

### FAKTENCHECK

## Swiss-Bestuhlung ist jetzt noch enger

Die Fluggesellschaft Swiss besitzt acht Boeing 777-300ER. Der Langstreckenflieger soll angeblich «mehr Beinfreiheit» bieten. Das Gegenteil stimmt.

**D**as neue Flaggschiff der Swiss heisst Boeing 777-300ER. Der Flieger kommt vor allem auf «ultralangen Strecken» zum Einsatz. Er ersetzt den Airbus A340. Acht «Triple Seven» stehen bereits im Einsatz. Zwei sollen in den kommenden Wochen folgen. Swiss behauptet auf ihrer Website: «Mit der Boeing 777-300ER setzt Swiss neue Massstäbe in Sachen Reiseerlebnis und Komfort.» Selbst in der Economy-Klasse bietet der neue Flieger «mehr Beinfreiheit und Komfort».

Der Augenschein auf einem Swiss-Flug von Hongkong nach Zürich zeigt: Im Vergleich zur A340 ist der Sitzabstand nicht grösser, sondern mit knapp 79 Zentimetern um 2,5 Zentimeter kleiner. Und die Swiss zwingt in der «Triple Seven» neu zehn Passagiere in eine Reihe - es gibt also zwei Sitze mehr. Bei der Konfiguration 3-4-3 bleiben zwischen den Sitzgruppen nur zwei schmale Gänge. Passagiere und Crew können sich fast nicht bewegen. Bei 12 Stunden Flugzeit herrscht auf den Gängen aber reichlich Verkehr.

Airlines wie Air India, Cathay Pacific, Japan Airlines, Singapore Airlines, Thai Airways und Turkish Airlines zeigen: Es geht auch anders. Bei ihnen sitzen die Economy-Passagiere in der Boeing 777-300ER in Neunerreihen.

Laut Swiss-Sprecher Stefan Vasic liege dem Entscheid für Zehnerreihen «eine sorgfältige Abwägung diverser unternehmerischer Faktoren zugrunde». Sprich: Mehr Sitze, mehr Einnahmen. Er räumt ein, dass der Sitzabstand beim neuen Swiss-Flaggschiff gegenüber der A340 verringert ist, dafür seien die Sitze anders konstruiert. Das bewirke mehr Beinfreiheit und Komfort.

Tipp: Auf Seatguru.com finden sich detaillierte Sitzpläne sowie Angaben zu Sitzabständen und -breiten der verschiedenen Airlines.

Thomas Lattmann

## Der Grillgeschmack ko

Latexhandschuhe und Spritzen kommen nicht nur in Spitälern, sondern auch in der Küche zum Einsatz: Mit Gewürz-Injektionen und Raucharoma können Köche nun Grilladen auf den Tisch zaubern - ganz ohne Grill.

**S**chweizer Köche sind offenbar bequem geworden. Anders lassen sich manche Produkte der Lebensmittelhersteller nicht erklären. Auf der «Internationalen Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie, Take-away und Care» in Basel präsentierten Ende des Jahres Hunderte Aussteller die «neusten Trends» in der Gastronomie. Allzu verlockend klingen die nicht.

Die Firma Hügli aus Steinbach SG beispielsweise bietet Pulled Pork «wie aus dem Smoker» an. Das beliebte Schweinefleisch wird eigentlich stundenlang in einem geschlossenen Grill - dem Smoker - gegart und geräuchert. Doch Hügli liefert Zutaten und Zubehör, damit es einfacher geht. Ganz ohne Grill.

### Der Fleischverstärker wird direkt in die Schweineschulter gespritzt

Das «Grillieren wie die Weltmeister» funktioniert folgendermassen: Zuerst verrührt man das Pulver «Stein's Best BBQ Meat Booster» (übersetzt etwa: «Bester Barbecue-Fleisch-Verstärker») mit etwas Wasser. Dann zieht man schwarze Latexhandschuhe an und injiziert die Mischung mit der metallenen Spritze «Aroma Injector» in ein Stück Schweineschulter. Nachdem man das Fleisch mit einer anderen Würzmischung eingerieben und mit Barbecue-Sauce übergossen hat, kommt es in einen normalen Backofen. Fertig ist die Grillspezialität.

Noch schneller geht es bei der Gastro-Firma Le Patron aus Böckten BL. Sie lie-



Ofen-Burger und Tiefkühl-Eier: Mit solchen

fert den fertigen Pulled-Pork-Burger mit samt Brötchen - einfach auftauen, erwärmen, servieren. Wer es nicht schafft, ein Ei in die Pfanne zu hauen, für den gibt es die «gelingsicheren», tiefgefrorenen

### Wer es nicht schafft, ein Ei in die Pfanne zu hauen, für den gibt es die «gelingsicheren», tiefgefrorenen Spiegeleier von Eipro.

Spiegeleier von Eipro aus Lohne (D). «Eipro gibt dem Ei neue Perspektiven», heisst es in einer Broschüre. Die Firma bewirbt das Tiefkühl-Ei als «echtes Naturprodukt» mit «natürlichem Geschmack und frischer Optik». Auch Rührei und

# mmt aus der Spritze



Fotos werben die Gastrokonzerne. Das Bild oben rechts zeigt die Geschmacksspritze

Omelettes gibt es aus der Gefriertruhe - letztere «traditionell geklappt» und «immer attraktiv in Form».

Bei Emmi in Emmenbrücke LU gibts die fertige «Cremige Basismasse für die süsse und salzige Anwendung»: Mit dem Gemisch aus Magermilch, Ricotta und Rahm lassen sich Quarktorten, Dessertcremen, Dipsaucen, Flammkuchen oder Baked Potatoes zubereiten. Die Vorteile der Masse: eine «stabile Konsistenz» und eine «effektive Produktion».

## Uto-Kulm-Koch ist begeistert von der Butter-Alternative

Für «schnittfeste und cremige Kreationen» wie Tiramisu oder Mousse» empfiehlt Emmi «Qimiq Classic». Es

besteht aus Halbrahm und Gelatine. Bei den Kunden kommt das offenbar gut an: Jährlich verkauft der Grosskonzern Emmi nach eigenen Angaben 66 Tonnen «Qimiq».

Der Food-Gigant Unilever beglückt Restaurants mit der Butter-Alternative «Phase Professional», hergestellt in Polen. Sie besteht zu 72 Prozent aus Palm- und Rapsöl und ist «30 Prozent günstiger» als Butter. Auf Youtube verkündet ein Koch des 4-Sterne-Hotels Uto Kulm auf dem Uetliberg ZH, damit spare er gegenüber dem Einsatz von Butter im Jahr «schnell 10 000 Franken». Das Hotel wollte die Aussage nicht kommentieren. Ob es den Gästen schmeckt, ist nicht bekannt.

Ueli Abt

## Schweiz in Zahlen

### Private leasen doppelt so viele Autos wie vor zehn Jahren

Leasing ist die teuerste Variante des Autofahrens (*saldo* 7/2017). Es vereinigt die Nachteile der Miete mit den Nachteilen des Eigentums: Der Leasingnehmer zahlt eine monatliche Miete und muss zusätzlich wie ein Eigentümer für den Unterhalt aufkommen und den Wagen versichern.

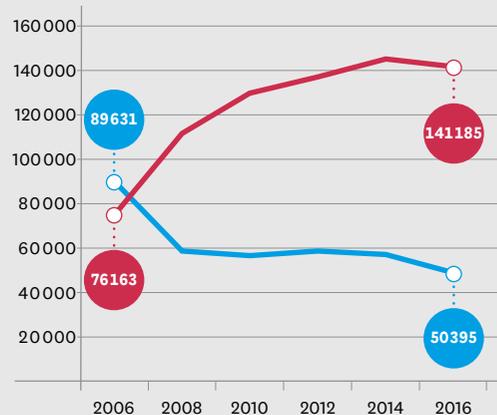
Dennoch boomt das private Auto-Leasing: 2016 schlossen 141 185 Lenker einen entsprechenden Vertrag ab. Zehn Jahre zuvor waren es erst 76 163. Das ist ein Plus von 85 Prozent innert 10 Jahren. Zum Vergleich: Im gleichen Zeitraum stieg die Zahl der zugelassenen Personenwagen um gut 14 Prozent.

Die durchschnittliche Leasingsumme pro Fahrzeug beträgt 32 000 Franken. Knapp zwei Drittel aller geleasten Autos sind Neuwagen.

2006 betrug der Anteil der Privatpersonen beim Autoleasing 45 Prozent. Der Rest waren Geschäftskunden. 10 Jahre später ist der Anteil der privat geleasten Autos auf 80 Prozent angestiegen. Das bedeutet: Die Unternehmen kaufen heute lieber ein Fahrzeug - das ist günstiger. *hel*

### Immer mehr Autos auf Pump

— Gewerbliches Auto-Leasing / Neuabschlüsse  
— Privates Auto-Leasing / Neuabschlüsse



QUELLE: SCHWEIZERISCHER LEASINGVERBAND (DECKT ETWA 80% DES LEASINGMARKTES AB)