «chiefs for a week» machte AXA-Gäste glücklich

Der Schauplatz: Das Mitarbeiterrestaurant am AXA Hauptsitz in Winterthur. Im Fokus: Lernende der SV Group. Ihre Team-Challenge: eine Woche lang das Restaurant in Eigenregie führen, die Menus kochen, schön anrichten, das Budget einhalten und die Gäste umsorgen. 23 junge Frauen und Männer aus dem 2. und 3. Lehrjahr übernahmen in der letzten Septemberwoche 2019 die Verantwortung für Küche, Service und Management.

Natürlich starteten die «chiefs for a week» ihre Vorbereitungen bereits viel früher. Für ihr Motto «Secure the Planet» gestalteten sie das Dekor, die Kleidung und vor allem 20 attraktive Menus, vier pro Tag für rund 300 rundum zufriedene Gäste. Die Woche selbst ist dann jeweils der Höhepunkt des Projekts. Das Konzept ist eine Erfolgsgeschichte in Sachen Berufsbildung – und bereits in der siebten Auflage. •

## 20 JAHRE SV STIFTUNG: SONDERBEITRAG FÜR FOODSAVE- BANKETTE

Als Hauptaktionärin der SV Group unterstützt die SV Stiftung Projekte im Ernährungsbereich, um gesundes und preiswertes Essen zu ermöglichen. Seit ihrer Gründung 1999 haben bereits eine Vielzahl von unterschiedlichen Initiativen und Projekte ihre wertvolle Wirkung entfalten können.

Aus Anlass ihres 20-Jahre-Jubiläums unterstützt die SV Stiftung die Verbreitung von Foodsave-Banketten in der ganzen Schweiz mit einem Sonderbeitrag von CHF 100 000.–. An einem Foodsave-Bankett können Passantinnen und Passanten kostenlos ein feines Menu geniessen. Dieses bereiten Profiköche und Freiwillige aus Lebensmitteln zu, die wegen eines kleinen Produktionsfehlers nicht verkauft werden konnten – und sonst im Abfall landen würden. Eine Koordinationsstelle beim Verein foodwaste.ch hilft lokalen Trägerschaften, Foodsave-Bankette für die Bevölkerung zu organisieren.

### Die Foodsave-Idee multiplizieren

«Foodsave-Bankette sensibilisieren Menschen für den Wert, den überschüssige oder nicht verkäufliche Nahrungsmittel haben», sagt Beatrice Conrad Frey, Präsidentin der SV Stiftung. Da leistet der überreichte Jubiläums-Check einen wichtigen Beitrag. •





**Konzernsitz**

SV Group AG  
Memphispark  
Wallisellenstrasse 57  
Postfach  
CH-8600 Dübendorf 1  
T +41 43 814 11 11  
info@sv-group.ch  
www.sv-group.com

**Ländergesellschaften**

SV (Schweiz) AG  
Memphispark  
Wallisellenstrasse 57  
Postfach  
CH-8600 Dübendorf 1  
T +41 43 814 11 11  
info@sv-group.ch  
www.sv-group.ch

**Hotel**

SV Hotel AG  
Memphispark  
Wallisellenstrasse 57  
Postfach  
CH-8600 Dübendorf 1  
T +41 43 814 11 11  
info@sv-group.ch  
www.sv-hotel.ch

SV (Suisse) SA  
Route de Cité-Ouest 2  
CH-1196 Gland  
T +41 22 354 80 30  
info@sv-group.ch  
www.sv-group.ch

SV (Deutschland) GmbH  
Elisabeth-Selbert-Strasse 13  
D-40764 Langenfeld  
T +49 2173 20 77 0  
info@sv-group.de  
www.sv-group.de

SV (Österreich) GmbH  
Schwarzenbergplatz 2/1/4  
A-1010 Wien  
T +43 1 367 76 03 0  
office@sv-group.at  
www.sv-group.at