



PRESSEMITTEILUNG

März 2019

## **Neue Gastro-Konzepte aus dem Oldenburger Münsterland auf der Internorga 2019**

### **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 für die Entwicklung in der Branche 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“. Highlights in diesem Jahr waren die mobile und flexibel einsetzbare Eventtheke „YOURBAR“, der innovative Gärschrank Teighumidor

und die exklusiven Weinklimaschränke mit patentierter Flaschenlagerung. Darüber hinaus wurde das umfangreiche und vielseitige Showcase-Programm, welches individuell auf die unterschiedlichsten Waren (z. B. Kuchen, Salate etc.) ausgelegt ist, weiterentwickelt. „Wir haben den Edelstahlaufbau im Präsentationsbereich formschöner und eleganter gestaltet. Zusätzlich ist die Ausführung „Isolierglas“ jetzt mit ganz neuen Glasaufsätzen ausgestattet. Diese bieten durch die verfeinerte Optik und den dezenteren Siebdruck nicht nur eine bessere Warenpräsentation, sondern sind auch deutlich energieeffizienter.“, erklärte Geschäftsführer Stefan Rakers.

**Sprehe Geflügel und Feinkost** aus Cloppenburg war zum vierten Mal auf der Internorga vertreten. Sprehe-Vertriebsleiter Franz-Josef Stärk unterstrich den diesjährigen Messtrend hin zu einem Vollconvenience-Sortiment: „Der Trend zu schnell zubereitetem Essen ist deutlich erkennbar. Neben der Zeitkomponente spielt in der Küche zudem der Ansatz einer ganzheitlichen Verwertung von Produkten eine immer größere Rolle“. Im Rahmen der sogenannten „Smart Solutions“ wurden auch neue Produkte, wie beispielsweise Hähnchengeschnetzeltes aus der Keule, den Messebesuchern vorgestellt.

**EIPRO** aus Lohne als Marktführer für innovative Ei-Convenience im Großverbraucher-Segment präsentierte den Fachbesuchern das klassische Lebensmittel Ei in vielen neuen Perspektiven. Das 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. Das Unternehmen hat zudem gerade einen Markenrelaunch hinter sich, bei dem die bewährte Produktmarke sich in einem neuen, frischen Marken-Design zeigt. „Um seine Innovationskraft und die Qualität der Eiprodukte gegenüber ihren Verwendern deutlich herauszustellen, hat EIPRO einen komplett neuen Markenauftritt erarbeitet. Mit dem Ziel, übersichtlichere und einfachere Strukturen für sich und seine Kunden zu schaffen.“, so Geschäftsführer Walter Peuker.

Zum zweiten Mal auf der Internorga vertreten war die **Unternehmensgruppe European Convenience Food** aus Garrel, welche den Messebesuchern Neuheiten der Foodservice-Marken Vegeta und Karl Kemper-Snackline vorstellte. Unter Vegeta wird dem Außer-Haus-Markt ein Sortiment von mehr als 100 vegetarischen und veganen Produkten angeboten. Während die Marke in diesem Jahr bereits 30-jähriges Jubiläum feiert und laut GEO-Marketing die vegetarische Nr. 1 im Segment vegetarischer Mahlzeiten des deutschen GV-Foodservice-Marktes ist, wurde mit Karl Kemper-Snackline eine neue

Marke im Portfolio der European Convenience Food GmbH präsentiert. „Karl Kamper-Snackline bietet eine Lifestyle-orientierte Produktpalette mit Fokus auf Snack- und Fingerfood-Produkte, die unter anderem marinierte, panierte, gefüllte sowie eine große Range an Pulled-Fleisch- und Geflügelspezialitäten umfasst“, berichteten Geschäftsführer Dave Scholten und Vertriebsleiter Christian Ferneding auf dem Messestand in Hamburg.

Auch Vertriebsleiter Torsten Neumann von **Schne-frost** aus Lönningen 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 innovative Veggie-Produkte rund um die Süßkartoffel und den Kürbis der Marke Avita. „Das Ziel bei unseren Produkten ist stets einen handgemachten Charakter mit der nötigen Convenience zu vereinen“, so Neumann weiter. Dabei wurden für die neuen Avita Highlights zwei aktuelle Trends aufgegriffen: Alte Gemüsesorten – modern interpretiert und Fusion-Gemüse-Snacks.

Für **Vierlande** stand die INTERNORGA in diesem Jahr unter dem Motto „Süßkartoffel - Vielfalt pur“. „Wir unterstreichen damit unsere Produktkompetenz in den Bereichen der tiefgekühlten und frischen Kartoffelspezialitäten sowie bei Dressings, Salaten und im Segment der Suppen und Saucen am Beispiel der Vielfalt der Süßkartoffel. Wir präsentieren unseren Kunden neue, kreative Ideen rund um die super Knolle, einfach in der Zubereitung und mit echtem Mehrwert.“, erklärte Marketingleiterin Sarah Zobel den diesjährigen Messeschwerpunkt. Darüber hinaus machte der Food-Service Spezialist aus Essen/Oldb. auf seine Kompetenz im Bereich des stets wachsenden Frühstückssegments aufmerksam und zeigte umweltfreundliche, ökologische Verpackungslösungen im take-away-Bereich auf.

**WIESENHOF Gastro-Service** ließ auf der diesjährigen INTERNORGA erneut 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 „Chicken & more“ lecker und knusprig zu. Hierbei handelte es sich um sieben verschiedene to-go-Snacks sowie Gerichte für die Tellermitte: Der Hähnchen-Oberkeulen-Burger, der vegane Beyond Burger, die vegane Beyond Bratwurst sowie verschiedene Wraps. „Zum einen wollen wir mit unseren Paul´s-Kreationen 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. Zum anderen befassen wir uns aber auch mit alternativen Ernährungsformen, die derzeit im Trend liegen.“, sagte Vorstandsvorsitzender Peter Wesjohann,

Geschäftsführer Norbert Dreckmann von der **Fleisch-Krone Feinkost** GmbH aus Essen/Oldb. Präsentierte das Wirtshaus-Schnitzel sowie drei Burger 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 ein authentisches Genusserlebnis mit Grillstreifen und traditioneller Handmade-Optik. Die vorgebratenen Produkte lassen sich im Convector, in der Pfanne oder auf dem Grill schnell und bequem zubereiten. Im Bereich Schnitzel wird derzeit weiter an verschiedenen Panaden gearbeitet: „Wir wollen weg von der Industrieoptik und ein authentisches Produkt mit einer natürlichen Optik und Geschmack anbieten“, so Dreckmann.

Die **BSK Fahrzeug-Vertrieb** GmbH aus Mühlen zeigte in Hamburg den neuen Frontantrieb beim Mercedes Sprinter. „Das neue Konzept bietet vor allem zwei Vorteile. Verkäufer und Verkäuferinnen stehen innen im Fahrzeug tiefer und somit dichter am Kunden. Die Theken können außerdem nun höher gebaut werden: Man braucht sich als Verkäufer also nicht mehr so tief bücken.“, so Geschäftsführer Dominik Bornhorst. Des Weiteren wurde eine Vielzahl von Vorteilen für die Verkaufsfahrer/innen wie beispielweise verstärkte Stoßdämpfer, rundum wärmedämmendes Glas, Berganfahrhilfe sowie ein Fahrlicht- und Seitenwind-Assistent den Messebesucher nähergebracht. Zuletzt konnte man Eintracht Frankfurt als Kunden gewinnen. „Sie werden unsere Fahrzeuge unter anderem als mobilen Fanshop benutzen. Das verspricht eine großartige Reputation für uns.“, so Bornhorst weiter.

Geschäftsführer Detlef Schröder von der **Kiesel-Plakate System** GmbH aus Barßel berichtete über einen überaus erfolgreichen Messerverlauf. 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. Dazu konnten in diesem Jahr verhältnismäßig viele Neukunden akquiriert werden. Auch die LED-Technik spielt in der Branche eine immer größere Rolle. Als Messeneuheit wurde das Digital Signage präsentiert. „Das freistehende Digital Signage Display kann überall eingesetzt werden und dank des cleveren Standfußes kann der

digitale Aufsteller beliebig und ohne großen Aufwand positioniert werden. Der digitale Kundenstopper lässt so jede Werbung in neuem Glanz erstrahlen.“, freute sich Schröder.

Johannes Göken vom **Honighof Göken** aus Thüle stellte den Besuchern neben den bewährten Dispensersystemen für Honig, Konfitüren und Nuss-Nougat eine Honigwabe im Edelstahl-Display für das Frühstücksbuffet vor. Wabenstücke können vom Gast mit Hilfe von Löffel oder Messer direkt entnommen werden. Aus der Wabe laufender Honig wird in einer Schale aufgefangen und ebenfalls vom Gast entnommen. Geschäftsführer Johannes Göken zeigte sich zufrieden angesichts der positiven Resonanz: „Natürliche Honigwaben sind das nachhaltige Highlight für jedes Buffet. Das Display ermöglicht eine hochwertige Präsentation, die insbesondere von hochklassigen Hotels europaweit nachgefragt wird.“

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 11 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 Besuchsprogramms zusammen. Gemeinsam stellten beide Landräte fest, dass der Bedarf an Fachkräften weiter wächst.

*(10.391 Zeichen)*