

# INTERNORGA 2002: „Vorsichtiger Optimismus“

Trotz mäßiger Wirtschaftslage und weltpolitischer Unsicherheit geht die Gastronomiebranche mit vorsichtigem Optimismus in das Jahr 2002. Dies war die offizielle Aussage des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes (DEHOGA) Hamburg anlässlich der 76. Internationalen Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung, Bäckereien und Konditoreien INTERNORGA 2002.



Hagola setzt verstärkt auf die neuen Backwarenvitrinen

mehrheitlich bestätigt. Allgemeine Ansicht: Reparieren wo es irgend möglich ist, ansonsten bei Ersatzbeschaffung nur das billigste und am liebsten etwas Gebrauchtes. Neuinvestitionen vor allem in Prestigeobjekte sind auch 2002 nicht angesagt. Also für das Kältehandwerk keine sehr guten Aussichten.

Die Industrie hofft zwar, daß ihre Spitzenprodukte den Kältefachhändler überzeugen, und bringt viele neue Produkte auf den Markt, ob diese sie dann aber auch an die notleidende Gastronomie verkaufen können, ist fraglich.

Der dänische Hersteller Gram, der erstmals wieder auf der INTERNORGA vertreten war, stellte eine völlig neue Generation von Kühl- und Tiefkühl-schränken vor, die bis zu 75 % Energieeinsparung gegenüber den bisherigen Modellen erbringen. Die Entwicklungskosten für diese Geräte sind vom dänischen Staat übernommen worden. Ein weiteres neues Produkt ist der K190, ein Umluft-Kühlschrank mit CNS-Außengehäuse und elektronischem Thermostat, der laut Werks-



Viessmann wie immer am Eingang der Halle 1. Dieses Mal bildeten „No-burn-Wärmedämmungen“ bei Kühlzellen den Schwerpunkt

Mehr als 850 Aussteller aus 19 Nationen zeigten auf dem Hamburger Messegelände Neuheiten aus diesen Bereichen. Rund 110 000 Fachbesucher aus dem In- und Ausland informierten sich in den 12 ausgebuchten Hallen über Trends und Zukunftsperspektiven. Obwohl einige Firmen diesmal nicht vertreten waren, konnten die Stände an andere Firmen vergeben werden, die seit Jahren auf

der Warteliste stehen. Gerade im Bereich Kältetechnik und Kühlmöbel waren einige früher präsen-te Firmen diesmal nicht vertreten.

Besonders die Hersteller von hochwertigen und teuren Produkten waren teilweise recht unzufrieden, während die Importeure besonders osteuropäischer Geräte keinen Grund zur Klage hatten. In Gesprächen mit einigen Kälteanlagenbauern auf der Messe wurde dies auch



Wessamat einziger deutscher Hersteller von Eisbereitern wie immer in Halle 1



Holland Kühlmöbel in Halle 1 mit neuer mobiler Biertheke

angaben eine konstante Temperatur bis hinunter zu 0 °C ermöglicht. Dieser Schrank ist nicht größer als ein normaler Haushaltskühlschrank.

Auch die Firma Viessmann stellte eine neue Kühlzellengeneration mit nicht brennbarem Wärme-Dämm-Material vor. Wegen sich häufender Brandkatastrophen mit erheblichen Rauchschäden verlangt der Markt immer häufiger Kühlzellen mit nicht brennbarer Wärmedämmung. Das neue No-burn-Wärme-Dämm-Material ist für Plustemperaturen bis +300 °C und Minustemperaturen bis -80 °C einsetzbar. Das verwendete Material ist Perlit und wird aus Lava gewonnen, das auf dem Meeresgrund austrat. Diese Lava wird



Die NordCap Gruppe mit neuen Produkten im Bereich Eiswürfel und Wasserkühlung

gebrochen, bei 1000 °C zu feinen Strukturen geblät und hat fast die gleichen Werte wie Polyurethan. Ob mit diesen neuen Produkten allerdings Umsatzsteigerungen erzielt werden, bleibt abzuwarten.

Die Gastronomie blickt sehr pessimistisch in die Zukunft und ist kaum bereit, etwas Neues anzuschaffen. Es gibt zwar Steigerungsraten beim Außer-Haus-Markt, aber auch hier hat sich der Trend geändert. Die gut bürgerliche Gastronomie hat zur Zeit erhebliche Probleme, während der Straßenverkauf und die Fast-Food-Ketten immer mehr an Bedeutung gewinnen. Die Eß- und Trinkgewohnheiten



GRAM mit neuen Energie Spar Kühl- und Gefrierschränken. Neu auch Propan als Kältemittel. Geschäftsführer Adams verspricht sich große Marktanteile im Großküchenbereich

haben sich in den letzten Jahren enorm gewandelt. Die kleine Mahlzeit zwischendurch ist weiter im Kommen. Der Snackanteil stieg in den letzten zehn

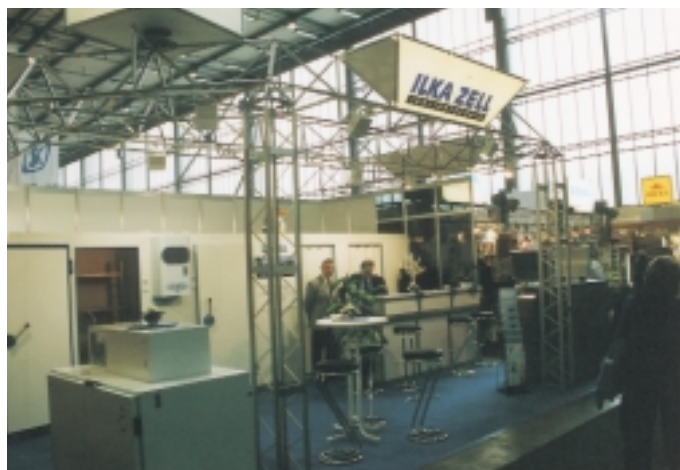
Jahren von 6,9 auf 12 Prozent. Lag der Außer-Haus-Verzehr in Gaststätten und Restaurants 1991 noch bei 37 Prozent, so ging er im Jahre 2000 auf 32,5 Prozent zurück.

Auch bei den größeren Veranstaltungen gab es in der klassischen Full-Service-Gastronomie eine rückläufige Entwicklung; dagegen rechnet man bei den sogenannten Events in den nächsten Jahren mit erheblichen Zuwächsen. Straßen- und Ortsteilfeste gewinnen immer mehr an Bedeutung.

Im Großküchenbereich wird nur im Bereich Personal- und Kosteneinsparung investiert. „Mehr High-Tech, mehr Kontrolle und mehr Flexibilität sind die Megatrends in den professionellen Küchen. Die intelligente Küchentechnik war deshalb auch ein Schwerpunkt auf der INTERNORGA. Bei der Lagerhaltung hat beispielsweise die „Intelligente Küchentechnik“ mittels Scanner und Barcode-systeme längst Einzug gehalten. Mit ihrem „Master Cyber Fridge“ präsentierte Elektrolux Professional auf der Messe eine Weltneuheit. Alle mit einem entsprechenden Code eingegebenen Produkte werden automatisch erfasst. Das Gerät meldet, wenn Produkte kurz vor dem Verfallsdatum stehen und kann sogar Menüvorschläge mit Produkten machen, die jetzt verbraucht werden müssen.

Außerdem lassen sich mit dem Master Cyber Fridge bis zu 235 weitere Küchengeräte zusammenschließen. So kann dieser etwa die Funktion von Abkühlgeräten, Einhaltung von Temperaturen und Hygienevorschriften den Warenfluß und das Energiemanagement überwachen. Das Gerät meldet dem Lieferanten auch, welche Produkte zur Neige gehen und nachgeliefert werden müßten.

Die Möglichkeiten „intelligenter Küchentechnik“ in Verbindung mit moderner Kommunikationstechnik sind schier unbegrenzt: „Heute muß der



Ilka Zell eine der wenigen Firmen aus den neuen Bundesländern mit Kühlzellen und Fußvorkühlern

Besitzer nicht einmal anwesend sein, um die volle Kontrolle über den Betrieb zu haben“ berichtet der österreichische Gastronomie-Consultant Josef Mehringer. Wichtigste Werkzeuge sind zukünftig Laptop, Modem und Handy.

Bei den Getränken ist der Bierumsatz weiterhin rückläufig. Im Trend liegen weiterhin Biermixgetränke und Kaffee. Mit Biermixgetränken versucht die Brauwirtschaft gerade die junge Generation zu gewinnen.

Mango- und Cannabis-Bier sind ebenso zu finden wie Bier mit Tequila und Cola. Mit Cola-Bier-Getränken zielen die Brauereien besonders auf die 18- bis 35jährigen. Als „letzter Schrei“ sieht ein Hamburger Bierhändler das Serengeti Bier aus Afrika mit dem Geschmack von Mango, Banane und Palmkern. Stillecht getrunken wird es aus getrockneten Schalen des afrikanischen Flaschenkürbisses. Aus Arizona kommt Gerstensaft mit einer Chili-Schote in der Flasche.

Die Biermischgetränke sind alle teurer als das normale Bier, aber junge Leute sind zunehmend bereit, dafür mehr Geld auszugeben. Im vergangenen Jahr wurden



*Im Bereich Backshops gewinnen High-Tech-Geräte immer mehr an Bedeutung. Stündlich frische Brötchen und Kuchen ist heute kein Problem*

in Deutschland 2,24 Millionen Hektoliter Biermischungen getrunken. Damit hat sich der Umsatz gegenüber 1998 fast verdoppelt.

Auch der Welt größter Getränkekonzern hat Absatzprobleme. So wurde

2001 ein Absatzminus von fast 5 % verzeichnet. 2002 will Coca-Cola auf dem rasch wachsenden Markt für Sportgetränken und Mineralwasser mit Neuprodukten mehr Umsatz machen. Speziell für Frauen will Coca-Cola mit dem „Bonaqua Sports Water“ völlig neue Wege gehen.

Im Bereich Bäckerei geht der Weg immer weiter in Richtung High-Tech. Bei den Bäckereien und Konditoreien sieht die Lage nicht ganz so negativ aus. Die Anzahl der Bäckereibetriebe ist zwar stark zurückgegangen, wobei der Umsatz leicht gestiegen ist. Die Anzahl der Verkaufsstellen ist dagegen ziemlich konstant geblieben. Nicht nur computergesteuerte Öfen zum Fertigbacken von frisch produzierten Teiglingen bestimmen das Bild in den Verkaufsstellen, sondern auch EDV und Computerkassen. Das Plus an Verkaufsstellen pro Betrieb bedeutet eine ausgeklügelte EDV gestützte Logistik.

Als erste große Messe im Jahre 2002 hat die INTERNORGA in allen Produktfeldern gezeigt, wo die Wirtschaft hinsteuert. Nur Betriebe die in High-Tech investiert und auch dafür geschultes Personal beschäftigen, haben gute Zukunftschancen. E. H.