

INTERGASTRA

Volles Programm

Die Intergastra in Stuttgart hat 2010 ihre Position als wichtige Gastro-Messe in Deutschland nach 2008 erneut eindrucksvoll untermauert.



Ein deutliches Ausrufezeichen setzte die Stuttgarter Messe in diesem Jahr hinter ihre Veranstaltung, die 2010 ihr 25jähriges Jubiläum feierte. Wohl noch nie war eine Intergastra so modern und inspirierend, waren sich viele Besucher einig. Dazu trugen vor allem auch die 980 Aussteller der Messe bei, die ihre Innovationen mit viel Optimismus und Einsatz präsentierten. Sie trafen auf einen sehr hohen Fachbesucheranteil, was dieses Engagement auch wirklich sinnvoll erscheinen ließ. Zum Erfolg der diesjährigen Messe

trug sicherlich aber auch das ausgefeilte Rahmenprogramm der Messe bei. Der Lebensmittel Praxis Verlag, mit seinen Magazinen Top Hotel, Küche, Catering Inside und Convenience Shop, beteiligte sich diesmal mit drei Veranstaltungen rund um den Stuttgarter Branchentreff.

Eine echte Premiere gab es für den 1. Deutschen Hospitality Kongress in Stuttgart. Er war am Vortag der Messe die viel beachtete Jahresauftaktveranstaltung für Entscheider aus Gastronomie, Hotellerie und Catering im Congress-Zentrum

der Messe. Den versammelten Entscheidern wurden Wege zu einer nachhaltigen Geschäftsverbesserung aufgezeigt. Die Teilnehmer erfuhren von hochkarätigen Referenten, wie man zu neuen Lösungen kommt. Weiteres Veranstaltungs-Highlights zur Intergastra war der 15. Grand Prix der „Ausgewählten Tagungshotels zum Wohlfühlen“ des Fachmagazins Top Hotel sowie die renommierte Veranstaltung „Ausbilder des Jahres“ der Zeitschrift Küche, die beide an unterschiedlichen Tagen im Stuttgarter Maritim Hotel stattfanden und sich erneut als Besuchermagnete in ihren Branchen profilierten.

Auch die Messe-Veranstalter selber ziehen eine sehr positive Bilanz. „Mit mehr als 80.000 Besuchern haben wir unsere geplante Besucherzahl voll erreicht“, sagte Stuttgarts Messegeschäftsführer Ulrich Kromer. „Sie ist die einzige Fachmesse im deutschsprachigen Raum mit einem umfassenden Getränke- und Foodangebot“, so Kromer weiter. Nach Erhebungen der Messe interessierten sich die Besucher vor allem für die Bereiche Küchentechnik und Zubehör sowie Nahrungsmittel und Spezialitäten (je 42 Prozent), gefolgt von Kaltgetränken (32 Prozent).

Vor Ort waren auch Betreiber aus der Convenience-Branche. „Es sind etliche Leute an unserem Stand gewesen, die mit einem Café oder einem Kiosk starten wollen und einen Partner suchen“, zitiert die Messe Hans-Peter Heisig, Verkaufsleiter bei Melitta. Auf der folgenden Seite stellen wir Ihnen unsere Auswahl der interessantesten Intergastra-Neuheiten für die Convenience-Branche vor, die wir mit einem Show Star auszeichnen. jk

www.EDNA.de

sandwich
heaven



HIMMLISCH LECKER

Das Erfolgskonzept zur

INTER
GASTRA

Alle Informationen unter: www.edna.de/sandwichheaven

FRANKE BREMER

Eine Vielzahl neuer Möglichkeiten



Für die Leistungsklasse um 150 Tassen am Tag hat Franke Bremer die neue Kaffeemaschinen-Generation Pura vorgestellt. Mit den zwei Grundmodellen Pura Pronto und Pura Fresco stehen eine Milchpulver- und eine Frischmilchversion zur Auswahl. Beide verarbeiten frische Kaffeebohnen. Das Unternehmen hat nach eigenen Angaben die Funktionalität deutlich in den Vordergrund gestellt. Der Anwender profitiert, von der Bedienung über die Reinigung bis zum Handling, von einem neuartigen Konzept. Dafür gibt es den Show Star in der Kategorie **Effizienz**. In Puncto Optik wurde die Pura bereits mit den IF Design Award 2010 ausgezeichnet. Das Design sei „gezielt auf den Anwender abgestimmt“ und effektiv in Szene gesetzt, so Franke Bremer.



ADELHOLZENER

Coffein-Kick ohne Kaffee-Geschmack



Näher an seinem Produkt Active O2 positioniert Adelholzener sei Produkt Active O2 coffee kick. Das Coffein bleibt, aber ohne Kaffee-Geschmack. Statt dessen gibt es jetzt die fruchtigen Geschmacksrichtungen Himbeer und Mango. Damit hat sich die Marke den Show Star in der Kategorie **Line Extension** verdient. Das Produkt ist mit natürlichem Koffein aus der Kaffeebohne angereichert (50 mg Koffein pro 0,75-l-Flasche). Mit der 15-fachen Menge an Sauerstoff ausgestattet, verbindet dieses Produkt „Erfrischung und Belebung auf bislang einzigartige Weise“, teilt das Unternehmen mit. Adelholzener hat diese Produktrange außerdem einem Design-Relaunch unterzogen: Die transparente Vorderseite öffnet ab sofort den Blick auf das Foto einer realen Bergwelt, auf der Innenseite der Flasche.



DITSCH

Rustikal liegt wieder im Trend

Exotische Spezialitäten sind zweifellos im Snack-Geschäft stark gefragt. Dennoch gibt es darüber hinaus eine Hinwendung der Verbraucher zu klassischen, eher rustikalen Varianten. Darauf setzt jetzt auch der TK-Backwaren-Spezialist Ditsch mit seinem neuen Holzfälerbrot. Dafür gibt es den Show Star in der Kategorie **Produkt-Konzept**. Das neue Produkt, mit dem das Unternehmen sein Bruscetta-Angebot ergänzt, wird fertig belegt, vorgebacken und dann tiefgefroren. Auf dem dunklen Brot werden Zutaten wie Knoblauch, Speck, Käse, Zwiebeln und Schnittlauch zu einem rustikalen Genuss zusammengeführt.



DR. OETKER

Moderne Suppen schnell zubereitet



Moderne Suppen, schnell und problemlos zubereiten, das ist in den Bistros der C-Shops nicht einfach. Dafür bietet Dr. Oetker jetzt Granulate an. Diese vereinen laut Unternehmen die Vorteile von Pulver- und Pastenprodukten. Durch die Streufähigkeit und Löslichkeit der neuen Eto-Suppen-Range aus dem Crossover-Segment – Royal Curry-Mango, Royal Möhren-Ingwer und Royal Avocado – soll ein problemloses Nachdosieren möglich werden. Dafür gibt es den Show Star in der Kategorie **Handling**. Die Suppen bieten eine „ideale und gelingsichere Basis für die moderne und leichte Küche“, können aber auch als Grundlage für individuelle Kreationen dienen. Außerdem können sie als Sauce verwendet werden.



EDNA

Sandwich-Genuss in neuer Dimension



Mit seiner neuen Produktlinie SandwichHeaven will Edna die Shop-Betreiber dabei unterstützen, das Umsatzpotenzial mit Baguettes & Co. voll auszuschöpfen. Kreativer Mittelpunkt des Konzeptes ist die neue Art der Sandwichzubereitung unter dem Namen „Croust'wich“. Dabei werden Belag und Brötchen getrennt voneinander aufbewahrt. Der Belag wird zubereitet und separat frischgehalten, das Baguette bleibt knusprig und wenn gewünscht auch warm. Erst beim Kauf wird beides vom Bistro-Mitarbeiter per „Sandwich Schaukel“ zusammengeführt. Dafür gibt es den ShowStar in der Kategorie **Innovationskraft**. Edna liefert sowohl die Backwaren als auch das Equipment und Rezepte für das neuartige System.

