

Aromen mischen

Silvio Wigger Sein guter Geschmackssinn und sein chemisches Fachwissen helfen ihm beim Entwickeln neuer Getränke. So verpasst Rivella keine Trends.

ANDREA SÖLDI

Fruchtig schmeckt das rosa Wässerchen, angenehm säuerlich und leicht prickelnd. Ein Durstlöscher für zwischendurch, aber auch passend zu einer Mahlzeit. «Schorlen werden immer beliebter», sagt Silvio Wigger. «Der Trend geht in Richtung weniger Zucker», weiss der Lebensmitteltechnologe, der seit einem Jahr bei der Firma Rivella im aargauischen Rothrist arbeitet. Die neue Himbeer-Rhabarber-Schorle ist sozusagen sein erstes Produkt, das er von Anfang an selber entwickelt hat.

Wie viel Arbeit hinter so einem neuen Getränk steckt, kann sich ein Laie kaum vorstellen. Von der ersten Idee bis zum marktfertigen Produkt kann es gut und gerne ein Jahr dauern. «Bei der neuen Schorle bereiteten uns zum Beispiel die Sedimente grosse Probleme», erklärt Wigger und verweist auf ein paar feine Krümel gräuliche Substanz am Boden der Flasche. Zudem müsse das Zusammenspiel von Süsse und Säure optimal austariert werden und einem breiten Geschmacksempfinden entsprechen. Konkretes darf er aber nicht verraten: Berufsgeheimnis.

Von der Erfahrung zum Verstehen

Sein Know-how hat er an einer Fachhochschule erworben. Vor einem Jahr hat er an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften in Wädenswil das Bachelor-Studium Lebensmitteltechnologie abgeschlossen. Als gelernter Koch war das Fachgebiet für ihn naheliegend: «Ich wollte mit Lebensmitteln zu tun haben.» Fünfzehn Jahre lang hatte er in verschiedenen renommierten Restaurants in der Innerschweiz gekocht und für kurze Zeit auch an der Hotelfachschule unterrichtet.

Daraufhin strebte er eine berufliche Neuorientierung abseits des Küchenalltags an und wünschte sich mehr intellektuelle Herausforderung. Zuerst galt es aber, die Berufsmaturität nachzuholen. Bereits während des Studiums setzte er einen Schwerpunkt auf Getränke. Drei Jahre lang befasste er sich mit Verarbeitungsprozessen von Lebensmitteln, Ernährungslehre, industriellen Produktionsanlagen, Verpackungen sowie rechtlichen Vorgaben zu Qualität und Hygiene. «Ich begann zu verstehen, was sich beim Kochen und Zusammenmischen auf molekularer Ebene abspielt», erklärt Wigger.

Mit Zunge und Technik

Neben den biologischen und chemischen Grundlagen sind Zunge und Gaumen für ihn aber auch heute noch unentbehrliche Instrumente. «Der gut entwickelte Geschmackssinn kommt mir im



Silvio Wigger (33)

Name: Silvio Wigger
Geboren: 31. Dezember 1985
Wohnort: Luzern
Ausbildung: Berufslehre als Koch, Berufsbildnerkurs und Weiterbildung zum Gastronomiechef. Berufsmaturität, Bachelor-Studium in Lebensmitteltechnologie an der ZHAW
Funktion: Produktentwickler

Mein FH-Profil:

«Vom Kochberuf her brachte ich praktisches Wissen über Lebensmittel mit. Im Studium lernte ich, Interaktionen verschiedener Zutaten sowie die industrielle Verarbeitung zu verstehen.»

neuen Job zugute.» Mehrmals täglich verkosten die drei Produktentwickler des Betriebs eine neue Mixtur. In einem Kühlschrank lagern Hunderte verschiedene Dosen mit Konzentraten aller nur denkbaren Früchte, Gemüse, Gewürze und Kräuter. Wie wohl Limette mit Bergamotte und Verveine schmecken mag? Ob Heidelbeersaft mit Kirsche und Ananas harmonisiert? «In unserem Beruf ist vieles Trial and Error», lacht Wigger, während er routiniert mit Glaspipetten, Pülverchen, Waage und Zuckermessgerät hantiert.

Niederländer lieben Rivella

Von den zwanzig bis dreissig Rezepturen, welche die Produktentwickler täglich zusammenmischen, werden lediglich zwei bis drei weiterverfolgt. Eine von hundert schafft es am Schluss bis in den Handel. Dabei haben auch die Kollegen vom Marketing ein Wörtchen mitzureden. Sie machen Vorgaben zu Kaloriengehalt, bestimmten Zutaten oder Geschmacksrichtungen, die gerade gefragt sind.

Der 1952 gegründete Familienbetrieb, zu dem auch die Marken Michel, Passaia und Urs gehören, beschäftigt gut 250 Mitarbeitende. Jedes Jahr verlassen über 100 Millionen Liter Erfrischungs- und Fruchtsaftgetränke die Produktionsstätte am Jurasüdfuss. Davon geht rund ein Drittel ins Ausland. Besonders die Niederländer haben das Schweizer Traditionsgetränk Rivella mittlerweile entdeckt. Doch ihre Vorlieben seien etwas anders als hierzulande, sagt Kommunikationsfachfrau Monika Christener. In den Niederlanden sind zum Beispiel künstliche Süsstoffe beliebter als in der Schweiz. Für den Export müssen die Rezepturen deshalb angepasst werden.

«Rivella ist Kult», lacht Silvio Wigger. «Die Marke war mir schon immer sympathisch.» Als ihn ein Kollege auf die freie Stelle aufmerksam machte, wartete er deshalb nicht lange und bewarb sich. Wenn sich der sportliche junge Mann in der Freizeit zu einer Klettertour aufmacht, packt er stets auch einige Flaschen seiner liebsten Rivella-Sorten in den Rucksack.

Ein Skitalent mit Gastgeberqualitäten

Sebastian Metry Er absolvierte die FH Hotelfachschule in Lausanne und gibt nun Gas als Hotelier in Zermatt.

ROBERT WILDI

Er kurvte schon als Knirps eleganter und rassistiger die Pisten hinunter als viele seiner Zermatter Altersgenossen. Als Sebastian Metrys Eltern 1990 am Fuss des Matterhorns ihr eigenes Hotel bauten, hatte der damals Siebenjährige nur den Sport im Kopf. Rauf und runter ging es die wunderbaren Pisten vor Ort. Metry durchlief alle regionalen Juniorenkader und wechselte als 15-Jähriger ans Sportgymnasium nach Engelberg, wo er neben täglichem Training schliesslich die Matura absolvierte. Zum Durchbruch im Skizirkus reichte es leider nicht ganz. Ein 15. Rang bei Schweizer Meisterschaften sowie die Möglichkeit, als Vorfahrer die Weltcup-Abfahrt am Lauberhorn sowie einen WM-Super-G zu bestreiten, blieben Metrys sportliche Höhepunkte.

«Die Luft da oben ist sehr dünn, und mir reichte es halt nicht ganz», bilanziert der mittlerweile 36-Jährige seine Sportkarriere heute gelassen. Das kann er sich leisten, denn Metry hat auch neben den Pisten kräftig Gas gegeben. Als sich die erträumte Ski-Weltcup-Karriere als nicht realisierbarer Traum entpuppte, schaltete er im Kopf schnell um und schrieb sich als 22-Jähriger für das viereinhalbjährige Studium an der renommierten Hotelfachschule Lausanne (EHL) ein. 2009 schloss er diese mit Bravour ab.

«Die Motivation, den Hotelbetrieb meiner Eltern der einst zu übernehmen und die Familientradition weiterzuführen, war bei mir eigentlich immer vorhanden», erinnert sich Metry. Mit seiner Schwester Anna wuchs er im Chalet Hotel Schöneegg auf, hatte schon als Kind früh mitgeholfen, wo Not am Mann war. «So etwas prägt einen natürlich.»

Um sich in der Branche die Sporen abzuverdienen, absolvierte der angehende Junghotelier sein erstes Praktikum gleich zu Beginn der EHL-Ausbildung im noblen «Beau Rivage Palace» in Lausanne. «Ich war drei Monate im Room Service und danach drei Monate in der Küche. Neben ersten Arbeitserfahrungen habe ich während dieser Zeit vor allem auch mein Sprechniveau in Französisch enorm verbessern können.» Das zweite Praktikum gegen Ende der Hotelfachschule folgte dann im Hotel Kronenhof in Pontresina.

EHL prägte den Unternehmergeist mit

Dass ihm seine Eltern bereits im Alter von 29 die operative Leitung des Vier-Sterne-Betriebs «mit der schönsten Sicht aufs Matterhorn» übertrugen, hat sich Sebastian Metry nicht nur mit einem enor-

men Einsatz vor Ort abverdient. Auch der in Lausanne aufgefüllte Wissensrucksack gab ihm die dafür notwendigen Instrumente in die Hand. «Ich habe vor allem im Bereich Marketing sowie von der professionellen Arbeitsweise, die uns Studierenden in Lausanne vorgelebt wurde, enorm profitiert», so Metry, der rasch auch für den Vorstand des Zermatter Hoteliervereins angefragt wurde. «Auch wurde mein starker Unternehmergeist, wenn ich das selbst so von mir sagen darf, stark von der EHL geprägt.»

Nur wenige Monate nach Metrys Einstieg ins Hoteldirektorenleben folgte ihm die jüngere Schwester Anna nach. Seither bilden die zwei im Chalet Hotel Schöneegg ein starkes Führungsduo. «Wir ergänzen uns gut: Während meine Schwester die Sparten Rezeption, Housekeeping und Front im Griff hat, kümmere ich mich ums Marketing, die Finanzen sowie Personal- und F&B-Fragen.»

Ambitionierte Investitionsstrategie

Den elterlichen Betrieb einfach nur verwalten wollte das ehrgeizige Geschwisterpaar von Beginn weg absolut nicht. «Es war uns wichtig, eigene Ideen reinzubringen und das Hotel auf künftige Herausforderungen vorzubereiten», sagt Sebastian



«Ohne vollen Einsatz ist kein Blumentopf zu gewinnen.»

Sebastian Johann Metry
Hoteldirektor

Metry. Die Folge sind namhafte Investitionen in Millionenhöhe, welche die Junghoteliers seit der Übernahme vor sechs Jahren bereits umgesetzt haben. Einerseits flossen die Gelder in die Erneuerung des Gebäudes selbst (neue Heizung, Treppenhäuser, Zimmerumbau und so weiter), andererseits wurde auch die Software verfeinert.

Vorwärts machen Metry & Metry auch im Gästemarketing und haben es in den letzten Jahren geschafft, sich mit dem Chalet Hotel Schöneegg neben den wichtigen Schweizer Stammkunden auch in Fernmärkten wie China und Indien immer besser zu positionieren. Eine hohe Jahresauslastung von zurzeit 82 Prozent bestätigt, dass der eingeschlagene Weg nicht verkehrt sein kann.

Für Sebastian Metry steht ausser Zweifel, dass der Erfolg nie zum Selbstläufer werden kann. «Wir müssen uns Jahr für Jahr ein Stück weit neu erfinden und immer hart an den Gästebedürfnissen dranbleiben. Dazu gehört auch die Pflicht, sich weiterzubilden.»

Vor allem im Informatikbereich will er sich in nächster Zeit noch viel mehr aktuelles Wissen aneignen. Da ist Sebastian Metry ganz der Sportler geblieben, als der er in Zermatt einst aufwuchs. «Ohne vollen Einsatz ist kein Blumentopf zu gewinnen.»

ANZEIGE



FHO
Fachhochschule Ostschweiz

Mit mehr Wissen in die Praxis

Master- und Weiterbildungsstudiengänge

- Technik, Informatik, Energie, Umwelt
- Bau, Raumplanung, Immobilien
- Digital Science
- Wirtschaft, Management
- Soziale Arbeit
- Gesundheit

Infoanlässe: www.fho.ch/weiterbildung

FHO Fachhochschule Ostschweiz: FHS St.Gallen / HSR Rapperswil / HTW Chur / NTB Buchs