

Trendjourney
BERLIN EXKLUSIV

Tabakwaren
TRACK & TRACE

Nahversorgung
PRODUKT-WELTEN

convenience

SHOP magazin für new channels

02_2018



Handel und Wandel

Das Gipfeltreffen

Spannende Jahrestagung

www.convenienceshop.de

Erlebnis für die Sinne

Die Latte lag hoch: Geschmacklich, optisch und haptisch legte die Gastro Vision in diesem Jahr noch einmal zu. Auch Shop-Betreiber kamen auf der Einladungsmesse nicht zu kurz.

» Wie in jedem Jahr sorgte die Gastro Vision im Hamburger Empire River Side im März wieder für Begeisterung unter den Gästen und Ausstellern. „Hier treffen Menschen aufeinander, die echtes Interesse an gezeigten Produkten, Konzepten und neuen Ideen zeigen, keine Schaulustigen“, war das einstimmige Urteil. Man unterhalte sich auf Augenhöhe, kompetent und zielführend. Leidenschaft also auf beiden Seiten. Das hatten die Veranstalter konsequenterweise zum Motto 2018 gemacht. 150 Ausstellern und 3.000 Besuchern fanden vom 9. bis zum 13. März den Weg zur Einladungsmesse.

Ob Digitalisierung, Produktqualität, High Convenience oder Nachhaltigkeit – die aktuellen Branchentrends und Innovationen gab es auf der Gastro Vision nicht nur zu sehen. Man tauschte sich auch intensiv aus und knüpfte neue Kontakte. Eine Win-Win-Situation für alle Teilnehmer.

„Wir freuen uns, dass die Gastro Vision wieder so gut angekommen ist. Bei uns präsentieren sich traditionelle Unternehmen und Startups hervorragend nebeneinander. Und genau das ist es, was unsere Ausstellung von anderen Veranstaltungen unterscheidet“, zieht Klaus Klische, Gründer der Gastro Vision, Fazit und kündigt gleich an:

„Nächstes Jahr rocken wir richtig, wenn die Gastro Vision ihr 20-jähriges Jubiläum feiert.“

Gesehen wurden Vertreter der unterschiedlichsten Branchen, nicht – wie man vielleicht erwarten würde – nur Gastronomen und Hoteliers. Eine Schnittstelle zu den Interessen der Shop-Betreiber ist zum Beispiel der Vending-Bereich, für den interessante Automaten-Füllprodukte präsentiert wurden. Auch Hersteller frischer gekühlter Produkte lieferten Anregungen für das Shop-Geschäft, die Fresh Factory mit vorgeschnittem und portionsverpacktem Obst, die Frischdienst-Union, die ihre Produkte für ein umfassendes Grill-Konzept im Foodservice angepasst hat, oder Grossmann mit gekühlten Salaten oder Hilcona Foodservice mit frischer Pasta.

Stylisher Auftritt

Natürlich waren auch Vertreter der Getränke-Branche dabei. Bei der Radeberger-Gruppe und Bitburger gab es umfangreiche Informationen zum Bier- und Bierspezialitäten-Portfolio. Gerolsteiner, Elka Frischsäfte und Eckes-Granini hatten alkoholfreie-Alternativen, auch im Kleinformat, im Gepäck.

Mit ihrem stylischen Auftritt und vielen Details sorgte die Gastro Vision für eine entspannte Atmosphäre. Die Themenräume Community Table, Inspiration Lounge, Kitchen Club, Beef Club und Out of the Box waren hervorragend besucht, in der Digital Corner drehte sich alles um die rasante Digitalisierung der Branchen. Und bei der Stage of Taste konnten die Besucher bekannten Köchen wie Heiko Antoniewicz, Ludwig Maurer, Stefan Marquard, Kapil Uppal, Ludger Helbig oder der Kochbox über die Schulter und in die Töpfe schauen.

Darüber hinaus wurden in diesem Jahr zwei Unternehmen mit dem Gastro Vision Förderpreis ausgezeichnet. Trauth Fabrikate erzielte den Sieg mit einer Alternative zu klassischer Arbeitsbekleidung, Freachly mit seiner digitalen Innovation in Form einer App als Marketing-Plattform. Der jährlich vergebene Förderpreis fördert Innovationen aus der Branche.

Im nächsten Jahr feiert die Gastro Vision ihr 20-Jähriges. Trotz stetigen Wandels ist die Location geblieben: das Empire River Side-Hotel in Hamburg. Dort trifft sich die Branche vom 15. bis 19. März 2019.

Die diesjährige Gastro Vision stand unter dem Motto „Leidenschaft“. 3.000 Gäste konnten das live miterleben.



Fotos: Gastro Vision

