**Neue Gastro-Konzepte aus dem Oldenburger Münsterland auf der Internorga 2018**

Regionale Aussteller ziehen positive Messebilanz

**Hamburg.** Die zwölf Aussteller aus den Landkreisen Cloppenburg und Vechta zeigten sich beim Informationsbesuch des Verbundes Oldenburger Münsterland auf der Internorga in Hamburg sehr zufrieden mit dem diesjährigen Messeverlauf. Bestimmende Themen waren neben neuen Gastro-Konzepten vor allem der Fokus auf Voll-Convenience-Produkte. Vor dem Hintergrund des zunehmenden Personalmangels in der Gastronomie, kann den Verantwortlichen auf diese Weise mit qualitativ hochwertigen Produkten die Arbeit erleichtert werden. „Die Internorga ist für uns ein gutes Stimmungsbarometer und eine gute Möglichkeit an einem Tag mit vielen Unternehmen aus dem Oldenburger Münsterland im Gespräch zu bleiben“, fasste Verbundpräsident Johann Wimberg seine Eindrücke zusammen.

**HAGOLA Gastronomie-Technik** aus Goldenstedt präsentierte den Fachbesuchern eine Vielzahl an innovativen Produktlösungen in den Bereichen „Kühlen, Warmhalten und Präsentieren von Speisen und Getränken“. Eine echte Messeneuheit war in diesem Jahr der Teighumidor. Das rundum einsehbare Gerät unterstützt den natürlichen und notwendigen Teiggärungsprozess, gibt den Teigen und Teiglingen dabei Raum für Lagerruhe und ermöglicht gleichzeitig den Kunden einen Einblick in die Backstube und das traditionelle Bäckerhandwerk. „Um echte Bäckerqualität für den Kunden sichtbar und erlebbar zu machen, haben wir den Teighumidor entwickelt. Kunden können so die Qualität guter Backwaren nicht nur schmecken, sondern diese bereits im Herstellungsprozess beobachten, denn die Teigruhe ist auch heute noch der Schlüssel für Aroma, Konsistenz und Frischhaltung bei hochwertigen Backwaren“, erklärte Geschäftsführer Stefan Rakers.

**Karsten Romeikat** aus Barßel präsentierte den Messebesuchern wasserauflösende Label und Etiketten nach dem europäischen HACCP-Standard für die Vielfalt an Dokumentationspflichten im Lebensmittelbreich. Diese werden für jeden Kunden individuell produziert und ausschließlich über einen Webshop vertrieben. Die Etiketten gewährleisten ein permanentes Haften und können unter heißem Wasser innerhalb weniger Sekunden komplett ohne Rückstände aufgelöst werden. Sie sind zudem tiefkühltauglich, biologisch abbaubar, hygienisch und eignen sich somit für jeden Lebensmittelbreich.

**Sprehe Geflügel und Feinkost** aus Cloppenburg war zum dritten Mal auf der Internorga vertreten. Sprehe-Vertriebsleiter Franz-Josef Stärk unterstrich den diesjährigen Messetrend hin zu einem Vollconvinience-Sortiment: „Der Trend zu schnell zubereitetem Essen ist deutlich erkennbar. Die Komponente Zeit spielt in der Küche eine immer größere Rolle“. Neu im TK-Sortiment war u.a. eine fertig gebratene Geflügel-Bratwurst, die nur noch kurz erhitzt werden muss.

**EIPRO** aus Lohne als Marktführer für innovative Ei-Convenience im Großverbraucher-Segment präsentierte den Fachbesuchern das klassische Lebensmittel Ei in vielen neuen Perspektiven. Messeneuheit war der Rührei-Snack „Snegg“, der Großverbrauchern wie Kiosken und Tankstellen eine Vielzahl an Einsatzmöglichkeiten für den Snack-to-go Bereich bietet. Das weitere Sortiment reicht von frischen Teigen für Waffeln, Kaiserschmarren & Co, die direkt aus dem Tetra-Pak zubereitet werden können, bis hin zu Eiern, die in einem innovativen und deutschlandweit einmaligen Verfahren in der Schale pasteurisiert werden können. „Die sogenannten „Peggys“ eröffnen selbst Krankenhäusern und Seniorenheimen wieder die Möglichkeit, weichgekochte Eier und Spiegeleier anzubieten. Vor kurzem haben wurden wir dafür mit dem Gastronomiepreis „Best of Market 2018 im Bereich Hygiene & Food“ ausgezeichnet“, so Geschäftsführer Walter Peuker.

Vertriebsleiter Torsten Neumann von **Schne-frost** aus Löningen zeigte sich mit dem Messeverlauf sehr zufrieden: „Die Internorga ist eine sehr wichtige Messe für uns und bietet uns eine ideale Plattform, um unsere Neuheiten dem Handel, den Verwendern und den Gastronomen im direkten Gespräch zu präsentieren“. Im Mittelpunkt der diesjährigen Messe standen verschiedene Trend-Produkte der Marken Schne-frost und Avita aus den drei Kernbereichen Gemüse, Kartoffeln und Snacks. „Das Ziel bei unseren Produkten ist stets einen handgemachten Charakter mit der nötigen Convinience zu vereinen“, so Neumann weiter. Trendthema in diesem Jahr war vor allem die Süßkartoffel: Sche-Frost stellte dazu mit den „Süßkartoffel-Gnocchi“ und den „Sweet Potato Churros“ gleich zwei Messeneuheiten vor.

Der neue **Vierlande** Messestand auf der Internorga stand in diesem Jahr unter dem Motto „Streetfood trifft Gastronomie“. Der Food-Service Spezialist aus Essen/Oldb. stellte verschiedene Produkte rund um die Kartoffel im Street Food Style vor. Dabei bietet ein Baukastenprinzip diverse Variationsmöglichkeiten. So können beispielsweise Kartoffelbeilagen wie Potato Dippers oder Wedges mit verschiedenen Toppings wie Pulled Pork oder Chili Con Carne und Saucen in großer Vielfalt kombiniert werden. Eine weitere Messeneuheit waren frische Obstsalate sowie ein Müsli Bircher Art, die optimal für den Einsatz im To Go & Grab‘n‘Go-Bereich geeignet sind.

**WIESENHOF Gastro-Service** ließ auf der diesjährigen INTERNORGA Timo Hinkelmann den Kochlöffel schwingen. Der TV-Koch, der unter anderem aus der Kochshow „The Taste“ bekannt ist, bereitete die neuen Gerichte der Marke Paul´s im stylischen WIESENHOF Restaurant „Chickens Inn“ lecker und knusprig vor. Hierbei handelte es sich um sechs verschiedene to-go-Snacks sowie Gerichte für die Tellermitte: Chicken Tomahawk Holzfäller Art, Chicken Haxx´n Hot BBQ, Hähnchen-Kippelinge, Chicken Popcorn, Hähnchenbrustfiletstreifen und das Hähnchen-Geschnetzelte. „Mit unseren Paul´s-Kreationen wollen wir dem Foodservice und der Systemgastronomie leckere und wandelbare Geflügel-Produkte vorstellen, die sowohl für den schnellen Snack als auch für den bewussten Genuss eines Tellergerichtes perfekt geeignet sind“, sagte Vanessa Böhm, Junior Product Manager bei WIESENHOF.

Geschäftsführer Norbert Dreckmann von der **Fleisch-Krone Feinkost** GmbH aus Essen/Oldb. präsentierte drei neue Burger-Pattys aus seinem TK-Sortiment: Truthahn-Burger, Hereford-Burger und Steakhouse-Burger. Die Spezialisten für HighConvenience-Hamburger gehören zu den führenden Anbietern am Markt und garantieren mit dem Burger-Trio ein authentisches Genusserlebnis mit Grillstreifen und traditioneller Handmade-Optik. Die vorgebratenen Produkte lassen sich im Convectomaten, in der Pfanne oder auf dem Grill schnell und bequem zubereiten. Im Bereich Schnitzel wurde eine neue Austria-Panade vorgestellt: „Wir wollen weg von der Industrieoptik und ein authentisches Produkt mit einer natürlichen Optik und Geschmack anbieten“, so Dreckmann.

**BSK Fahrzeug-Vertrieb** aus Mühlen BSK zeigte in Hamburg wieder 2 Verkaufsmobile: 1 x den Mercedes Sprinter und 1 x den Mercedes Citan. Der Sprinter ist nach wie vor unangefochtener Marktführer im gewerblichen Bereich bei den 3,5-t-Transportern in Deutschland seit vielen Jahren. Im Herbst 2016 hatte BSK die Kooperation mit der BÄKO Süd für den Mercedes Citan als Liefer-Flitzer vorgestellt. „Bundesweit hat sich der „Kleine“ etabliert mit seiner elektrischen Kühltheke, dem Hygiene-Paket und 2 Jahren Garantie auf alles“, so Geschäftsführer Dominik Bornhorst. Ein weiteres Highlight in diesem Jahr wird die Auslieferung von zwei Mercedes Sprinter Fanmobilen an den Fußball-Bundesligisten Bayer 04 Leverkusen sein.

Geschäftsführer Detlef Schröder von **Kiesel-Plakate System** aus Barßel berichtete über einen überaus erfolgreichen Messeverlauf. Mit rund 2.000 verschiedenen Produkten für den Point-of-Sale wie Straßenaufstellern, individuellen Halterungen für Preisschilder, Acryl- und Tafelaufstellern sowie Fahnen bedient das Unternehmen als Marktführer in diesem Segment einen großen Kundenstamm wie z.B. Bäckereien und Apotheken. Auch die LED-Technik spiele in der Branche eine immer größere Rolle.

Johannes Göken vom **Honighof Göken** aus Thüle stellte den Besuchern neben den bewährten Dispensersystemen für Honig, Konfitüren und Nuss-Nougat eine Honigwabe im Edelstahldisplay für das Frühstücksbuffet vor. Als Neuheit wurde dem Publikum in diesem Jahr war ein Pancake-Automat vorgestellt. Auf Knopfdruck wird vollautomatisch ein Pancake hergestellt, der am Ende durch die Sirups, Honige und Marmeladen aus dem Hause Göken verfeinert werden kann. Das Display ermögliche eine hochwertige Präsentation, die insbesondere von hochklassigen Hotels europaweit nachgefragt wird.

Erstmals auf der Internorga vertreten war die **Unternehmensgruppe European Convenience Food** aus Garrel, welche ihr umfangreiches Portfolio im Bereich tiefgekühlter Convenience-Produkte für den Foodservice-Markt auf einem neu gestalteten Messestand mit einem Foodtruck zeigte. Unter der Marke „vegeta“ wird dem Außer-Haus-Markt ein Sortiment von mehr als 100 vegetarischen und veganen Produkten angeboten. Verkaufsleiter Benedikt Oltmann und Vertriebsleiter Christian Ferneding präsentierten den Messebesuchern unpanierte und panierte Gemüsespezialitäten, Getreide- und Körnerspezialitäten, gefüllte Spezialitäten und Gemüse in Backteig.

Als feste Größe begrüßte die INTERNORGA – die Leitmesse für den gesamten Außer-Haus-Markt mit rund 1.300 Ausstellern aus rund 25 Ländern Besucher aus Deutschland und dem Rest der Welt, darunter 12 aus dem Oldenburger Münsterland. „Die Stimmung bei den Unternehmen war überwiegend sehr gut und zeigt, dass die wirtschaftliche Entwicklung in unserer Region weiterhin positiv ist“, fasste Verbund-Vizepräsident Herbert Winkel die Eindrücke des diesjährigen Besuchsprograms zusammen. Gemeinsam stellten beide Landräte fest, dass der Bedarf an Fachkräften weiter wächst.

Fotos: Thomas Westermann / Verbund OM.