

# MARINA HOFMANN

## «WIR WOLLEN DIE JUNGEN FÖRDERN»

Ohne sie geht gar nichts. Die Rede ist von Unternehmen, die sich für beide Kochnationalmannschaften stark machen. Wie Bianchi und deren «Mama für alles» Marina Hofmann.

HGZ: **Marina Hofmann, weshalb engagieren Sie sich für die Teams?**

MARINA HOFMANN: Wir finden es enorm wichtig, den Kochberuf zu unterstützen und die Wertschätzung dieses Berufs hochleben zu lassen. Wir wollen die Jungen fördern. So schulen wir zum Beispiel auch die Studenten der Hotelfachschule Belvoirpark in Zürich und jene der Schweizerischen Hotelfachschule Luzern SHL oder unterstützen den Wettbewerb Marmite Youngster Selection.

**Seit wann unterstützt Bianchi die beiden Schweizer Kochnationalmannschaften, und wie ist der Kontakt überhaupt zustande gekommen?**

Wir sind seit 2016 dabei. Der Kontakt kam über Tobia Ciarulli zustande. Er war ein langjähriger und treuer Bianchi-Kunde, bevor er zum Kochverband wechselte und zu seinem heutigen Job als Teammanager der beiden Kochnati-Equipen gekommen ist.

**Die Kochnationalmannschaft startet im Vergleich zu den Junioren ab diesem Jahr in neuer Formation. Welchen Eindruck haben Sie von den neuen Kochnati-Mitgliedern bekommen? Und was halten Sie von den Junioren?**

Ich habe zwar beim offiziellen Fotoshooting bereits alle Teammitglieder einmal gesehen, hatte aber

leider noch nicht die Möglichkeit, mit allen zu sprechen. Steven Duss und Norman Hunziker von der Junioren-Kochnati habe ich bereits etwas besser kennengelernt. Beide sind coole, offene Typen, maximal engagiert für ihre Teams. Sie haben einen guten Humor und eine gewisse Selbstkritik. Beides sind Dinge, die enorm wichtig sind für die grosse Herausforderung und Aufgabe, die sie nächstes Jahr am Culinary World Cup in Luxemburg erwarten.

**Apropos Luxemburg 2018. Welche Erwartungen haben Sie an beide Mannschaften?**

Ich erwarte gar nichts. Ich unterstütze, wo ich kann, und freue mich, wenn sie ihr gestecktes Ziel erreichen.

«Humor und Selbstkritik sind zwei Dinge, die wichtig sind für die kommenden Herausforderungen.»

**Verfolgen Sie persönlich das Kochkunstgeschehen, national wie international?**

Ja, auf jeden Fall. Das ist ein wichtiger Teil unseres Jobs. Um unsere Kunden optimal zu beraten, müssen wir immer wissen, was die aktuellen Trends sind. Dies sowohl auf nationaler wie auch auf internationaler Ebene.



Marina Hofmann ist Mitglied der Geschäftsleitung der Bianchi AG.

ZVG

**Werden Ihrer Meinung nach die beiden Nationalmannschaften noch zu wenig von der Öffentlichkeit wahrgenommen?**

Was meinen Sie mit Öffentlichkeit? Sprechen Sie von Branchenfachleuten? Da denke ich, dass die beiden Mannschaften immer mehr wahrgenommen werden. Sprechen Sie von der Öffentlichkeit im allgemeinen, könnte man schon noch mehr tun, um den Bekanntheitsgrad der beiden Teams zu steigern.

**Braucht es mehr Unternehmen wie Bianchi, die sich für die Teams einsetzen?**

Wenn ich die Sponsorenliste anschau, so hat es bereits namhafte Unternehmen dabei, die sich stark engagieren. Aber wahrscheinlich würde es auch noch ein paar mehr vertragen. Die finanziellen Auf-

wände sind für beide Teams sehr hoch. Die Köche geben unglaublich viel von ihrer Freizeit her, um die gesteckten Ziele zu erreichen. Teilweise reduzieren sie sogar ihr Arbeitspensum und verzichten somit auch auf einen Teil des Lohnes. Das tun sie, weil sie gewinnen wollen, aber sie tun es auch für die Schweiz. Dem sollte Rechnung getragen werden.

**Sie haben es bereits angedeutet. Bei Aktivitäten und Events in der Gastrobranche ist Bianchi sehr aktiv und an vorderster Front präsent. Welche Ziele verfolgen Sie mit Ihren vielen Engagements?**

Uns liegt der Nachwuchs am Herzen. Und wir wollen etwas für die Köche tun. So sind wir auch bei Chef Alps seit der ersten Stunde dabei. Der internationale Cooking Summit, der ja erst wieder vor we-

nigen Wochen in Zürich stattfand, ist einer der wichtigsten Branchenanlässe für alle, die weiterkommen möchten – ein «Must» für jeden Profi und jedes Nachwuchstalent aus der Gastronomie und Hotellerie.

«Namhafte Unternehmen engagieren sich für die Teams. Es könnte noch ein paar Sponsoren vertragen.»

**Eine letzte Frage: Wir reden von Kochkunst. Wie steht es eigentlich um die persönlichen Kochfähigkeiten der Marina Hofmann?**

Ich bin ein Genussmensch und eine leidenschaftliche Köchin. Ob es schmeckt, da müssen Sie meine Gäste fragen.

INTERVIEW JÖRG RUPPELT

### Über Co-Sponsor Bianchi

Kurz und bündig: Bianchi ist ein Familienunternehmen in der vierten (und bald fünften) Generation mit über 130 Jahren Tradition und Erfahrung in Import und Verarbeitung und Verkauf von frischen Lebensmitteln. Heute stehen die Brüder Giulio und Paolo Bianchi an der Spitze des Unternehmens, das 270 Mitarbeiter beschäftigt und mit 120 Fahrzeugen schweizweit Gastrobetriebe mit Fisch, Geflügel, Fleisch, Wild, Pasta und vielem mehr beliefert.  
[www.bianchi.ch](http://www.bianchi.ch)

**Sponsoren der beiden Schweizer Kochnationalmannschaften:**

**Hauptsponsoren:**  
SWICA Gesundheitsorganisation

**Co-Sponsor:**  
G. Bianchi AG

**Ausrüster:**  
Bragard Suisse,  
Electrolux Professional,  
GastroImpuls, KAI

**Partner der Schweizer Kochnationalmannschaft:**  
CCA Angehrn, Pacojet, Hero,  
Scana, Uncle Ben's

**Partner der Schweizer Junioren-Kochnationalmannschaft:**  
Boiron, Brunner-Anliker, Emmi  
Food Service, HUG AG, Prodega/  
Growa/Transgourmet, Wiberg

ANZEIGE



Bianchi und die Schweizer Junioren-Kochnationalmannschaft 2017

Die Besten arbeiten am liebsten mit den Besten. Deshalb sind sie auch die Besten.



Her riechts nach frisch.