

servisa

148

07.05.-26.05.2018

36. Jahrgang • A31202



Jörg Ludwig

Freigeist am Herd



GASTRO VISION



Die Messe Gastro Vision fand parallel zur Internorga statt.



Lucki Maurer und die Servisa Redaktion.

... se werden jährlich außerdem u. a. der „Junge Wilde“ vom Fachmagazin „Rolling Pin“ gekürt (2018: Roland Pieber) und der Hamburger Foodservice Preis von der dfv Mediengruppe verliehen. Bei einem feierlichen Gala-Abend im Hotel Grand Elysée wurden beim Foodservice Preis das deutsche Verkehrsgastronomie-Unternehmen casualfood sowie der portugiesische Time Out Market in Lissabon ausgezeichnet.

Wissen mocht mh

Direkt auf der Messe bot das Trendforum „Pink Cube“ Inspiration und Infor-

mation mit Vorträgen des Forschungs- und Entwicklungsunternehmens food & more. Ein Interview mit Foodexpertin Karin Tischer lesen Sie auf Seite 19! Im Vorfeld und parallel zur Messe finden überdies Kongresse wie das Internationale Foodservice Forum, das Forum für Schulcatering und der Deutsche Kongress für Gemeinschaftsverpflegung statt. Das Foodservice Forum verkündete wieder positive News: 5,1 Prozent Wachstum im Außer-Haus-Markt im vergangenen Jahr. Unter den Vorträgen sorgte vor allem das Thema digitale Transformation für Gesprächsstoff. Fazit: Während bisher meist das Produkt im Mittelpunkt stand, wird beim „Business 4.0“ vor allem der Mensch als Nutzer im Vordergrund stehen. „Die Nähe zum Kunden entscheidet über den wirtschaftlichen Erfolg“, bekräftigte Referent Professor Wolfgang Henseler von der Hochschule Pforzheim. Die Digitalisierung ermöglicht ein vorausschauendes Denken: Künftig wissen Gastronomen schon vor Ankunft ihrer Gäste, wie viele und welche sie zu erwarten haben und was diese bevorzugen. Viele Daten werden viele wirtschaftliche Chancen bedeuten – die aber auch jemand auswerten und nutzen muss. Es bleibt also spannend!

Gastro Vision

Leidenschaft hieß das Motto der Gastro Vision 2018, die parallel zur Internorga im Hotel Empire Riverside stattfand. Ob zum Thema Digitalisierung, hohe Produktqualität, High Convenience oder Nachhaltigkeit, die 150 Aussteller, darunter viele Start-ups und kleine Manufakturen, zeigten die aktuellen Branchentrends und Innovationen, die auf der

Stage of Taste von Lucki Maurer, Heiko Antoniewicz oder Stefan Marquard direkt in die Praxis transportiert wurden. Lucki Maurer war zum siebten Mal mit von der Partie. „Die Gastro Vision ist zum einen toll, um sich schnell und konzentriert einen Überblick in Sachen Trends und hochwertigen Produktneuheiten zu verschaffen, zum anderen trifft man hier viele bekannte Gesichter oder kann neue Kontakte knüpfen“, so Maurer. Zweimal täglich zeigte der Wagyu Züchter und Fleischexperte Kreationen mit ungewöhnlichen Zuschnitten auf der „Stage of Taste“ und im „Beef Club“. Insgesamt geht es ruhiger zu auf der Gastro Vision, und überall sind Stehtische platziert, die zum Austausch einladen. Community Table, Inspiration Lounge, Kitchen Club, Beef Club, Out of the Box und Digital Corner verriet den Besuchern in coolem Design, welcher Themenschwerpunkt sie beim Betreten der Räume erwartet.

Inspirierend

Klar erkennbar war auch hier der Trend zu Craft Spirit, z. B. in Szene gesetzt als Shot oder Highball. Auch im Bereich der alkoholfreien Getränke gab es Spannendes zu entdecken – z. B. fertiger Cold Brew Coffee oder eine Fruit Soda mit natürlichem Koffein. Natürlich ging es auch im Bereich Snacks zu: Knusprig getrocknetes Gemüse und Nüsse mit exotischen Gewürzen verfeinert überzeugten im Geschmack. Im Bereich Heißgetränke gab es belebende Alternativen für Nicht-Kaffeetrinker zu entdecken, wie Kakao mit Guarana oder fertige Knochenbrühe in Bio-Qualität, die von einem jungen Start-up hergestellt wird, welches sich auch schon im beliebten TV-Format „Höhle der Löwen“ präsentierte. Stark vertreten waren auch wieder Produkte, die Vegetarier und Veganer glücklich machen, wie zart schmelzende, vegane Schokolade und Pralinen oder einfach und leicht in Szene zu setzende TK-Produkte abseits vom obligatorischen Blumenkohl-Käse-Taler wie Couscous-Törtchen oder Burgerpattys aus Reis. Außerdem nutzten viele bekannte Hersteller die Möglichkeit, bewährte Produkte ganz neu zu inszenieren. Auch im digitalen Bereich gab es viel zu entdecken – z. B. ein Reservierungsportal als Alternative zu den Branchengrößen. Insgesamt verzeichnete die Gastro Vision rund 3.000 Besucher. Die 20. Ausgabe findet parallel zur Internorga vom 15. bis 19. März 2019 statt.