

DIE FBMA IST DIE IDEALE PLATTFORM FÜRS NETWORKING

INTERVIEW:
BERNADETTE BISSIG

Die Food & Beverage Management Association (FBMA) ist stolz auf die Partnerschaft mit Unternehmen, die sich mit ihren Produkten und Dienstleistungen in der Branche zu bedeutenden Trendsettern entwickelt haben. «Hotelier» hat sich mit Tiziano Marinello unterhalten, der seit drei Jahren Preferred Supplier der FBMA ist.

HOTELIER: Tiziano Marinello, was hat Sie dazu bewogen, Mitglied der FBMA zu werden?

TIZIANO MARINELLO: Ich bin nun seit zehn Jahren im Familienunternehmen tätig und kenne die FBMA natürlich schon lange. Die Vereinigung ist eine ideale Plattform für die Netzwerkpflege zwischen Zulieferern und Gastronomen. Das ist sehr wichtig für uns. Denn Gastronomie ist ein People-Business, man will die Köpfe dahinter kennen.

HOTELIER: Was bringt Ihnen die FBMA-Mitgliedschaft?

MARINELLO: Sehr viele Vorteile. Ich habe vor drei Jahren Susanne Gantenbein als neue Geschäftsleiterin eingestellt. Da war die FBMA natürlich ein Jackpot. Sie hat so in kürzester Zeit ein grosses Netzwerk aufbauen können. In der FBMA kriege ich mit, was die Gastronomen wollen. An Events und Anlässen sitze ich mit F & B-Managern oder Gastronomen am Tisch, die Einfluss auf den Einkauf nehmen.



TIZIANO MARINELLO
Inhaber und
Geschäftsführer
Marinello + CO

Wie funktioniert das Aufnahmeverfahren?

MARINELLO: Es gibt einen Schlüssel, gemäss dem die Preferred Partner aufgenommen werden. Es wird darauf geachtet, dass die Zusammensetzung ausgewogen ist. Es wird bis zu einem gewissen Grad darauf geachtet, dass man Präsenz zeigt und regelmässig an Anlässen teilnimmt.

HOTELIER: Wie viel kostet eine Mitgliedschaft?

MARINELLO: Eine Mitgliedschaft kostet 4000 Franken. Das ist viel Geld, aber man sollte sich auch vor Augen führen, was ein Kundenbesuch kostet. Es ist etwas anderes, wenn man beispielsweise in Mallorca im Rahmen der jährlichen FBMA-Reise mit einem Kunden zwei Tage verbringen kann. Das ist viel wertvoller. Zudem wird an den Anlässen und Events stets ein sehr hochstehendes Programm geboten. Die Mitglie-

der spüren den Puls der Zeit und erhalten Einblicke hinter die Kulissen von Betrieben, deren Türen ihnen ansonsten verschlossen geblieben wären.

HOTELIER: Welches Potenzial wird aus Ihrer Sicht in der FBMA noch zu wenig genutzt?

MARINELLO: Man könnte den fachlichen Austausch allenfalls noch etwas vertiefen und beispielsweise junge Gastronomen unterstützen. Denn es sind so viele ausgewiesene Profis Mitglied der FBMA, die ihren Job aus dem Effeff beherrschen. So ein Coaching könnte ja auch in ganz unkompliziertem, informellem Rahmen geschehen. Zudem fände ich es schön und wünschenswert, wenn man den Service mit Schulungen besser unterstützen würde. Servicefachleute haben in der Regel ein fundiertes Wissen über Wein, aber sie wissen wenig über Fleisch, Fisch und

WIE MAN FBMA-MITGLIED WIRD

Sind Sie in einer Kaderposition in der Hotellerie oder Gastronomie tätig und möchten sich beruflich besser vernetzen? Oder beabsichtigen Sie, als Zulieferer Partner der FBMA zu werden? Haben Sie ausserdem Interesse, aktiv an unserem Vereinsgeschehen teilzunehmen? Dann bieten wir Ihnen die Möglichkeit, als

Info-Mitglied an einem Anlass Ihrer Wahl teilzunehmen mit dem Ziel, sich gegenseitig kennenzulernen. Über die definitive Aufnahme entscheidet anschliessend der Vorstand der FBMA. Fühlen Sie sich angesprochen? Dann melden Sie sich doch einfach über unsere Verbandsseite. fbma.ch

Gemüse. Da könnten gerade wir als Preferred Suppliers in unseren Bereichen einiges an Wissen vermitteln. Auch mit Produzentenbesuchen und Degustationen.

HOTELIER: Sie haben beim Gemüse die Nase vorne. Auf welchen Trend können sich die Gastronomen in naher Zukunft einstellen?

MARINELLO: Was das Gemüse anbelangt, wird die Aubergine das neue Trendgemüse. Ein umfassenderer Trend ist hingegen Farm-to-table. Bei dieser Tendenz wird jedoch der Zwischenhandel zu Unrecht oft verteuert, und uns wird angekreidet, dass wir zu teuer seien. Doch dabei wird oft vergessen, dass das Gemüse vom Bauern zum Gastronomen gelangen muss. Im Weiteren bündelt der Bauer im Gegensatz zu uns nicht. Er verkauft nur sein Gemüse und seine Produkte. Wenn man dies alles in Betracht zieht, sind wir viel günstiger als der Direktbezug.

HOTELIER: Wie eng arbeiten Sie mit lokalen Produzenten zusammen?

MARINELLO: Sehr eng. Wir arbeiten intensiv mit sehr vielen lokalen Produzenten zusammen. Viele unserer Basisprodukte stammen aus einem Umfeld von 20 Kilometern. Diese Produzenten habe ich jeden Tag am Telefon, und ich sehe sie jeden Tag auf dem Markt bei uns.

HOTELIER: Ein abschliessendes Wort von Ihnen zur FBMA?

MARINELLO: Die FBMA ist ein idealer Ort, um Grabenkämpfe zwischen Gastronomen und Lieferanten zu beenden. Ich will, dass es der Gastronomie gut geht und dass die Abläufe so effizient wie möglich gestaltet werden. Denn es geht um den Gastroplatz Schweiz. Zürich beispielsweise soll zu einem kulinarischen Hotspot wie Kopenhagen werden. Dafür müssen wir zusammenarbeiten und sollten uns nicht über Preise streiten. ←

Agenda 2018

16. Oktober

TOUR DE GOURMAND

Die FBMA besucht Top-Winzer und -Gastronomen in der Bündner Herrschaft. fbma.ch

12. November

«THE CIRCLE»

Die FBMA besichtigt «The Circle» am Flughafen Zürich. fbma.ch



ANZEIGE

A1000

DIE NEUE GENUSS-DIMENSION.



Jede Person hat einen eigenen, persönlichen Lieblings-Kaffee. Für diese enormen Ansprüche haben wir von Franke die neue, wegweisende A1000 entwickelt. Sie ist 5-mal einzigartig:

- **Neu iQFlow™:** Der intelligente Extraktionsprozess standardmässig
- **Mit 6 Flavors** für noch mehr Kaffee-Genuss
- **Intelligente Kühleinheit:** Bis zu 2 Milchsorten mit 2 parallelen Kühlkreisläufen
- **CleanMaster:** Vollautomatisches Reinigungssystem serienmässig
- **Multimedia-Touchscreen:** Video inklusive Ton, Nährwert- und Allergen-Informationen



Mit der A1000 wird Kaffee zum ganz persönlichen Lebensstil. a1000.franke.com



we put the iQ in coffee

MAKE IT
Wonderful!



reddot award
product design

