

## Martina Wick erhält ein Auto gesponsert

World Skills

Unsere World-Skills-Kandidaten müssen nicht nur hart trainieren. Sie werden auch geschult, motiviert und belohnt.

Was für eine Motivationsspritze! Martina Wick durfte Ende März bei der Autogarage von Rotz in Wil/SG ein Auto abholen. Sie wird die Schweiz als Restaurantfachfrau an den World Skills vertreten. Die Autogarage sponsert ihr bis zu den World Skills im August einen Toyota Yaris Hybrid. Das Auto wurde ihr während der Frühlingsausstellung von der Autogarage feierlich übergeben.

Doch auch das Trainieren kommt nicht zu kurz: Unter den fachkundigen Augen ihrer Coaches Sabrina Keller und Martin Amstutz übte Martina Wick das Aufdecken eines Bankettisches, das Öffnen und Einschenken von Champagner, das Flambieren eines Bœuf Stroganoff und die Betreuung der Gäste.

Alle World-Skills-Teilnehmer absolvierten eine Medienschulung bei Suissetec in Lostorf/SO. Nach dem Mittagessen durchliefen sie in kleineren Gruppen verschiedene Workshops. Das praktische Radio- und TV-Interview-Training bei diversen Fachleuten mit anschliessender Analyse und Verbesserungsvorschlägen war spannend und lehrreich. Zudem hatten die Teilnehmer eine kurze Session Mentaltraining, lernten, wie der perfekte Auftritt vor Publikum aussieht und wie man ein Referat ideal vorträgt. Mit Merkpunkten, Informationen sowie Checklisten verliessen sie Lostorf.

Videodreh und DV

Das Gelernte konnte Martina Wick gleich bei einem anschliessenden Videodreh bei Sponsor CC Alligro anwenden. Gemeinsam mit Martin Amstutz besuchte sie zudem im Restaurant Waldegg in Teufen/AR die Delegiertenversammlung der Hotel & Gastro Formation SG/AR/AI/FL, welche sie unterstützt. SARAH SIDLER



Mehr Informationen unter:  
<https://swiss-skills.blog>

## Aida erhält Award, A-Rosa fährt sauber

Ob auf den Weltmeeren oder auf Flüssen: Der Kreuzfahrtenmarkt wächst ungebremst weiter. Die Reedereien investieren in grössere Schiffe und in saubere Energie.

Die schwimmenden Hotels zeichnen Wachstumszahlen, von denen die klassische Hotellerie an Land nur träumen kann. Seit 2009 ist die Anzahl Passagiere von 17,8 Millionen auf 30 Millionen angestiegen.

Besonders hoch im Kurs scheinen bei den Passagieren die Schiffe der Aida Cruises zu stehen. Immerhin ist das Unternehmen zur vertrauenswürdigsten Kreuzfahrtreederei Deutschlands gewählt worden, so das Ergebnis der jährlich vom Magazin «Reader's Digest» durchgeführten Studie «Trusted Brands». Die Befragung von 4000 Personen erfolgte offen, das heisst, es wurden ihnen keine Marken- oder Firmennamen zur Auswahl vorgeschlagen. «Vertrauen ist die Grundlage für eine erfolgreiche, dauerhafte Kundenbeziehung. Daher ist die Auszeichnung für uns Ansporn und Verpflichtung zugleich», sagt Hansjörg Kunze. Er ist Vice President Communications & Sustainability\* bei Aida Cruises.

Umweltschonendere Schiffe

Nachhaltigkeit ist bei den Reedereien ein wichtiges Thema, besonders bei Neubauten. 2018 lief die «Aida Nova» vom Stapel, das erste Kreuzfahrtschiff, das zu 100 Prozent mit umweltschonendem Flüssigerdgas (LNG) betrie-



Immer mehr Familien entdecken das Kreuzfahren für sich. ZVG

ben wird. 2021 und 2023 wird die Aida-Flotte durch zwei weitere LNG-Schiffe vergrössert.

**«Vertrauen ist die Grundlage für eine erfolgreiche, dauerhafte Kundenbeziehung.»**

HANSJÖRG KUNZE,  
VICE PRESIDENT COMMUNICATION  
& SUSTAINABILITY BEI AIDA CRUISES

Auch die Flüsse werden künftig umweltschonender befahren. Die A-Rosa-Flussschiff GmbH hat gerade ein E-Motion-Schiff mit Batterieantrieb und Luftblasentechnik in Auftrag gegeben. Es wird ab Frühling 2021 auf dem Rhein eingesetzt und hat 140 Kabinen. Die Doppelkabinen sind 21 Quadratmeter, die Familienkabinen sogar 28 Quadratmeter gross. (RIF)

\*Sustainability = Nachhaltigkeit

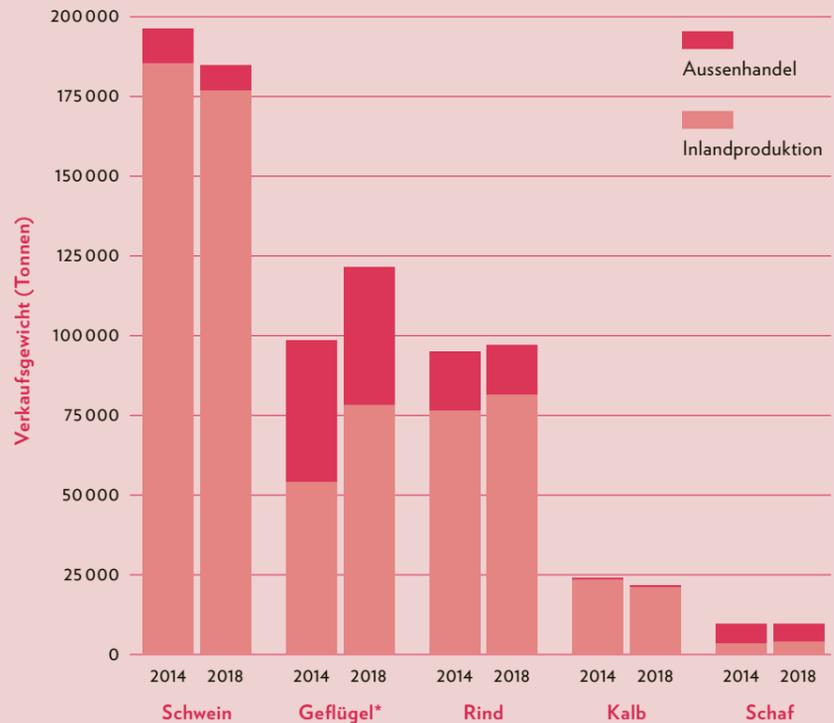


Mehr Informationen unter:  
[www.proviande.ch](http://www.proviande.ch)

STATISTIK DER WOCHE

## FLEISCHKONSUM IN DER SCHWEIZ

Entwicklung des Fleischkonsums in den letzten Jahren



\*Der markant höhere Geflügelkonsum geht unter anderem auf eine neue Berechnungsmethodik zurück.

Quelle: Proviande

## Schweizer Fleisch ist gefragt: Angebot und Nachfrage nehmen zu

In der Schweiz wurde im vergangenen Jahr mehr Fleisch produziert, während die Importe abnahmen. 82 Prozent des Gesamtkonsums stammen aus dem Inland.

Die Schweizer Fleischbranche versorgte den heimischen Markt im vergangenen Jahr mit 445 105 Tonnen Fleisch. Das ergibt einen Pro-Kopf-Konsum von 52 Kilogramm verkaufsfertigem Fleisch pro Jahr. Davon stammen 82 Prozent aus inländischer Produktion.

Eine im Januar durchgeführte repräsentative Befragung von 800 Privatkonsumenten in der West- und Deutschschweiz ergab, dass 94 Prozent der Befragten regelmässig Fleisch essen. Davon konsumierten nach eigener Einschätzung 6 Prozent «eher mehr», 22 Prozent «eher weniger» und 72 Prozent «gleichviel» Fleisch wie vor fünf Jahren.

Qualität vor Quantität

Wie das Schweizer Ernährungsbulletin 2019 zeigt, nimmt der Pro-Kopf-Konsum von Nahrungsmitteln generell ab. Ursache dafür ist unter anderem die Abnahme des Energiebedarfs in der heutigen Gesellschaft. Andererseits

sinkt mit steigendem Durchschnittsalter der Energiebedarf – ältere Menschen konsumieren weniger Nahrungsmittel als jüngere. Aber auch Ernährungs- und Fitnesstrends tragen dazu bei, dass sich der Nahrungsmittelverbrauch verändert.

**Die Nachfrage nach Pouletbrüsten wächst überproportional.**

«Den sich wandelnden Konsumgewohnheiten und dem veränderten Nahrungsmittelbedarf gilt es auch in der Lebensmittelproduktion Rechnung zu tragen», schreibt die Branchenorganisation Proviande in einer Mitteilung. Die Zeiten steigender Konsummengen seien vorbei, dafür steigen die Ansprüche an Qualität und einen sorgsamem Umgang mit dem Tier und der Umwelt. Dem wolle die Schweizer Fleischbranche Rechnung tragen und die Wertschätzung und Anerkennung von Schweizer Fleisch wieder steigern.

Viele Milchkühe geschlachtet

Im Vergleich zum Vorjahr stieg die Fleischmenge des Rindviehs am meisten an, nämlich um 7,1 Prozent. Da die Trockenheit die Beweidung zeitweise unmöglich machte, entschieden sich viele

Milchproduzenten, ihre Tiere zur Schlachtung zu bringen. Dieses Fleisch wurde zu Wurstwaren, Hamburgern oder Hackfleisch verarbeitet. Hier ist die Nachfrage nach wie vor gross. Oft muss das Inlandangebot mit Importen ergänzt werden – nicht so 2018. Die Fleischeinfuhren gingen um 3,6 Prozent zurück.

Auch die inländische Geflügelfleischproduktion stieg 2018 noch einmal an, nämlich um 5,8 Prozent auf rund 78 000 Tonnen. Trotzdem mussten zusätzlich rund 45 000 Tonnen importiert werden, um den Bedarf zu decken. 83 Prozent der Importe wurden als Pouletbrüste bezogen. Die Nachfrage nach diesen Teilstücken wächst überproportional, während vom inländischen Geflügel nicht alles für den menschlichen Konsum verwertet werden kann und im Haustierfutter landet. Die Schweizer Verarbeiter setzen sich daher zum Ziel, von jedem inländischen Geflügelschlachtkörper möglichst alles Fleisch für den menschlichen Verzehr zu nutzen. Sie setzen in der Entbeinung deshalb neue Technologien ein, mit welchen die Ausbeute von qualitativ hochwertigem Rohmaterial für die Geflügelcharcuterie erhöht werden kann.

Die Schweinebranche passte ihre Produktionsmenge der sinkenden Nachfrage an, so dass die Inlandproduktion um 3,2 Prozent abnahm. (AHÜ)