

25. bis 28. Oktober 2026  
Messe Luzern

**BATTLE** OF

**ZAGG**

RESTAURATION UND KÜCHE

**PRÄSENTATION  
SPONSORING**



## IN KÜRZE

### **Datum**

Sonntag, 25. bis Mittwoch,  
28. Oktober 2026,  
jeweils 10 bis 18 Uhr

### **Veranstaltungsort**

Messe Luzern

### **Aussteller**

ca. 180 Aussteller in 2 Hallen

### **Durchführung**

seit 40 Jahren

### **Turnus**

alle zwei Jahre

# TREFFPUNKT FÜR PROFIS UND JUNGE TALENTE

Alle zwei Jahre wird die Zagg zum beliebten Treffpunkt für die gesamte Gastro- und Hotelleriebranche. Als familiäre Messe bringt die Zagg Menschen zusammen und stärkt die Verbundenheit zur Branche. Sie fördert den Nachwuchs, ermöglicht Wissenstransfer und begeistert mit Erlebnissen für alle Sinne.

Die Zagg ist eine unverzichtbare Netzwerk- und Informationsplattform für alle aktuellen und zukünftigen Fachkräfte der Schweizer Gastronomie und Hotellerie. 2026 feiert die Zagg ihr 40-jähriges Bestehen.



## ZIELGRUPPEN

Die Fachmesse richtet sich an ein Fachpublikum aus folgenden Bereichen:

- Gemeinschaftsgastronomie
- Hotellerie
- Metzgereien
- Restauration
- Take-away & Catering

Gleichzeitig spricht die Zagg den Berufsnachwuchs sowie ein interessiertes Publikum an.



Die rund 180 Aussteller bieten einen umfassenden Überblick über die aktuellen Trends der Branche, geben neue Impulse und inspirieren für den Berufsalltag. Zusätzlich bietet die Zagg ein attraktives Rahmenprogramm. Zu den Highlights gehören unter anderem der Battle of Zagg oder das Restaurant Dyhrberg.





Preisverleihung Battle of Zagg 2024

FÜNFTE RUNDE  
IM



RESTAURATION UND KÜCHE

by MARIO GARCIA,  
DAVID FÜGER UND  
DAVID A. PICENONI



Der Battle of Zagg feierte 2016 seine Premiere.  
Der Wettbewerb für Kochmannschaften und Restaurationsfachklassen wurde sofort  
zum Publikumsmagnet. Der praxisorientierte Teamevent geht 2026 in die fünfte Runde.





## DIE TEAMS ARBEITEN

# HAND IN HAND

Jeden Tag kochen zwei Betriebe gegeneinander. Neben arrivierten Fachkräften ist auch ein Lernender oder eine Lernende mit im Team. Den Service im Restaurant Battle of Zagg übernimmt eine Restaurationsfachklasse, die sich ebenfalls im Wettbewerb befindet. Die Teams werden von Fachjuroren und dem zahlenden Publikum bewertet.

Die Organisation wird von OK-Präsident Mario García, David A. Picenoni und David Füger übernommen.



## MAN FÜHLT DIE **SPANNUNG UND DYNAMIK**

Der Wettkampf ist eine kulinarische Herausforderung auf höchstem Niveau. Da die Kochmannschaften in Glasküchen arbeiten, können Publikum und Juroren jeden Arbeitsschritt der Dreierteams genau beobachten und bei der Entstehung der Kreationen hautnah dabei sein.

Ziel dieses einzigartigen Wettbewerbes ist es, die Leidenschaft und Hingabe von jungen motivierten Fachkräften einem breiten Publikum zu zeigen.





## DIE HERAUSFORDERUNG

# NAHE AM BERUFSALLTAG

Die Wettbewerbsaufgabe im Bereich Küche besteht darin, ein Brot-Konzept sowie drei Gänge zu präsentieren. Bei jedem Gang gibt es vorgegebene Pflichtprodukte, welche in verarbeiteter Form im Menü vorkommen müssen. In der restlichen Gestaltung sind die Teams frei.

Die Küchenteams bestehen immer aus drei Personen: einem Küchenchef, einem Chef de Partie sowie einem Lehrling. In gut vier Stunden kochen sie ihre Gerichte für 45 Gäste sowie für eine Jury.





FÜR DIE PRAXIS

# RAUS AUS DEM KLASSENZIMMER

Der Wettbewerb im Service ist eine aufregende Herausforderung für junge Talente der Gastronomie. Hier treten Teams aus je acht Restaurantfachpersonen im zweiten oder dritten Lehrjahr in verschiedenen Disziplinen gegeneinander an.

## **Vielfältige Aufgaben**

Die zu bewertenden Disziplinen umfassen die Bereiche Tischdekoration, Aufdecken, Mise en Place, Serviceorganisation und Verkauf mit Storytelling. Die jungen Talente beraten die Gäste bei der Getränke- und Speisenauswahl und zeigen ihre Fähigkeiten bei den Ergänzungskompetenzen in Form von Kaffee-Kreationen und -Beratungen, Mocktails und vertieften Weinkenntnissen.

SPONSORING

# SPRUNGBRETT UND MARKETING-PLATTFORM

Betriebe und Klassen im Wettbewerb können den Battle of Zagg als Sprungbrett und Praxistest nutzen.

Für Sponsoren und Partner bietet der attraktive Wettbewerb eine interessante Marketingplattform, die aktiv beworben und kommuniziert wird.







SPONSORING

# PRÄSENZ AM BATTLE OF ZAGG

## Logopräsenz

Als Partner des Battle of Zagg wird das Logo des Unternehmens in allen Kommunikationsmitteln des Wettbewerbs aufgeführt. Dazu gehören die Website, die Sponsorenwand, Social Media uvm.

## Präsenz vor Ort

Der Battle of Zagg mit Glasküchen und Restaurant präsentiert sich in einem speziellen Ambiente. Die Partner des Battle of Zagg erhalten eine visuelle Präsenz auf der Standfläche und auf den Screens.

## Nennungen und Auftritte

Der Hauptpartner des Battle of Zagg wird bei der Moderation im Restaurant und den Siegerehrungen namentlich erwähnt. Zudem erhält er die Möglichkeit für einen persönlichen Auftritt mit Kurzinterview.

## 365 Tage sichtbar

Auf der Website der Zagg erhalten die Partner des Battle of Zagg ein Ausstellerprofil sowie Beiträge. Damit haben sie die Möglichkeit, ihr Unternehmen sowie spannende Produkte, Dienstleistungen oder Hintergrundberichte einem interessierten Fachpublikum zu präsentieren.

## ÜBERBLICK

# LEISTUNGEN FÜR SPONSOREN

| Sponsorenpaket und Leistungen                                 | Gegenwert (in CHF) | Hauptsponsor   | Sponsor      | Co-Sponsor   | Partner    |
|---------------------------------------------------------------|--------------------|----------------|--------------|--------------|------------|
| Maximale Anzahl Sponsoren und Leistung in CHF                 |                    | 2 x   20'000.– | 4 x   8000.– | 6 x   4000.– | Naturalien |
| <b>Logopräsenz auf Printsachen</b>                            |                    |                |              |              |            |
| – Logo auf Pocket-Guide und Eintrittsticket (PDF)             | 1000.–             | ✓              | ✓            | ✓            |            |
| – Logo auf Gratisseintritte (80 Eingelöste)                   | 800.–              | ✓              | ✓            |              |            |
| <b>Digitale Präsenz auf der Messewebsite</b>                  |                    |                |              |              |            |
| – Logopräsenz auf der Startseite                              | 500.– bis 1000.–   | ✓ gross        | ✓ mittel     | ✓ klein      | ✓ klein    |
| – Umfassendes Aussteller-Profil und Beiträge                  | 500.– bis 1500.–   | 3 Beiträge     | 2 Beiträge   | 1 Beitrag    |            |
| <b>Präsenz vor Ort und Nennung bei Auftritten</b>             |                    |                |              |              |            |
| – Firmenlogo auf Standblende und Sponsorenwand                | 1000.– bis 3000.–  | ✓ gross        | ✓ mittel     | ✓ klein      |            |
| – Werbung auf Bildschirmen                                    | 500.– bis 1500.–   | ✓              | ✓            | ✓            |            |
| – Kurzinterview ca. 3 Min. während Live-Moderation            | 500.–              | ✓              |              |              |            |
| – Abgabe Give-Aways                                           | 500.–              | ✓              | ✓            |              |            |
| – Tischreservation für Besuchende (Anzahl Plätze insgesamt) * | 65.– p.P.          | 32             | 16           | 16           | 2          |
| <b>Digitale Präsenz nach der Messe</b>                        |                    |                |              |              |            |
| – Umfassendes Aussteller-Profil und sechs Beiträge            | 1200.–             | ✓              | ✓            | ✓            |            |
| Gegenwert an Medialeistungen                                  | 10'000.–           |                |              |              |            |

\* Das Kontingent gilt für drei Tage (Sonntag bis Dienstag). Die Plätze können auf verschiedene Tage aufgeteilt werden



## KONTAKT



**Suzanne Galliker**  
Messeleiterin

Tel. direkt 041 318 37 40  
[suzanne.galliker@messeluzern.ch](mailto:suzanne.galliker@messeluzern.ch)

Messe Luzern AG  
Horwerstrasse 87  
6005 Luzern

**Zur  
Sponsoring  
Anmeldung**

## ALLGEMEIN

# BEWERBUNG DER ZAGG

### Direct Mailing

Das Zielpublikum wird durch den Veranstalter, die Aussteller und Partnerorganisationen persönlich angesprochen. Unter anderem werden Newsletter und Mailings versendet und Social Media Posts veröffentlicht.

### Inserate

Die Zagg wird mit Inseraten, Reportagen und Bannern in Fachmedien beworben.

### Medienarbeit

Eine gezielte Medienarbeit bringt die Zagg und den Battle of Zagg in Zeitungen und Fachmagazine.

### Content Live Marketing

Das Zielpublikum wird durch spannende Beiträge auf der Messewebsite persönlich angesprochen. Die Aussteller präsentieren bereits im Vorfeld der Messe ihre innovativen Produkte und Dienstleistungen.

### Medienpartnerschaften

Bei der Kommunikation wird die Zagg von den Medienpartner aktiv unterstützt. Sie bringen die Messe, den Battle of Zagg und die Partner dem Publikum näher.

**ZAGG.CH**