

Trends auf dem Tisch

Das Geschäft mit Teller, Glas und Messer habe sich in den letzten Jahren gewandelt, sagt Sandra Roth, Marketingleiterin der Markus Hans Group. Auch weil das Küchenpersonal mitentscheide.

Interview: Tobias Hüberli | Fotos: z. V. g.



Die Markus Hans Group besteht aus fünf unabhängigen Firmen, vier davon beliefern die Schweizer Gastronomie mit Table-Top-Artikeln. Kommt man sich da gegenseitig nicht ins Gehege?

Sandra Roth: Eigentlich nicht. Unsere Unternehmen Berndorf und Victor Meyer beispielsweise existieren beide seit über 100 Jahren. Im Markt sind sie zwar Mitbewerber, haben aber eine eigene Ausstrahlung. Sie differenzieren sich nicht nur im Sortiment, sondern sprechen auch eine andere Kundschaft an.

Wie unterscheiden sie sich?

Vor allem in der Art des Verkaufs. Bei Victor Meyer geht es schneller, cooler, vielleicht auch etwas unkomplizierter zu und her. Zu Berndorf wiederum fühlen sich tendenziell grössere Kundinnen und Kunden aus dem gehobenen Gastrono-

miesegment hingezogen. Bei Berndorf werden sie regelrecht umsorgt.

In welchem Zustand befindet sich der Schweizer Table-Top-Markt?

Grundsätzlich geht es ihm gut. Nach den pandemiebedingten Lockdowns hatten wir zwei gute Jahre. Viele Wirtinnen und Wirte hatten die Zeit genutzt, um ihr Konzept zu überarbeiten oder aufzufrischen. Auch auf der Angebotsseite ist viel los, es kommen ständig neue Produkte in den unterschiedlichsten Farben und Materialien auf den Markt.

Wo entstehen diese Trends?

Das ist schwierig zu sagen. In der Schweiz ganz bestimmt nicht. Wir sind wahrscheinlich vom Naturell her nicht so experimentierfreudig, wie das zum Beispiel die Menschen in den nordischen Län-



Sandra Roth verantwortet unter anderem das Design der Bestecklinie von Berndorf.

dern sind. Für mich ist das noch praktisch. Wenn ich auf einer internationalen Messe etwas Neues sehe, bleibt mir in der Regel genug Zeit, um darauf zu reagieren, weil es bei uns sowieso erst zeitverzögert zum Thema wird.

Was dürfen wir dieses Jahr erwarten?

Die Teller werden weniger bunt. Ich tippe auf eher blässere, sanftere Naturfarben. Und ich bin davon überzeugt: Weisses Porzellan wird ein Comeback feiern.

Wie hat sich Ihr Geschäft in den letzten Jahren gewandelt?

Wir verkaufen immer noch Teller, Besteck oder Gläser. Aber es hat sich viel getan, allein schon was die Materialien anbelangt. So hätte man sich früher nie getraut, Keramikgeschirr in die Gastronomie zu verkaufen. Das Bruchrisiko war

einfach zu hoch. Heute ist genau das gefragt. Auch das einst verpönte Holz sieht man nun überall. Die Köchinnen und Köche reden heute mit, wenn es darum geht, neues Table Top anzuschaffen, das war früher nicht so.

Wie wirkt sich das aus?

Der Grad an Individualität ist gestiegen. In vielen Betrieben kriegen die Gäste bei jedem Gang ein anderes Geschirr serviert. Es muss nicht mehr alles aus einem Guss sein. Wer es sich leisten kann, lässt sogar seine eigenen Teller töpfern.

Was genau gefällt Ihnen an Ihrer Aufgabe?

Die Vielseitigkeit. Bei uns geht es darum, mit schönen Produkten feines Essen zu inszenieren. Das ist mit vielen positiven Emotionen verbunden. Zudem kann ich in meiner Position kreativ sein. Ich ent-



scheide mehrheitlich selbst, was wir ins Sortiment aufnehmen, und verantworte ausserdem das Design der Bestecklinie von Berndorf. Kurz zusammengefasst: Mein Job ist sehr abwechslungsreich.

Was erwarten Sie fürs Jahr 2024 aus wirtschaftlicher Perspektive?

Wer gut arbeitet, dem geht es auch gut. Allerdings ist es in Zeiten von Inflation und Fachkräftemangel anstrengend, gut zu sein. Ich spüre bei vielen Gastgeberinnen und Gastgebern, dass sie zurzeit ein bisschen abwarten – und erst einmal schauen, wie sich die Lage entwickelt. Da kommt uns zugute, dass wir als Gruppe nicht nur Table Top, sondern auch Küchenausstattungen oder Speiseverteillogistiksysteme anbieten. Wenn jemand gerade keine Teller braucht, dann dafür vielleicht Pfannen. ■

Fünf Firmen unter einem Dach

Die in Sempach Station domizilierte Markus Hans Group vereint fünf eigenständig geführte, zum Teil über 100 Jahre alte Unternehmen. Während die Firmen Berndorf, Victor Meyer und WMF Professional das Gastgewerbe mit hochwertigem Table Top, Service- und Küchenmaterial beliefern, ist die Hupfer Schweiz AG auf den Vertrieb von Küchenlogistik und Grossküchentechnik spezialisiert. Das Unternehmen Kreavita wiederum beliefert den Fachhandel. Zurzeit beschäftigt die Markus Hans Group insgesamt 64 Mitarbeitende.

markus-hans.ch