

Von coolen Bloggern und kaltem Kaffee

FACHMESSE

Rund 3000 Besucher lockte die Gastro Vision mit den 150 Ausstellern ins Hotel Empire Riverside in Hamburg. Start-ups aus allen Gastro-Sparten präsentierten sich neben etablierten Zulieferern.

Hamburg. Sind die sogenannten Influencer Heilsbringer oder Scharlatane? Diese Frage beschäftigt zurzeit viele Verantwortliche in Gastronomie und Hotellerie. Denn die Reichweite und Wirkungskraft vieler Blogger ist für Außenstehende nur schwer einzuschätzen. „Wir

lastet sein soll. Der Tausender-Kontakt-Preis (TKP) beträgt für werbende Unternehmen 2 bis 3 Euro. Die Zielgruppe von Freachly sind Leute zwischen 14 und 35 Jahren in Deutschland. Nach einem erfolgreichen Start in Berlin soll jetzt die Expansion auf den Hamburger Markt erfolgen. „Wir akquirieren zuerst die Unternehmen in einer Stadt“, so Fabian Auffenberg (www.freachly.de).

Start-up zeigt Berufskleidung zum Wohlfühlen

Im Bereich Analog hat die Firma Trauth Fabrikate aus Mannheim den Preis für ihre hochwertigen Alternativen zur klassischen Arbeitsbekleidung gewonnen. Für ihre Kochjacken und Schürzen werden ausschließlich robuste und haltbare Workwear-Stoffe verwendet. Das Start-up hat bisher fünf Produkte auf den Markt gebracht, drei Leder-schürzen, eine Bistro-Schürze und eine Kochjacke. „Der Mitarbeiter soll sich in unserer Arbeitskleidung so wohlfühlen, dass er sie auch privat tragen würde“, sagte Sprecher Maximilian Schunk (www.trauthfabrikate.com).

Insgesamt besuchten rund 3000 Fachbesucher an fünf Tagen die Stände der 150 Aussteller auf der Gastro Vision im Empire Riverside Hotel. Sie stand dieses Jahr unter dem Motto „Leidenschaft“. „Wir



Bringt Blogger ins Haus: Fabian Auffenberg stellt die Freachly-App vor, die mit dem Gastro Vision Förderpreis ausgezeichnet wurde.



Kalter Kaffee für einen guten Zweck: Dustin Mühe mit Produkten von Lycka.

überprüfen die Influencer persönlich“, sagte Fabian Auffenberg von der Freachly GmbH in Berlin, die in diesem Jahr den Gastro Vision Förderpreis im Bereich Digital gewonnen hat.

Auf ihrer App können Influencer Angebote von Restaurants für ein kostenfreies Essen und von Hotels für eine kostenlose Übernachtung finden. Als Gegenleistung verbreiten die Blogger ihre Erlebnisse in sozialen Netzwerken. Nach Angaben von Auffenberg sind etwa 3500 Blogger auf der App vertreten.

Das Start-up, das vor Kurzem mit acht Mitarbeitern nach Berlin gezogen ist, beschäftigt inzwischen 27 Festangestellte. Als Case Study präsentiert Freachly die Berlin Burrito GmbH, die aufgrund von 72 Influencern 21.000 Kommentare und 200.000 Likes erhalten hat und seitdem zu 80 Prozent ausge-

freuen uns, dass die Gastro Vision wieder so gut angekommen ist“, sagt Veranstalter Klaus Klische.

Zufrieden mit seinem Messeauftritt war auch Walter Seubert. Der Geschäftsführer der Seubert GmbH & Co. KG aus Werbach-Wenkheim stellte unter anderem auf der Gastro Vision neue Produkte wie Kalbs-Köttbullar, mediterranen Lammschulterbraten sowie Hähnchenbrust mit Bärlauch vor (www.seubert-feinkost.de).

Südamerikanische Fusionsküche liegt derzeit voll im Trend. Die Achenbach Delikatessen Manufaktur

aus Sulzbach präsentierte unter anderem Ceviche auf der Fachmesse – allerdings mit gebeiztem Fisch. Mit Hilfe eines Baukastensystems kann sich der Koch die beliebte Vorspeise selbst zusammenstellen (www.achenbach.com).

Lomo, Salchicha, Chorizo sowie edle Schinken von iberischen Schweinen präsentierte Peter Gehlen, Key Account Manager von Bell Deutschland GmbH & Co. KG, zu der auch die Marke Abraham gehört. „Wir haben ein neues Werk in Spanien gekauft“, sagte er (www.bellfoodgroup.com).

Alkoholfreie Schaumweine und ein Joghurt-Spender

Für festliche Anlässe ohne Alkohol stellt die Manufaktur Jörg Geiger GmbH aus Schlatt bei Göppingen unter der Marke Prisécco eine Auswahl von 35 Cuvees bereit. Für die Schaumweine werden sortenreine Säfte mit Kräutern, Blättern und Blüten kombiniert (www.manufaktur-joerg-geiger.de).

Leere Joghurtbecher auf dem Frühstückstisch im Hotel gehören mit dem Einsatz von Jio Kurt der Vergangenheit an. Die Delikant Feinkost GmbH in Hamburg vertreibt den Joghurt-Spender für zwei Sorten Joghurt im 10-Kilogramm-Beu-

tel. Dabei stehen der Fitness Kurt mit 0,1 Prozent Fett sowie der Gourmet Kurt mit 6 Prozent Fett zur Auswahl. Zusätzlich gibt es Toppings in den Geschmacksrichtungen Mango, Kirsche, Erdbeer-Rhabarber und Apfel-Zimt sowie eine Auswahl von Seedheart Cerealien (www.delikant.de).

Keine Angst vor kaltem Kaffee hat Dustin Mühe von der Purefood GmbH. Das Start-up-Unternehmen aus Hamburg bietet unter dem Label Lycka Coldbrew-Kaffee in Flaschen an. Dabei wird für jedes verkaufte Getränk eine Schulmahlzeit in Burundi gespendet. Für das im Jahr 2014 in Elmshorn gegründete Unternehmen ist Lycka Kaffee nach veganem Eis und Müsliriegeln das dritte Produkt auf dem Markt (www.lycka.bio).

Einen gesunden Snack bietet die Päck Food AG an. Das Unternehmen aus Magdeburg hat ein neues Verfahren entwickelt, Obst und Gemüse schonend zu trocknen. Inzwischen gibt es zehn Sorten der knusprigen Päck-Früchte und Gemüsesorten, die sowohl als Snack als auch in der Küche einsetzbar sind, da die Trockenfrüchte in einem Wasserbad auch wieder beweglich gemacht werden können (www.paexfood.de). Helmut Heigert



Alkoholfreie Alternative: Prisécco, präsentiert von Melanie Layer von der Manufaktur Jörg Geiger.

AHGZ TOPADRESSEN FÜR DIE BRANCHE

www. **hotel-haartrockner.com**

Investieren Sie in Familie.
Als SOS-Pate investieren Sie schon mit 1 € am Tag in wahre Werte: zum Beispiel ein liebevolles Zuhause.
Jetzt SOS-Pate werden!
www.sos-kinderdorf.de

TOP-ADRESSEN FÜR DIE BRANCHE FÜR WENIG GELD LANGFRISTIG WERBEN!

Karina Haas
k.haas@matthaes.de
0711 2133-368

www.ahgz.de

Appia baut Innovationszentrum

Die Appia Contract GmbH vergrößert sich. Das Hotelbau- und Planungsunternehmen mit zurzeit 100 Mitarbeitern hat jetzt mit dem Neubau des Appia Hotel-Innovationszentrums am Firmensitz in Peterskirchen begonnen. Im neuen Gebäude mit 3000 Quadratmetern Nutzfläche werden 60 Kreativ-Arbeitsplätze geschaffen. Die offene Architektur soll eine freundliche Arbeitsatmosphäre zum Wohlfühlen erzeugen und die Innovationsfreudigkeit fördern, wie das Unternehmen mitteilt. In einem großzügigen Bemusterungsbereich sollen innovative Materialien und Raumkonzepte prä-

sentiert werden. Und im 3D-Kreativlabor können vor Projektrealisierung die Ideen in einer virtuellen Welt begutachtet und im Team weiterentwickelt werden. eck

➔ www.appia-contract.com

