



Lang

Mit seinen Kochworkshops am Stand von Milram Foodservice zog Heiko Antoniewicz zahlreiche Messebesucher an. Im Mittelpunkt standen die Neuheiten des Unternehmens und die Variationen, die Antoniewicz daraus kreativ zubereitete.

Internorga 2017

„Beste Internorga seit Jahren“

Trotz Verkürzung konnte die Fachmesse Internorga die Besucherzahlen auf hohem Niveau halten. Entsprechend zufrieden waren Aussteller und Besucher. Auch einige Neuheiten gab es zu sehen. VerpflegungsManagement hat sich vor Ort umgesehen und probiert.

Eigentlich war die Internorga schon immer eine erfolgreiche Messe, doch in den letzten Jahren waren die Besucherzahlen leicht rückläufig – und das verteilt auf sechs Veranstaltungstage. Manche Aussteller verbrachten den letzten Messetag eher mit Langeweile als mit Kundengesprächen. Nun wurde die Messe in diesem Jahr erstmals auf fünf Tage verkürzt und manche Unternehmen hatten Sorge, dass

weniger Besucher kommen und der Dienstag zum schwachen letzten Messetag werden könnte. Doch weit gefehlt: Laut Mitteilung der Messe Hamburg war die Internorga 2017 mit rund 96.000 Besuchern ein voller Erfolg – trotz der Verkürzung auf fünf Tage. Dabei präsentierten auf dem komplett ausgebuchten Messegelände rund 1.300 Aussteller ihre Produkte, Trends und Innovationen. Entspre-

chend zufrieden zeigt sich die Hamburger Messeleitung.

Zufriedene Besucher

Auch die Zufriedenheit der Besucher begeisterte die Messeveranstalter: 91 Prozent der Fachbesucher beurteilten die Fachmesse für den Außer-Haus-Markt mit sehr gut bis gut, 93 Prozent würden sie weiterempfehlen. Der Anteil der Entscheidungsträger unter den Besuchern lag bei rund 80 Prozent.

Und auch die Internationalität der Besucher bleibt mit sieben Prozent auf konstant hohem Niveau.

Die im letzten Jahr gestarteten Live-Wettbewerbe Next-Chef-Award und Gastro-Startup-Wettbewerb sind in diesem Jahr ebenfalls sehr gut bei den Besuchern angekommen. Mit diesen neuen Formaten sei es gelungen, gerade das junge Fachpublikum anzulocken, heißt es von der Messeleitung.



Noite

Bei Hellma, dem Spezialisten für Portionspackungen, gab es viel Neues in kleinem Format zu sehen, darunter leckeres Gebäck als Kaffee-Zugabe oder süße und herzhaft Snacks für zwischendurch.



Noite

Stellten den neuen Großbindewagen Multiserv III sowie weitere Speisenverteilsysteme von Socamel vor (v. l.): Anwendungsberater Michael Fuchs, Rist-Geschäftsführer Theodor Oliver Rist und Oliver Knauth, Vertriebsleistung Ost.



Lang

Johannes Wilhelm, Geschäftsführer Ascobloc (l.), und Dirk Gassen, Geschäftsführer Alexandersolia, präsentierten auf ihrem Gemeinschaftsstand das Snack Café, in dem die frischen Waren aus den Küchenmaschinen direkt vor den Augen der Besucher verarbeitet wurden.



Lang

Mit innovativen Konzepten anstelle von einzelnen Geräten überzeugte Blanco Professional auf drei „Ideeninseln“ die Besucher. Zufrieden mit der Resonanz zeigte sich Ralph Debes, Market-Directo D/A/CH von Blanco Professional.

Gewinner des Next Award 2017 ist der 26-jährige Maximilian Schultz aus der Kochwerkstatt Wiesbaden. Beim Gastro-Startup-Wettbewerb räumten Salt & Silver ab.

Glückliche Aussteller

Wie gut die Verkürzung der Messe bei gleichbleibenden Besucherzahlen bei den Ausstellern ankam, erläutert beispielsweise Christian Strootmann, Vorstand BHS Tabletop und Vorsitzender des Messe-Ausstellerbeirats: „Die diesjährige Internorga verlief wirklich ganz hervorragend. Es war unglaublich viel los in den Messehallen, und das gleich vom ersten Tag an. Die verkürzte Messelauf-

zeit war genau die richtige Entscheidung; die fünf Tage gehen mit sehr guten Gesprächen zu Ende.“

Ähnlich sieht es auch Klaus Engesser von Blanco Professional, der die Stellung der Internorga als Leitmesse in Deutschland bestätigt sieht: „Die Branche freut sich jedes Jahr zum Frühlingsanfang auf dieses Come-together.“ Und das spiegelte sich auch in der Stimmung auf dem Blanco-Messestand wider, wie Ralph Debes von Blanco Professional hinzufügt: „Die Stimmung war ausgezeichnet und wurde durch unseren neuen Auftritt unterstützt: Nicht Produkte standen im Fokus, sondern unsere Kompetenzen als

Lösungsanbieter.“ Dabei wurden die drei Themeninseln mit unterschiedlichen Konzepten als Ideengeber genutzt, deren Umsetzung auf sehr gute Resonanz stieß, wie Debes betont.

Lösungen gesucht

Als „beste Internorga seit Jahren“ bezeichnet Gert Behre, Vertriebsleiter Deutschland von Irinox, die Veranstaltung in Hamburg. Weil Schnellkühlen und Schockfrostgeräte in Deutschland vergleichsweise noch wenig verbreitet seien, habe es ihn umso mehr gefreut, dass Kunden nach diesen Themen auf dem Irinox-Stand gefragt hätten. „Die Kunden suchen Lösungen, um ihren Küchenall-

tag besser gestalten zu können“, ergänzt der Kältefachmann und betont: „Unserer Erfahrung nach möchten Kunden, die den Gewinn an Speisenqualität und Flexibilität durch Schnellkühlen erfahren haben, nicht mehr zurück und sind mehr als zufrieden mit Irinox-Geräten.“ Laut Manfred Kohler, Vertriebsdirektor D/A/CH von Hobart, herrschte an allen fünf Tagen Hochbetrieb an den Messeständen des Herstellers, so dass die Erwartungen im Hinblick auf die Besucherzahlen sogar noch übertroffen worden seien. Ein Thema, das zunehmend in den Fokus rückt, sei die Digitalisierung, betont Kohler, weshalb man bei der Vorstellung der



Lang

Der sprühenden Fantasie von Isi-Geschäftsführer Thomas Saatz (M.), Reiner Gronau-Leipold (l.) und Wolfgang Reimann waren keine Grenzen gesetzt.



Lang

Vertriebsleiter Günter Schröder und Marketingleiter Lennart Mogk präsentierten Hupfer mit einem neuen Standkonzept zur Internorga.



Poppe

Die neue Spül-App von Hobart: Vertriebsleiter Manfred Kohler (l.) erklärte Verpflegungs-Management-Chefredakteur Ralf Lang die Funktionen.



Poppe

Bei Frischli konnte Marketing-Leiterin Kaja Schnell (l.) die Besucher von den neuen attraktiven Cheesecake-Desserts überzeugen.

neuen App für das clevere Spülen durchweg positives Feedback von den Messebesuchern erhalten habe. Auch insgesamt sei das Interesse und die Neugier auf Produktneuheiten sehr groß gewesen: „Stark nachgefragt wurde in diesem Zusammenhang unsere neue Hobart-Care-Geschirrspülmaschine, deren spezielle Spültechnik an die besonderen Anforderungen in Pflegeeinrichtungen ausgerichtet ist“, sagt Kohler. Auch die Präsentation der neuentwickelten Heißluftdämpfer sowie das innovative Effizienzkonzept der Bandspülmaschine seien ein voller Erfolg gewesen.

Vernetztes Kochen

Ein Highlight im Messeprogramm setzten Rational und Frima mit dem Vernetzungsthema „Connected Cooking“. Dazu sagt Christian Frieß, Direktor Marketing-Kommunikation D/A/CH von Rational Großküchentechnik: „Das Interesse an Vernetzungslösungen ist auch in unserer Branche angekommen und wird in nächster Zeit sicher eine rasante Weiterentwicklung erleben. Wir haben hiermit eine weitere Innovation präsentiert, die noch mehr Kundennutzen für unsere Anwender bieten wird.“ Auch für die gesamte Präsentation des neuen Selfcooking-Centers und für die Live-Präsentationen zieht der Landsberger Herstel-

ler ein durchaus positives Fazit: „Die Internorga ist und bleibt eine der wichtigsten Messen für uns.“ Der Hersteller Rieber hatte in diesem Jahr ebenfalls einen sehr positiven Eindruck von der Internorga, wie Sabine Kühne betont. „Ab Tag eins war die Messe sehr gut besucht – nicht nur quantitativ, sondern auch qualitativ“, erklärt die Marketing-Leiterin. Für die gute Stimmung am Rieber-Stand sorgten vor allem die Neuheiten, wie beispielsweise die standardisierten Logistikhösungen mit Gitterboxen inklusive Equipment. Hinzu kamen Neuheiten bei Thermoporten sowie das modulare und flexible Ausgabesystem „Diecafeteria“ und – ganz wichtig – die Check-Lösung, das Digitalisierungs- und Ordnungssystem, basierend auf einer Cloud-Anwendung. Das alles stand unter dem Motto „Transparenz vom Acker auf den Teller“. Mittlerweile existieren vier Check-Partnerschaften mit T-Systems, Kärcher, MHP und IFCO.

Besser abrechnen

Auch im Bereich Software wurden in Hamburg manche Neuheiten präsentiert. So hat das österreichische Unternehmen Kost mit der Patienten- und Kundenverwaltung und dem kostformgenauen Bestellsystem für Patienten und Bewohner



Lang

In Zukunft ist das Spülen mit Meiko-Maschinen noch einfacher und leichter, wie Schwarz an der neuen M-iClean H zeigte.



Notte

Präsentierte den kompakten Regenerationsofen von Nordcap: Produktmanager Carsten Hülsmann.

eine durchgehende Lösung für den Care-Bereich gezeigt – von der Veröffentlichung über die Bestellung bis zur Produktion und Auslieferung. Im neugestalteten Programm wurde eine Vielzahl von Anregungen der Kunden berücksichtigt: So erscheint die Benutzeroberfläche nun im übersichtlicheren Design. Auch das Webportal bietet neue zeit- und ressourcensparende Funktionen. Weitere Webshops und Menübestellsysteme können auf der Plattform freigeschaltet werden, was Patienten unter anderem ermöglicht, zusätzliche Artikel bequem zu bestellen.

Beitrag zur Lebensmittelsicherheit

Das Thermohauserteam blickt auf eine gesprächsintensive Internorga zurück. Dabei habe

die Verkürzung der Messe auf fünf Tage dem Branchenhighlight des Außer-Haus-Marktes außerordentlich gutgetan, wie Kristina Dubs von Thermohauserteam mitteilt. Das Unternehmen konnte nicht nur während der gesamten Messetage eine höhere Frequenz und ein intensiveres Interesse feststellen, auch die Gespräche seien konstant von hoher Qualität gewesen. Präsentiert wurde die gesamte Produktpalette zum Thema isolierter Speisentransport. Stolz präsentierte Thermohauserteam auch eine besondere Auszeichnung, die es vom Bundesverband der Lebensmittelkontrolleure (BVLK) gab. Der Verband empfiehlt die Verwendung der EPP-Boxen GN 1/1, Universal und die PP-Box Inlay, weil sie im Bereich des Lebensmittel- und Speisentransportes einen



Lang

Die Talkrunde „Leitfaden zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen beim Catering“ am Inform-Messestand diskutierte über die Anwendbarkeit und die Tipps im gleichnamigen Leitfaden.



Lang

Mit Connected Cooking wollen Frima-Vorstand Michael Fuchs (l.) und Deutschland-Geschäftsführer Dirk Schlottbom die Großküchen stärker vernetzen.



Einen gesunden Eiweiß-Drink mit Eifix Eiweiß hielt Marketing-Managerin Silvia Peuker am Stand von Eipro bereit.



Der Geschmack Norwegens: Variationen vom Sjø bot Sylvia Ludwig von Friesenkronen den Besuchern zum Verkosten.

erheblichen Beitrag zur Gewährleistung der Lebensmittelsicherheit leisten können.

Laut Thomas Saatz, Geschäftsführer Isi Deutschland, war die Stimmung in Hamburg hervorragend: „Wir können sagen, dass sich die Teilnahme an der Internorga für Isi wieder voll und ganz gelohnt hat. Die Internorga ist ein absolutes Muss.“ Dennoch sei es wieder bemerkenswert gewesen, wie erstaunt noch viele Besucher darüber seien, was man alles mit der Isi-Technik umsetzen könne. „Mit dem Thema Rapid-Infusion konnten wir die Besucher davon überzeugen, wie einfach heute das Aromatisieren erfolgen kann“, freut sich Saatz.

Kreative Anwendung

„Besser besucht als im Vorjahr“, sieht Sven Kreitz, Marketingle-

iter Milram Food-Service, die Internorga 2017 und ergänzt: „Wir konnten viele interessante Gespräche führen und spannende Kooperationen planen oder direkt vor Ort umsetzen. Alles in allem war die Internorga wieder ein hervorragender Branchentreff und aus unserer Sicht sehr erfolgreich.“ Die vielen Fachbesucher hätten großes Interesse an Neuheiten gezeigt, vor allem aber an der Zubereitung. „Entsprechend stießen unsere beiden Kochstationen, an denen Profiköche Tipps für die kreative Anwendung gaben, auf große Resonanz“, sagt Kreitz. Im Mittelpunkt standen die neuen „Würzigen Drei“ und die „Dessert-Sorten des Jahres“. Die Menschentraube während der mittäglichen Kochshow von Heiko Antoniewicz hat laut Sven Kreitz einmal mehr den



Das Unox-Team rund um Verkaufsleiter Thomas Barsekow (2. v.l.) zeigte mit den Cheftop-Combidämpfern von Unox, wie Design, Gar- und Produktqualität jede Großküche bereichern.

Anspruch von Milram bestätigt, „Küchenleitern kontinuierlich neue Inspirationen für ein erfolgreiches Tagesgeschäft zu liefern“.

Matjes-Genusswelten von gehoben bis straßentauglich zeigte Friesenkronen auf der diesjährigen Internorga. Besonders die Innovation Sjø – echter norwegischer Matjes – kam sehr gut bei den Besuchern an. „Unsere Internorga-Aktionen waren ein voller Erfolg“, sagt Sylvia Ludwig und ergänzt: „Wir haben gezeigt, was man aus einem natürlichen Rohstoff alles zaubern kann. Vor allem junge Messebesucher haben sich durch die tollen Sjø-Rezepturen von Sterneköchin Julia Komp zum norwegischen Matjes bekehren lassen.“ Neben Sjø und Friesisch Tapas zeigten die Marner Fischfeinkost-Experten auch Streetfood-taugliche Konzepte und für weitere Verzehrsituationen die gesamte Bandbreite der Matjes- und Heringsprodukte: vom Einsatz in der Sozialgastronomie über Fleischer- und Bäckerfachgeschäfte, Betriebsrestaurants und Catering bis zur Spitzenküche.

Bayerische Gemütlichkeit

Auf dem Frischli-Stand waren die Besucher vor allem von der Vielfalt an Dessertspezialitäten angetan – insbesondere vom trendigen Cheesecake-Dessert und dem erfrischend fruchtigen Buttermilch-Dessert Heidelbeere. Neben den Neuprodukten war der im April gestartete exklusive Vertrieb der frischen Molkereiprodukte des Familienunternehmens Wieshoff wichtiges Gesprächsthema am Messestand. „Die Internorga bildet für uns immer einen echten Höhepunkt im Jahr – und unsere hohen Erwartungen wurden nicht nur erfüllt, sondern übertroffen“, resümiert Kaja Schnell, Marketing-Managerin Foodservice bei Frischli. Es sei daher eine richtige Entscheidung, den Messeauftritt

als Bühne für die Präsentation von Neuprodukten zu nutzen. „Die Verkostungen der Neuprodukte sowie die Gespräche mit Stammkunden und potenziellen Neukunden sind enorm inspirierend für uns, um Profi-Köche auch weiterhin mit innovativen Produktideen zu begeistern“, sagt Kaja Schnell. Dass Knödel Emotionen hervorrufen können, bewies in diesem Jahr der Aussteller Burgis. „Die Internorga 2017 war für uns im wahrsten Sinne des Wortes ein Fest, das wir mit zahlreichen Entscheidern der Branche an unserem Messestand im Biergartenlook feierten“, sagt Geschäftsführer Timo Burger. Hochwertige, ergebnisorientierte Gespräche und ein großes Interesse für das Neuprodukt Käseknödel führten laut Burger zu dieser Bilanz. „Unsere Knödel haben sich durch Geschmack und Variantenreichtum in die Herzen der Fachbesucher gerollt – die Branche verkauft nicht nur Essen, sondern Emotionen. Knödel als Herzstück der bayerischen Küche transportieren Genuss und Gastlichkeit zum Gast. „Für den Verwender sind die hochwertigen Burgis-Produkte gelingsicher und sehr gut kalkulierbar“, ist das Fazit von Timo Burger. Für Christian Wolf, Inhaber und Geschäftsführer von Wolf Wurstspezialitäten, war die Internorga 2017 ebenfalls erfolgreich: „Zusammen mit den Kollegen von Burgis haben wir bayerische Gemütlichkeit an die Elbe gebracht.“ Der atmosphärische Biergarten und die innovativen Neuprodukte wie das Lammgulasch oder das Kalbbsgeschnetzelte seien sehr gut angekommen. ▶ Ralf Lang

Internorga 2018

Die 92. Internorga findet vom 9. bis 13. März 2018 auf dem Gelände der Hamburg Messe statt.