

Shop des Jahres '18  
DIE GEWINNER

ServiceStore DB  
KOOPERATION MIT VALORA

Impuls-Eis  
ZUM DAHINSCHMELZEN

# convenience

01\_2018

SHOP

magazin für new channels

www.convienceshop.de



**ALDI**  
SÜD

**Aldi City-Märkte**

**Strategiewechsel**

**Aktiv für Nahversorgung**





# Plattform des guten Geschmacks

Seit **Foodservice sich in Convenience-Formaten verbreitet**, ist die Gastro Vision auch für Shop-Betreiber ein interessanter Treffpunkt für innovative Ideen und neue Trends.

➤ Leidenschaft – so lautet das Motto der Gastro Vision in Hamburg. Vom Freitag 9. bis Dienstag 13. März 2018 täglich von 14 bis 21 Uhr, findet die Einladungsmesse in den mittlerweile vertrauten Räumen des Empire Riverside Hotels statt. „Leidenschaft ist das beste Rezept für Erfolg in Gastronomie (und Hotellerie)“, heißt es. „Unsere Besucher und Aussteller nutzen die Gastro Vision vor allem, um sich innerhalb der Branche zu vernetzen und zu Konzepten und Ideen auszutauschen. Darum war es für uns ein logischer Schluss, hier einen Schwerpunkt zu setzen“, sagt Gastro Vision Veranstalter Klaus Klische.

In diesem Jahr soll es noch stärker um Konzepte gehen. Es wurde ein neuer Themenraum geschaffen, der sich **Concepts** nennt. Aussteller präsentieren dort neben High-Convenience-Produkten auch Konzepte und Lösungen für die Systemgastronomie und das Catering.

Als Erweiterung des Kitchen Clubs (sein legendärer Kochblock ist meetingpoint für alle Küchenverantwortlichen) geht das Unternehmen „**Küchenpraxis**“ an den Start. Seine Gründer erläutern, wie Kochkonzepte erstellt, Abläufe und Situationen perfektioniert werden und worauf es bei der Planung und Vorbereitung von Eröffnungen oder Neupositionierungen ankommt. Natürlich stehen sie den Fachbesuchern darüber hinaus beratend zur Seite.

Neu dazugekommen ist außerdem **The Extraction Lab**. Dort werden verschiedene



Die Gastro Vision ist Anlaufstelle für alle, die nach besonderen Konzepten in der Außer-Haus-Verpflegung suchen.

Kaffeessorten mit Rancilio Kaffeemaschinen getestet. Ziel ist es, den Besuchern zu verdeutlichen, wie die richtige Brühtemperatur die Qualität eines Espresso, Cappuccino oder Café Crème beeinflusst, ohne dass dabei charakteristische Aromen verloren gehen.

In der bekannten Konzept-Lounge **Out of the Box** präsentieren Experten neueste Food- und Beverage-Trends sowie digitale und innovative Lösungen. Einkauf-Profis, Bestseller-Autoren und Top-Controller erklären und beraten, wie das Optimierungspotenzial ausgeschöpft, Freiräume geschaffen und Umsatz gesteigert werden kann.

In der Showküche und -bar **Stage of Taste** laden Köche, Barkeeper und Pâtisseries zur praktischen Umsetzung der food- und Beverage-Trends ein. Alles rund um zartes, safti-

ges Fleisch gibt es im **Beef Club**. Hier erfahren die Besucher worauf beim Einkauf von hochwertigem Fleisch zu achten ist – und welches Ambiente, welche Technik und Thermik, und vieles mehr benötigen.

Im **Digital Corner** präsentieren sich Unternehmen und Start-Ups, die die Digitalisierung von Gastronomie mit neuen Produkten und Dienstleistungen voranbringen. IT Profis erklären den bestmöglichen Einsatz von neuen Technologien.

In dem Themenbereich **Super. Fancy. Cool** werden außergewöhnliche Produkte und Innovationen vorgestellt, die in einem exklusiven Testmarkt bereits Anklang gefunden haben. Der Trend der Szene geht in Richtung Handcrafted, Artisan und Organic Food.

Gleich am ersten Tag, am 9. März 2018 geht es um 14.30 Uhr los mit der Verleihung des Gastro Vision Förderpreises. Er zeichnet seit mehr als 16 Jahren aufstrebende junge Unternehmen und Start-ups für innovative Dienstleistungen und neue Produkte, die das Angebot von Hotellerie, Gastronomie und Catering verbessern, aus. In diesem Jahr wird er zweimal vergeben. Der Preis für analoge Innovationen geht an Trauth Fabrikate für ihr zeitgemäßes Design von Arbeitskleidung in der Gastronomie. Den Preis im Bereich Digital erhält die Marketing-Plattform Freachly, auf der Influencer Angebote von Restaurants und Hotels finden, um ihre Erfahrungen in sozialen Netzwerken zu teilen.

## IMPRESSUM [www.convienceshop.de](http://www.convienceshop.de)

### LPV GmbH

Amtsgericht Münster, HRB 16530  
Hülsebrockstr. 2-8, 48165 Münster  
Rechnungseingang bitte per E-mail:  
rechnungseingang@lp-verlag.de

Redaktionsadresse: Postfach 1861, 56508 Neuwied  
Am Hammergraben 14, 56567 Neuwied  
Tel. (0 26 31) 879-0, Fax (0 26 31) 879-123

### REDAKTION

Hans Jürgen Krone, Chefredakteur, Objektleiter, (jk) -154,  
hansjuergen.krone@lp-verlag.de  
Ulrike Pütthoff (pü) -128, ulrike.puetthoff@lp-verlag.de

### LAYOUT

Carsten Hoppen -114, Anne Kremer -172,  
Claudia Krumm -169, Elfriede Münk -115,  
Benjamin Richter -136, Nina Vahrenkamp -116

### VERLAG

Geschäftsführung: Dr. Thorsten Weiland  
Anzeigenleiter: Torsten Zelleröhr -144  
Mediaberatung: Christiane Bock -133,  
Marketing: Judith Schuhmacher -210  
Vertrieb: LV-Service-Center, Tel. (0 25 01) 801 44 82;  
vertrieb@lp-verlag.de

### ANZEIGENVERTRETUNGEN

Nielsen 1 + 5, 6, 7: Volker Geuer Verlagsvertretung,  
Röpckes Mühle 2, 25436 Uetersen,  
Tel. (0 41 22) 9 99 79-11, Fax (0 41 22) 9 99 79-20

Nielsen 2 + Niederlande: MPK Media Promotion, Kraus KG,  
Kolja Kraus, Cornelia Tahotny,  
Graf-Adolf-Straße 110, 42119 Wuppertal,  
Tel. (02 02) 28 15 77-0, Fax (02 02) 28 15 77-25

Nielsen 3 a: adwork GmbH Günter Scheffel,  
Straßheimer Weg 49, 61191 Rosbach,  
Tel. (0 60 03) 82 901 80, Fax (0 60 03) 82 901 81

Nielsen 3 b, 4 + Schweiz: Thomas Türck,  
Tilman-Riemenschneider-Str. 5, 71034 Böblingen  
Tel. (0 152) 0 90 548 22, thomas.tuerck@lp-verlag.de  
Gültiger Anzeigentarif Nr. 24

Bezugspreis: Einzelheft 3,80 EUR

Jahresabo Inland: 29,80 EUR; Ausland: 32,70 EUR

Kein Anspruch auf Rückgabe des Bezugsgeldes bei Ausfall der  
Lieferung durch höhere Gewalt. Nachdruck, auch von Auszügen,  
nur mit Genehmigung des Verlages.

### Gesamtherstellung

Vogel Druck und Medienservice GmbH & Co. KG  
Leibnizstr. 5, 97204 Höchberg



Der Gesamtauflage dieser Ausgabe liegt das Supplement  
TabakGuide bei. Wir bitten um Beachtung.

Mitglied im



BUNDESVERBAND

DER DEUTSCHEN VENDING-AUTOMATENWIRTSCHAFT E.V.

G13952 ISSN 0948-8855

Titelfoto: Gettyimages Titelgestaltung: Frank Majer



Fotos: Hans Jürgen Krone

# Gute Investition

**Eine positive Bilanz** ihres Intergastra-Engagements konnte die Gastro Vision ziehen. Atmosphäre und Netzwerk passten.

Text: **Hans Jürgen Krone**

» Eine logische und gute Investition in die Zukunft nannte Klaus Klische den insgesamt zweiten Auftritt der Gastro Vision zur Intergastra in Stuttgart. Doch auch aktuell zeigten sich die mehr als 70 Aussteller der diesjährigen Veranstaltung durchaus zufrieden mit den Kontakten und dem Verlauf der Tage. Nach einem etwas verhaltenen Beginn stellte sich dann auch im Kongress-Zentrum West die At-

mosphäre ein, für die die Gastro Vision in den vergangenen fast zwei Jahrzehnten stand: Entspannte und sachorientierte Gespräche und Klasse statt Masse bei den potenziellen Kunden der Aussteller. Damals, vor neun Jahren, hatte man den Auftritt in Stuttgart nicht wiederholt, weil die manpower es einfach nicht erlaubte, zwei solche Groß-Events zu stemmen. „Das ist heute anders“, sagte Klische

gegenüber Convenience Shop. Man sei nach Stuttgart gekommen, um zu bleiben und werde das Konzept weiter ausbauen. Gemeinsam mit Medienpartner Convenience Shop will die Gastro Vision in den kommenden Jahren auch Top-Entscheider und Einkäufer aus dem Handel ansprechen, die an der wichtiger werdenden Schnittstelle zwischen Retail und Gastronomie arbeiten.

## Vorschau Heft 2-18

**Jahrestagung** Handel & Wandel in Tankstellen und Convenience Shops wird wieder Perspektiven für einen expandierenden Markt aufzeigen. Wir bieten Ihnen eine Zusammenfassung der Wege, die zum Kunden führen.

**MCS** Der Shoplieferant aus Offenburg feierte im vergangenen Jahr sein 20. Bestehen. Ihr Geschäftsführer Torsten Eichinger hat den Großhändler von Beginn an begleitet. Eine Tour d'Horizon in der nächsten Ausgabe.