

dgw

Wirtschaftsfachmagazin



**AFRISCHT
DEN GEIST**

afri - die Popkultur-Cola

Getränke-GroKo in Berlin


Diageo investiert in deutschen Wermut

92. Internorga 2018

Best Brands 2018 – auf dem
Siegertreppchen: Ikea, Nivea,
Lay's und Nike

„Digitales Bier schmeckt nicht“

35 Jahre
dgw



GASTRO VISION

Die mittlerweile 19. Gastro Vision in Hamburg vom 9. bis zum 13. März 2018 verzeichnete wieder ein volles Haus. Rund 150 Aussteller zeigten aktuelle Branchentrends und Innovationen, ob Digitalisierung, High Convenience oder Nachhaltigkeit. Im Mittelpunkt der Veranstaltung im Hamburger Hotel Empire Riverside: der Austausch innerhalb der Branche und das Knüpfen neuer Kontakte.

Gastro-Vision-Veranstalter Klaus Klische: „Bei uns präsentieren sich traditionelle Unternehmen und Start-ups hervorragend nebeneinander. Und genau das ist es, was die Gastro Vision von anderen Veranstaltungen unterscheidet. Nächstes Jahr rocken wir dann richtig, wenn die Gastro Vision ihr 20-jähriges Jubiläum feiert.“ Und auch die stylishen Themenräume Community Table, Inspiration Lounge, Kitchen Club, Beef Club und Out of the Box kamen bei den rund 3.000 Besuchern gut an.

Magu Fruit Soda heißt das Produkt von Gunnar Friedrichsen, mit dem der Geschäftsführer „die Welt ein wenig lebenswerter machen will“. Gunnar, Sohn einer traditionsreichen Gastromomenfamilie, dem lange Tage und anstrengende Nächte bestens bekannt

sind, hat eine Aversion gegen Kaffee und klassische Energydrinks. Seine Vorliebe: Fruchtsäfte und -schorlen. Sein Anspruch an ein eigenes Getränk: „Ehrlich, natürlich, vegan, mit hohem Fruchtanteil und natürlich belebend.“

Entstanden ist *Magu*, ein „Premium-Fruit-Soda mit reinem Voralpenwasser, made in Germany“, wie Gunnar sagt. Enthalten ist natürliches Koffein, das in einem „aufwendigen Verfahren“ aus echten Kaffeebohnen extrahiert wird.

Und er möchte mit seinem Flensburger Unternehmen Liquid Fruit etwas zurückgeben, beispielsweise durch die Unterstützung von Bildungs- und Musikprojekten in den Absatzregionen oder durch die Förderung junger Talente.

Auch vertreten: das Berliner Startup Philosooffee GmbH mit Cold Brew Coffee – biozertifiziert. Seit Juli 2017 gibt es deren *Koldbrew Pure* in der Viertelliterflasche. Hergestellt nur aus Spezialitätenkaffee und Wasser, ohne Zucker oder Süßungsmittel. *Koldbrew Pure* habe mit kaltem Kaffee so viel zu tun wie Donald Trump mit Klimaschutz, sagen die drei Gründer Benjamin Thies (Co-CEO, ehemaliger Unternehmensberater), Lukas Friedmann (Co-CEO, ehemaliger Start-up-CEO) und Christian Figueras (CPO, ehemaliger Winzer und



Getränketechnologie). Ein großes Lob kommt von Constantin Hoppenz, dem deutschen Meister und Finalisten bei den Filterkaffee-Weltmeisterschaften. „Der schmeckt fast wie flüssiges Tiramisu“, so sein Urteil.

Die neueste Entwicklung, vorgestellt auf der Gastro Vision, heißt Nitrobrew: eine Zapfanlage, die den Kaffee cremig mit Schaumkrone kreiert. „Fast wie ein Guinness, nur aus Kaffee“, schwärmen die Gründer.



Die neueste Entwicklung: Nitrobrew



Gunnar Friedrichsen: „... will die Welt ein wenig lebenswerter machen.“

